



การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ
ในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay
ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่จังหวัดชุมพร

TECHNOLOGY ACCEPTANCE AND FUNCTIONAL VALUE
THAT AFFECTING THE SATISFACTION OF USING
THE TRD SMART PAY APPLICATION OF STATE PROPERTY
TENANTS IN CHUMPHON PROVINCE

กาญจนา พรหมรักษ์
KANJANA PROMRAK

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

พ.ศ. 2565

KMITL PRINCE OF CHUMPHON-2002-M-65-015

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



TECHNOLOGY ACCEPTANCE AND FUNCTIONAL VALUE
THAT AFFECTING THE SATISFACTION OF USING
THE TRD SMART PAY APPLICATION OF STATE PROPERTY
TENANTS IN CHUMPHON PROVINCE

KANJANA PROMRAK

INDEPENDENT STUDY IS PART OF THE STUDY OF THE MASTER
OF BUSINESS ADMINISTRATION DEGREE PROGRAM

BUSINESS ADMINISTRATION

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

2022

KMITL PRINCE OF CHUMPHON-2002-M-65-015

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2022

**KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG PRINCE OF
CHUMPHON CAMPUS**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

Technology Acceptance and Functional Value Affecting the Satisfaction of using The TRD Smart Pay Application of State Property Tenants in Chumphon Province

ชื่อนักศึกษา

นางสาวกาญจนา พรหมรักษ์

รหัสประจำตัว

64620002

ปริญญา


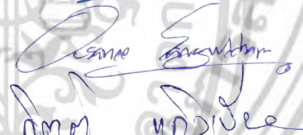
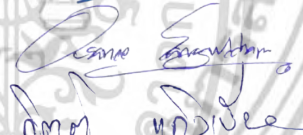
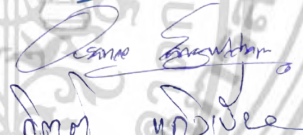
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ดร.กิตติ แก้วเขียว

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ	ลายมือชื่อ
รองศาสตราจารย์ ดร.เชาว์ โจนแสง	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยภูมิกัด หล้าแหล่ง	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษณิษฐ์ เสวกวัชรีย์	
ดร.กิตติ แก้วเขียว	

วัน/เดือน/ปี ที่สอบ 31 พฤษภาคม 2566 เวลา 14.00 - 15.00 น.

สถานที่สอบ ณ ห้องเรียน BA206 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ประธานหลักสูตรรับรองแล้ว



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยภูมิกัด หล้าแหล่ง)

ประธานหลักสูตร

วันที่...15...เดือน...มิถุนายน...พ.ศ. ...2566....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร
ชื่อนักศึกษา	กาญจนา พรหมรักษ์
รหัสนักศึกษา	64620002
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2565
อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย	ดร.กิตติ แก้วเขียว

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร 2) วิเคราะห์อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร และ 3) วิเคราะห์อิทธิพลของคุณค่าด้านการใช้งานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือผู้เช่าที่ราชพัสดุที่มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay จำนวน 203 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์สมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า 1) การยอมรับเทคโนโลยี คุณค่าด้านการใช้งาน และความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 2) การยอมรับเทคโนโลยี ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ด้านความตั้งใจในการใช้งาน และด้านการใช้งานจริง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 และ 3) คุณค่าด้านการใช้งาน ด้านคุณค่าทางอารมณ์ และคุณค่าด้านเงื่อนไข มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ : การยอมรับเทคโนโลยี, คุณค่าด้านการใช้งาน, ความพึงพอใจ, แอปพลิเคชัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thesis Title	TECHNOLOGY ACCEPTANCE AND FUNCTIONAL VALUE AFFECTING THE SATISFACTION OF USING THE TRD SMART PAY APPLICATION OF STATE PROPERTY TENANTS IN CHUMPHON PROVINCE
Student	Ms. KANJANA PROMRAK
Student ID	64620002
Degree	Master of Business Administration
Program	Business Administration
Year	2022
Thesis Advisors	Dr. KITTI KAEWKHIEW

Abstract

The objectives of this research were the following 1) to study the acceptance of technology and its value in use, that affects satisfaction in using the “TRD Smart Pay” application of state property tenants in Chumphon province, 2) To analyze the influence of technology acceptance on the satisfaction of using the “TRD Smart Pay” application of state property tenants in Chumphon province, and 3) To analyze the influence of usage value on the satisfaction of using the “TRD Smart Pay” application of state property tenants in Chumphon province. This research is a quantitative research. The sample were collected from all the 203 state property tenants who had experience using the TRD Smart Pay application. The questionnaire was used as a tool for collecting data. The statistics that used in this research were the descriptive statistical analysis such as percentage, mean, standard deviation, and the inferential statistical analysis was using multiple regression analysis.

The results of the study found that 1) Technology acceptance functional value and the satisfaction of using the TRD Smart Pay application was at the highest level, 2) Technology acceptance attitude toward use Intent to use and practical use there was a positive influence on the satisfaction of using the TRD Smart Pay application of state property tenants in Chumphon area. Statistically significant at the 0.01 level, and 3) Functional value emotional value and conditional value There was a positive influence on the satisfaction of using the TRD Smart Pay application of state property tenants in Chumphon province. Statistically significant at the 0.01 level.

Keywords: Technology Acceptance, Functional Value, Satisfaction, Application

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ด้วยดี โดยได้รับความกรุณาอย่างยั้งจาก ดร.กิตติ แก้วเขียว อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำในการจัดทำงานวิจัยในครั้งนี้ ตลอดจนตรวจแก้ไขและปรับปรุงข้อบกพร่อง จนวิทยานิพนธ์เล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณคณะกรรมการ ได้แก่ รศ.ดร.เขาว์ โธณแสง ประธานกรรมการ ผศ.ดร.ชัยญารักษ์ หล้าแหล่ง และ ผศ.ดร.อุษณีย์ เสวกวีศรี ซึ่งชี้แนะแนวทางในการทำการวิจัยให้เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง และได้เสียสละเวลาในการตรวจงานการวิจัย และแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ อีกทั้งยังดูแลเอาใจใส่และให้กำลังใจในการทำวิจัยด้วยดีเสมอมา

ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ผศ.ดร.ชัยญารักษ์ หล้าแหล่ง ดร.ภิญอรดา แก้วเขียว และนายรรรย ไชยรัตน์ทอง ธนารักษ์พื้นที่ชุมพร ที่ให้ความอนุเคราะห์ตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อหาค่าความเที่ยงตรงดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม วัตถุประสงค์และคำแนะนำอันเป็นประโยชน์

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ผู้สอนทุกรายวิชาที่ให้ความรู้ มอบประสบการณ์อันมีคุณค่าในการศึกษาครั้งนี้ ขอขอบคุณกำลังใจจากครอบครัว จากเพื่อนร่วมงานทุกคน รวมถึงเพื่อนนักศึกษาและรุ่นพี่ปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ที่ให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน แลกเปลี่ยนประสบการณ์ รวมถึงมอบกำลังใจให้กันและกันเสมอมาจนถึงวันที่สำเร็จการศึกษา

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การค้นคว้าอิสระฉบับนี้จะประโยชน์ต่อหน่วยงานผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้อง นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้เป็นอย่างดี และสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ในศึกษาพัฒนาเพิ่มเติมต่อไป

กาญจนา พรหมรักษ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
สารบัญ.....	i
สารบัญตาราง.....	ii
สารบัญรูป.....	iii
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	3
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.4 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย.....	4
1.5 สมมติฐานการวิจัย.....	4
1.6 ขอบเขตการวิจัย.....	4
1.7 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	5
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
1.9 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับกรมธนารักษ์.....	8
2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay.....	14
2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี.....	18
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าด้านการใช้งาน.....	21
2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	23
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	27
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	39
3.1 รูปแบบการวิจัย.....	39
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	39
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	40
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	43
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์.....	46
4.1 ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	46
4.2 ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี คุณค่าด้านการใช้งาน.....	48
และความพึงพอใจ	
4.3 ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	56
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	62
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	62
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	66
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	70

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เผยแพร่เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม.....	72
ภาคผนวก.....	77
ภาคผนวก ก แบบสอบถามการวิจัย.....	78
ภาคผนวก ข คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย.....	85
ภาคผนวก ค ค่าคุณภาพของแบบสอบถาม.....	95
ภาคผนวก ง ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ.....	100
ประวัติผู้ศึกษา.....	111



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 ตารางรายงานสรุปรายตัวแยกตามประเภทการเช่า.....	2
1.2 ตารางการใช้บริการชำระเงินและยื่นคำร้องผ่านแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay	3
2.1 ตารางสรุปความสัมพันธ์ของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร.....	34
3.1 ตารางแสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	40
4.1 ตารางผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล.....	46
4.2 ตารางค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี.....	48
4.3 ตารางผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน.....	48
4.4 ตารางผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน.....	49
4.5 ตารางผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน.....	50
4.6 ตารางผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ด้านความตั้งใจในการใช้งาน.....	51
4.7 ตารางผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการใช้งานจริง.....	51
4.8 ตารางค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ.....	52
4.9 ตารางผลการศึกษาคงค่าด้านการใช้งาน คุณค่าด้านการใช้งาน.....	53
4.10 ตารางผลการศึกษาคงค่าด้านการใช้งาน คุณค่าทางสังคม.....	53
4.11 ตารางผลการศึกษาคงค่าด้านการใช้งาน คุณค่าทางอารมณ์.....	54
4.12 ตารางผลการศึกษาคงค่าด้านการใช้งาน คุณค่าทางองค์ความรู้.....	55
4.13 ตารางผลการศึกษาคงค่าด้านการใช้งาน คุณค่าด้านเงื่อนไข.....	55
4.14 ตารางผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน.....	56
4.15 ตารางแสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่ศึกษาทั้งหมด.....	57
4.16 ตารางผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของการยอมรับเทคโนโลยี.....	58
4.17 ตารางผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ของคุณค่าด้านการใช้งาน.....	60
4.18 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	61

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูป

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2.1 คุณธรรม อุดมการณ์ ของกรมธนารักษ์.....	9
2.2 ช่องทางการชำระค่าเช่าที่ราชพัสดุผ่านระบบ e-Payment กรมธนารักษ์.....	15
2.3 คู่มือแนะนำการใช้งาน TRD Smart Pay.....	16
2.4 ภาพรวมการใช้งาน TRD Smart Pay สำหรับผู้เช่าที่ราชพัสดุ.....	17
2.5 ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (The Theory of Reasoned Action หรือ TRA).....	18
2.6 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior หรือ TPB).....	19
2.7 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี.....	20



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยได้เปลี่ยนการขับเคลื่อนประเทศจากภาคอุตสาหกรรมเป็นการขับเคลื่อนประเทศด้วยการใช้เทคโนโลยี ใช้ความคิดสร้างสรรค์โดยการสร้างและพัฒนานวัตกรรมต่างๆ โดยเน้นจากการผลิตให้เป็นรูปแบบการบริการเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของภาครัฐ ภาครัฐจึงมีนโยบายที่ใช้โมเดลการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมเพื่อพัฒนาประเทศไปสู่ประเทศไทย 4.0 โดยยึดหลักธรรมาภิบาลเพื่อให้เกิดประโยชน์และเป็นที่ยอมรับของประชาชนได้ ภาครัฐเองจึงต้องปรับตัวและพัฒนาเข้าสู่ยุคของเทคโนโลยี ในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อยกระดับด้านประสิทธิภาพการให้บริการแก่ประชาชนมากที่สุด (กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร, 2561)

ระบบราชการ 4.0 เพื่อรองรับต่อยุทธศาสตร์ Thailand 4.0 ภาครัฐหรือระบบราชการจะต้องทำงานโดยยึดหลักธรรมาภิบาล เพื่อประโยชน์สุขของประชาชนเป็นหลัก (Better Governance, Happier Citizens) ในการนี้ หมายความว่าระบบราชการไทยจะต้องปฏิรูปขนานใหญ่เพื่อให้สามารถเป็นที่ไว้วางใจและเป็นที่ยอมรับของประชาชนได้อย่างแท้จริง กล่าวคือ 1. เปิดกว้าง และเชื่อมโยงกัน (Open & Connected Government) ต้องมีความเปิดเผยโปร่งใสในการทำงาน 2. ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง (Citizen-Centric Government) ต้องทำงานในเชิงรุกและมองไปข้างหน้า โดยตั้งคำถามกับตนเองเสมอว่า ประชาชนจะได้อะไร มุ่งเน้นแก้ไขปัญหาคือความต้องการ และตอบสนองความต้องการของประชาชน 3. มีขีดสมรรถนะสูงและทันสมัย (Smart & High Performance Government) ต้องทำงานอย่างเตรียมการไว้ล่วงหน้า มีการวิเคราะห์ความเสี่ยง สร้างนวัตกรรมหรือความคิดริเริ่มและประยุกต์องค์ความรู้ในแบบสหสาขาวิชาเข้ามาใช้ในการตอบโต้กับโลกแห่งการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน ฉะนั้น ความสำเร็จของการพัฒนาไปสู่ระบบราชการ 4.0 ดังกล่าวต้องอาศัยปัจจัยสำคัญๆ อย่างน้อยสามประการ ได้แก่ 1. การสานพลังระหว่างภาครัฐและภาคส่วนอื่นๆ ในสังคม (Collaboration) อันเป็นการยกระดับการทำงานให้สูงขึ้นไปกว่าการประสานงานกัน (coordination) หรือทำงานด้วยกัน (cooperation) ไปสู่การร่วมมือกัน (collaboration) อย่างแท้จริง 2. การสร้างนวัตกรรม (Innovation) อันเป็นการคิดค้นและแสวงหาวิธีการหรือ solutions ใหม่ ๆ อันจะเกิด big impact เพื่อปรับปรุงและออกแบบการให้บริการสาธารณะและนโยบายสาธารณะ 3. การปรับเข้าสู่ความเป็นดิจิทัล (Digitization/Digitalization) อันเป็นการผสมผสานกันของการจัดเก็บและประมวลข้อมูลผ่าน cloud computing อุปกรณ์ประเภท smart phone และ collaboration tool ทำให้สามารถติดต่อกันได้อย่าง real time ไม่ว่าจะอยู่ที่ใด และสามารถวิเคราะห์ข้อมูลอันลับซับซ้อนต่างๆ ได้ (สำนักวิจัยและพัฒนาระบบงานบุคคล, 2560)

เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการพัฒนารูปแบบต่าง ๆ เช่น รูปแบบการติดต่อสื่อสารและการค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็วขึ้น จึงเห็นได้ว่าเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ส่งผลทำให้เกิดความก้าวหน้าและการเติบโตทางด้านต่างๆ ของประเทศมากมาย เช่น ทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและการเปลี่ยนแปลงด้านวัฒนธรรมส่งผลให้เกิดการใช้ชีวิตของประชาชนที่ต่างไปจากอดีต เทคโนโลยีเข้ามาเปลี่ยนพฤติกรรมของประชาชนอย่างเห็นได้ชัดเจน โดยเฉพาะการอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชน สำหรับภาครัฐเองการให้บริการประชาชนถือเป็นนโยบายที่ทุกรัฐบาลให้ความสำคัญ

โดยการให้บริการประชาชนต้องเป็นไปตามความต้องการมากที่สุด ภาครัฐจึงได้นำเอาเทคโนโลยีเข้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาพัฒนาในหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของประชาชน โดยผู้ใช้บริการสามารถใช้บริการได้ทุกที่ ทุกเวลาอย่างสะดวกและรวดเร็วผ่านทางช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ทำให้ประชาชนหรือผู้ใช้บริการเห็นถึงความสะดวกสบายที่เกิดขึ้นกับตนเองและสามารถทำได้ด้วยตนเองอีกด้วย (สำนักวิจัยและพัฒนาระบบงานบุคคล, 2560)

กรมธนารักษ์เป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงการคลัง มีหน้าที่หลักคือบริหารจัดการที่ราชพัสดุ รวมทั้งจัดเก็บค่าเช่า ค่าทดแทนและค่าธรรมเนียมเกี่ยวกับการจัดหาประโยชน์ในที่ราชพัสดุ ตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดหาประโยชน์ในที่ราชพัสดุและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำรายได้ที่จัดเก็บได้ให้กับรัฐบาลนำไปใช้ในการบริหารและพัฒนาประเทศ และตามที่รัฐบาลได้มีนโยบาย E-government ส่งผลให้หน่วยงานภาครัฐต่างๆ นำเครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาเป็นตัวช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของภาครัฐ เพื่อปรับปรุงการให้บริการแก่ประชาชน กรมธนารักษ์ในฐานะหน่วยงานภาครัฐได้ตระหนักถึงความสำคัญของนโยบายดังกล่าว จึงได้อนุมัติโครงการพัฒนาชุดข้อมูลภูมิศาสตร์ที่ราชพัสดุให้เป็นไปตามกรอบหลักการมาตรฐานระหว่างประเทศ โดยได้จัดทำแอปพลิเคชัน (Application) ด้านที่ราชพัสดุ ภายใต้ชื่อ “TRD Smart Pay” เพื่อเพิ่มช่องทางการให้บริการแก่ผู้เช่าที่ราชพัสดุ ให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกทุกที่ทุกเวลา ผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ โดยผู้เช่าที่ราชพัสดุสามารถดูข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการเช่าที่ราชพัสดุ รวมถึงการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งเป็นการลดขั้นตอนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่และอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เช่าที่ราชพัสดุ (กรมธนารักษ์, 2564)

สำนักงานธนารักษ์พื้นที่ชุมพร มีผู้เช่าที่ราชพัสดุทั้งสิ้น จำนวน 2,363 ราย ประกอบด้วย อำเภอเมืองชุมพร จำนวน 1,014 ราย อำเภอท่าแซะ จำนวน 73 ราย อำเภอประทีพ จำนวน 531 ราย อำเภอหลังสวน จำนวน 205 ราย อำเภอละแม จำนวน 43 ราย อำเภอพะโต๊ะ จำนวน 55 ราย อำเภอสวี จำนวน 284 ราย และอำเภอทุ่งตะโก จำนวน 158 ราย โดยผู้เช่าที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกล บางรายไม่สะดวกในการเดินทางเพื่อชำระเงินหรือติดต่อราชการที่สำนักงาน และยังเป็นภาระสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายอีกด้วย

ตารางที่ 1.1 รายงานสรุปรายตัวแยกตามประเภทการเช่า

เขต/อำเภอ	เช่าเพื่อ อยู่อาศัย	เช่าเพื่อ การเกษตร	เช่าอาคาร ราชพัสดุ	เช่าเพื่อ ประโยชน์ อย่างอื่น	ก่อสร้าง อาคาร ยกกรรมสิทธิ์	สัญญา ต่างตอบแทน	รวม
เมืองชุมพร	871	19	100	23	0	1	1,014
ท่าแซะ	57	3	10	3	0	0	73
ประทีพ	495	16	9	8	2	1	531
หลังสวน	193	3	5	4	0	0	205
ละแม	42	0	0	1	0	0	43
พะโต๊ะ	35	20	0	0	0	0	55
สวี	271	10	0	3	0	0	284
ทุ่งตะโก	138	18	1	1	0	0	158
รวม	2,102	89	125	43	2	2	2,363

ที่มา : สำนักงานธนารักษ์พื้นที่ชุมพร, 2566

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากนี้ จากรายงานการใช้บริการชำระเงินและยื่นคำร้องผ่านแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2565 - 31 มกราคม 2566) พบว่า ผู้เข้าได้ชำระเงินค่าเช่าและค่าธรรมเนียมอื่นๆ ผ่านทุกช่องทาง จำนวน 723 ครั้ง ผ่านแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay จำนวน 224 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.98 ซึ่งยังมีการใช้บริการเป็นจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับผู้เช่าที่ราชพัสดุทั้งหมด (กรมธนารักษ์, 2566)

ตารางที่ 1.2 การใช้บริการชำระเงินและยื่นคำร้องผ่านแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay (ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2565 - 31 มกราคม 2566)

	การชำระเงิน		
	จำนวนครั้งการชำระเงินทั้งหมด (ทุกช่องทาง)	จำนวนครั้งการชำระเงินผ่าน แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay	%
ชุมพร	723	224	30.98

ที่มา : สำนักงานธนารักษ์พื้นที่ชุมพร, 2566

จากความสำคัญและปัญหาดังกล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งานเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้ผู้เช่าที่ราชพัสดุเข้าถึงบริการของสำนักงานได้สะดวกและปลอดภัย ทุกที่ ทุกเวลา จึงเป็นที่มาให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร เพื่อนำไปประกอบการพัฒนาศักยภาพการวางแผนงาน การบริหารจัดการ และการพัฒนารูปแบบการให้บริการของกรมธนารักษ์ให้ดียิ่งขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เช่าที่ราชพัสดุได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 คำถามการวิจัย

การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร หรือไม่อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี คุณค่าด้านการใช้งาน และความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

1.3.2 เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

1.3.3 เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของคุณค่าด้านการใช้งานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

1.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1.4.1 ตัวแปรต้น มีดังนี้

1.4.1.1 การยอมรับเทคโนโลยี

1. การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน
2. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน
3. ทศนคติที่มีต่อการใช้งาน
4. ความตั้งใจในการใช้งาน
5. การใช้งานจริง

1.4.1.2 คุณค่าด้านการใช้งาน

1. คุณค่าทางด้านการใช้งาน
2. คุณค่าทางสังคม
3. คุณค่าทางอารมณ์
4. คุณค่าทางองค์ความรู้
5. คุณค่าด้านเงื่อนไข

1.4.2 ตัวแปรตาม ที่ใช้ในการศึกษาของงานวิจัยครั้งนี้คือ ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

1.5 สมมติฐานการวิจัย

1.5.1 การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

1.5.2 คุณค่าด้านการใช้งานส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

1.6 ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีการกำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ ดังนี้

1.6.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” นอกจากนี้ยังศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในส่วนของการทบทวนวรรณกรรมในงานวิจัยนี้ ได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี คุณค่าด้านการใช้งาน และความพึงพอใจ

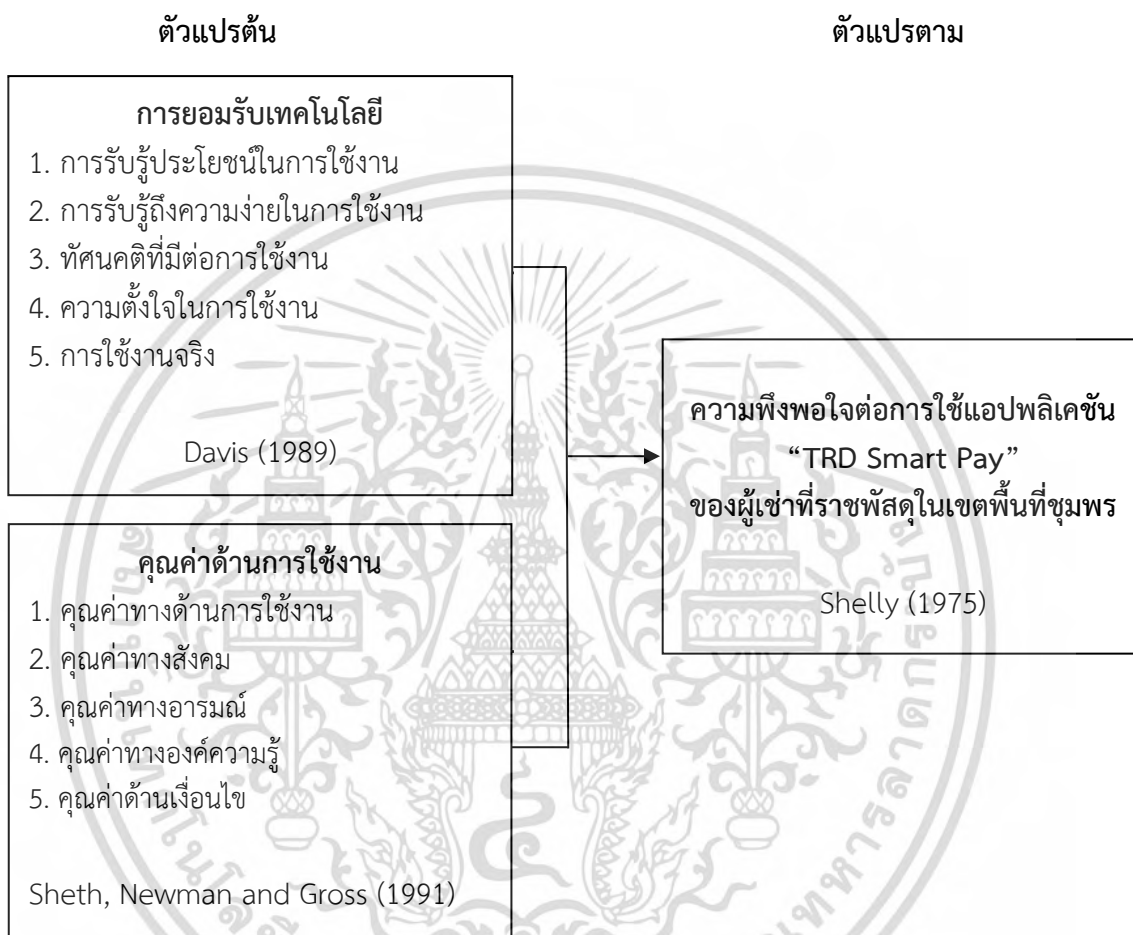
1.6.2 ขอบเขตประชากรและพื้นที่ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยนี้ คือผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร และมีประสบการณ์ในการใช้งานแอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6.3 ขอบเขตด้านช่วงเวลาเก็บแบบสอบถาม
สำหรับระยะเวลาในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาดำเนินการในช่วงเดือน
ธันวาคม 2565 ถึงเดือนพฤษภาคม 2566

1.7 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.8.1 ผลของการวิจัยในครั้งนี้ทำให้สำนักงานธนารักษ์พื้นที่ชุมพร กรมธนารักษ์ และผู้ที่สนใจได้ทราบถึงการยอมรับเทคโนโลยี สามารถนำไปประยุกต์ให้เหมาะสมกับผู้เช่าที่ราชพัสดุที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay

1.8.2 ผลการวิจัยในครั้งนี้ทำให้ สำนักงานธนารักษ์พื้นที่ชุมพร กรมธนารักษ์ และผู้ที่สนใจได้ทราบถึงคุณค่าด้านการใช้งาน สามารถนำไปประยุกต์ให้เหมาะสมกับผู้เช่าที่ราชพัสดุที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.8.3 ผลการจากการศึกษาในครั้งนี้ เป็นการสร้างองค์ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับ การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร เพื่อให้ นักวิชาการ นักวิจัย หรือผู้ที่สนใจสามารถนำไปใช้ต่อยอดในการศึกษาต่อไป

1.9 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1. การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง การทำความเข้าใจในเทคโนโลยี และการตัดสินใจที่จะยอมรับเทคโนโลยีมาใช้ในชีวิตประจำวัน

1.1 การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (Usefulness) หมายถึง การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานของผู้ใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ซึ่งส่งผลต่อประโยชน์ในการใช้งาน เพิ่มประสิทธิภาพ และสมรรถภาพในการใช้งาน

1.2 การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Ease of Use) หมายถึง การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ในด้านของความง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ซึ่งจากการที่นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ง่าย ไม่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถในการใช้งานมากนัก ไม่ซับซ้อนหรือไม่ต้องใช้ความพยายามในการใช้งานมากจนเกินไป

1.3 ทศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Opinion toward of use) หมายถึง ปฏิกิริยาทางความรู้สึกโดยรวมของแต่ละบุคคลที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ซึ่งเกิดจากการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการใช้งาน ได้แก่ ความทันสมัย การอำนวยความสะดวก และความสุขในการใช้งาน

1.4 ความตั้งใจในการใช้งาน (Intention to Use) หมายถึง ความตั้งใจหรือเจตนาที่จะใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ต่อไปในอนาคต สม่่าเสมอและเลือกใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มากกว่าบริการช่องทางอื่น

1.5 การใช้งานจริง (Actual Use) หมายถึง เป็นการใช้นโยบายจริง ซึ่งเป็นผลต่อเนื่องมาจากความตั้งใจที่จะใช้ที่จะนำเทคโนโลยีมาใช้งานจริง ความสะดวกสบาย และความรวดเร็วในการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay

2. คุณค่าด้านการใช้งาน หมายถึง การรับรู้ถึงองค์ประกอบของคุณค่าจากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ

2.1 คุณค่าทางด้านการใช้งาน (Functional value) หมายถึง การประเมินประโยชน์ใช้สอยและความคุ้มค่าในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay กับสิ่งที่ต้องสูญเสียไป เช่น ความพยายามที่ต้องเรียนรู้ เวลา

2.2 คุณค่าทางสังคม (Social value) หมายถึง ประโยชน์ที่ได้รับจากความสามารถของแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ การรับรู้ทางสังคม

2.3 คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional value) หมายถึง การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากความรู้สึกหรือสภาวะอารมณ์ที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay

2.4 คุณค่าทางองค์ความรู้ (Epistemic value) หมายถึง การรับรู้ประโยชน์ที่เป็นผลมาจากความอยากรู้อยากเห็นของผู้ใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay

2.5 คุณค่าทางด้านเงื่อนไข (Conditional value) หมายถึง การรับรู้ประโยชน์ที่เป็นผลมาจากสถานการณ์หรือบริบทเฉพาะของผู้ใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay พบเจอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ภาวะของอารมณ์ ความรู้สึกร่วม ของบุคคลที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ที่ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

4. แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay หมายถึง โปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่ออกแบบมา เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับผู้เช่าที่ราชพัสดุ เช่น การชำระเงินค่าเช่า ข้อมูลการเช่าที่ราชพัสดุ เป็นต้น

5. ผู้เช่าที่ราชพัสดุ หมายถึง ผู้ที่ได้รับสิทธิการเช่าหรือสิทธิตามสัญญาต่างตอบแทนอื่นในการเช่าที่ราชพัสดุ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ดังต่อไปนี้

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับกรมธนารักษ์และแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay

2.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับกรมธนารักษ์

2.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay

2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

2.2.1 ทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA)

2.2.2 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

2.2.3 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

2.2.4 ทฤษฎีการยอมรับและใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT)

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณค่าด้านการใช้งาน

2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับกรมธนารักษ์และแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay

2.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับกรมธนารักษ์

กรมธนารักษ์ จัดตั้งขึ้นโดยการรวมกรมพระคลังมหาสมบัติ กรมเงินตรา กรมรักษาที่หลวงและกัลปนา กับกรมกระษาปณ์สิทธิการเข้าด้วยกัน เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2476 ตามพระราชกฤษฎีกาจัดวางระเบียบกรมในกระทรวงการคลัง พุทธศักราช 2476 โดยใช้ชื่อว่า “กรมพระคลัง” ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็น “กรมคลัง” เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2476 ตามพระราชกฤษฎีกาจัดวางระเบียบราชการสำนักงานและกรมในกระทรวงการคลัง พุทธศักราช 2476 จากนั้นได้มีพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2495 พระราชบัญญัติโอนอำนาจและหน้าที่เกี่ยวกับราชการของกระทรวง ทบวง กรม ซึ่งได้มีการปรับปรุงใหม่ พ.ศ. 2495 จึงได้เปลี่ยนชื่อจากกรมคลังเป็น “กรมธนารักษ์” เมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2495 ตราบจนถึงปัจจุบัน

วิสัยทัศน์

“บริหารทรัพย์สินของแผ่นดิน เพื่อการพัฒนาอย่างสมดุลและยั่งยืน”

พันธกิจ

1. บริหารจัดการที่ราชพัสดุอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
2. ประเมินราคาทรัพย์สินตามหลักการสากล เพื่อสร้างความมั่นคงและยั่งยืนทางเศรษฐกิจและสังคม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ผลิตและบริหารจัดการเหรียญกษาปณ์ให้สอดคล้องกับความต้องการในระบบเศรษฐกิจ

4. จัดแสดง เผยแพร่ อนุรักษ์และดูแลรักษาทรัพย์สินมีค่าของรัฐตามหลักวิชาการเพื่อสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม

ภารกิจ

1. ปกครอง ดูแล บำรุงรักษา ให้ใช้ จัดประโยชน์ จัดทำนิติกรรม และดำเนินการในเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับที่ราชพัสดุตามกฎหมายว่าด้วยที่ราชพัสดุ

2. จัดทำ นำออกใช้ และรับคืนเหรียญกษาปณ์ และดำเนินการเกี่ยวกับเงินตราตามกฎหมายว่าด้วยเงินตรา และงานรับจ้างทำของ

3. รับ - จ่าย ควบคุมเงินคงคลังให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยเงินคงคลัง

4. ดำเนินการเกี่ยวกับการประเมินราคาทรัพย์สินตามกฎหมายว่าด้วยการประเมินราคาทรัพย์สินเพื่อประโยชน์แห่งรัฐ

5. จัดแสดง เผยแพร่ และอนุรักษ์ทรัพย์สินมีค่าของรัฐ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามระเบียบกรมธนารักษ์

คุณธรรม อัตลักษณ์ ของกรมธนารักษ์



ภาพที่ 2.1 คุณธรรม อัตลักษณ์ ของกรมธนารักษ์
ที่มา : เว็บไซต์ กรมธนารักษ์ www.treasury.go.th, 2566

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน่วยงานในสังกัดกรมธนารักษ์
กรมธนารักษ์ มีหน่วยงานในสังกัดที่มีสำนักงานตั้งอยู่นอกอาคารกรมธนารักษ์
ได้แก่

1. กองส่งเสริมและพัฒนาทรัพย์สินมีค่าของรัฐ ตั้งอยู่ที่ซอยรามบุตรี ถนนเจ้าฟ้า
แขวงชนะสงคราม เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร
 2. กองบริหารเงินตรา ตั้งอยู่ที่ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี
 3. กองประเมินราคาทรัพย์สิน ตั้งอยู่ที่อาคารสำนักงาน (พหลโยธิน 11) เลขที่ 26
ซอยประดิพัทธ์ 6 ถนนประดิพัทธ์ แขวงพญาไท เขตพญาไท จังหวัดกรุงเทพมหานคร
 4. กองมาตรฐานการประเมินราคาทรัพย์สิน ตั้งอยู่ที่อาคารสำนักงาน (พหลโยธิน
11) เลขที่ 26 ซอยประดิพัทธ์ 6 ถนนประดิพัทธ์ แขวงพญาไท เขตพญาไท จังหวัดกรุงเทพมหานคร
 5. กองกาษาปณ์ ตั้งอยู่ที่ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัด
ปทุมธานี
 6. สำนักงานธนารักษ์พื้นที่ 76 พื้นที่
 7. ศูนย์บริหารจัดการเหรียญกษาปณ์ (Hub) 6 แห่ง ได้แก่
 - 7.1 ศูนย์บริหารจัดการเหรียญกษาปณ์จังหวัดขอนแก่น
 - 7.2 ศูนย์บริหารจัดการเหรียญกษาปณ์จังหวัดอุบลราชธานี
 - 7.3 ศูนย์บริหารจัดการเหรียญกษาปณ์จังหวัดเชียงใหม่
 - 7.4 ศูนย์บริหารจัดการเหรียญกษาปณ์จังหวัดนครสวรรค์
 - 7.5 ศูนย์บริหารจัดการเหรียญกษาปณ์จังหวัดสุราษฎร์ธานี
 - 7.6 ศูนย์บริหารจัดการเหรียญกษาปณ์จังหวัดสงขลา
- นอกจากนี้ ยังมี บริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด (ธพส.) เป็นรัฐวิสาหกิจภายใต้การ
กำกับดูแลของกรมธนารักษ์ ตั้งอยู่ที่ถนนแจ้งวัฒนะ เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

หน้าที่ความรับผิดชอบ

กรมธนารักษ์มีภารกิจเกี่ยวกับการปกครอง การดูแล บำรุงรักษา และพัฒนาที่ราชพัสดุ
ให้มีมูลค่าเพิ่ม หรือก่อให้เกิดรายได้ การประเมินราคาทรัพย์สินเพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติ
และประชาชน และการผลิตเหรียญกษาปณ์และจัดสร้างเครื่องราชอิสริยยศ เครื่องราชอิสริยาภรณ์
และของสิ่งจ้าง ด้วยวิธีการผลิตที่ได้มาตรฐานสากลและมีต้นทุนที่เหมาะสม เพื่อให้มีจำนวนที่เพียงพอ
ตลอดจนบริหารเงินตรา และเก็บรักษาทรัพย์สินมีค่าของรัฐให้มีความปลอดภัยและอยู่ในสภาพที่ดี
เพื่อนำออกจัดแสดงเผยแพร่และสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม โดยมีหน้าที่และอำนาจดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยเงินคงคลัง กฎหมายว่าด้วยเงินตรา กฎหมายว่าด้วยที่
ราชพัสดุ และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
2. ดำเนินการเกี่ยวกับการกำหนดราคาประเมินอสังหาริมทรัพย์และทรัพย์สินอื่นตาม
กฎหมายที่เกี่ยวข้อง
3. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรม หรือตามที่
กระทรวง หรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะงานที่รับผิดชอบ

1. งานด้านบริหารที่ราชพัสดุ ดำเนินการเกี่ยวกับการปกครอง ดูแล บำรุงรักษา การจัดให้ใช้ การจัดหาประโยชน์ การพัฒนาศักยภาพที่ราชพัสดุ และทำนิติกรรมที่เกี่ยวกับที่ราชพัสดุ
2. งานด้านประเมินราคาอสังหาริมทรัพย์ ดำเนินการเกี่ยวกับการกำหนดราคาประเมินอสังหาริมทรัพย์และทรัพย์สินอื่นตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และเสนอความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาในการกำหนดราคาประเมินของอสังหาริมทรัพย์ และทรัพย์สินอื่นตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
3. งานด้านผลิตเหรียญกษาปณ์ ดำเนินการเกี่ยวกับการผลิตเหรียญกษาปณ์ เหรียญกษาปณ์ที่ระลึก และการจัดทำเครื่องราชอิสริยาภรณ์ เครื่องหมายตอบแทน และของสิ่งจ้าง
4. งานด้านบริหารเงินตรา ดำเนินการเกี่ยวกับการรับ-จ่ายแลก การตรวจพิสูจน์ การเบิกจ่าย การรับส่ง การเก็บรักษาเหรียญกษาปณ์ บริหารจัดการเหรียญกษาปณ์และเหรียญกษาปณ์ที่ระลึก จัดทำ ควบคุม และตรวจสอบบัญชีเงินคงคลัง ควบคุมการเบิกจ่าย การรับส่งเงินคงคลัง
5. งานด้านการอนุรักษ์และการเผยแพร่ทรัพย์สินมีค่าของรัฐ ดำเนินการเกี่ยวกับการอนุรักษ์ การเก็บรักษา การจัดแสดง และการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินมีค่าของรัฐ (รายงานประจำปี 2564 กรมธนารักษ์, 2564)

ข้อมูลเกี่ยวกับสำนักงานธนารักษ์พื้นที่ชุมพร

วิสัยทัศน์

เป็นหน่วยงานหลักในการบริหารที่ราชพัสดุและประเมินราคาอสังหาริมทรัพย์เพื่อให้บรรลุผลตามนโยบายของรัฐ อย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประสิทธิผล

ภารกิจ

สำนักงานธนารักษ์พื้นที่ชุมพร มีหน้าที่และความรับผิดชอบตามกฎหมาย ดังนี้

1. งานด้านบริหารที่ราชพัสดุ
ปกครอง ดูแล บำรุงรักษา ให้ใช้จัดหาประโยชน์ จัดทำนิติกรรม และดำเนินการในเรื่องต่างๆเกี่ยวกับที่ราชพัสดุให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติที่ราชพัสดุ พ.ศ.2518
2. งานด้านการประเมินราคาอสังหาริมทรัพย์
ดำเนินการกำหนดราคาประเมินและเสนอความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาในการกำหนดราคาประเมินของอสังหาริมทรัพย์และทรัพย์สินอื่น ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งพัฒนาระบบการประเมินราคาอสังหาริมทรัพย์ให้เป็นที่ยอมรับ เชื่อถือได้ และเป็นมาตรฐานสากล

หน้าที่ความรับผิดชอบ

สำนักงานธนารักษ์พื้นที่ชุมพร มีหน้าที่ปกครองดูแล รักษา จัดให้ใช้ประโยชน์และทำนิติกรรมเกี่ยวกับที่ราชพัสดุ ให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผล เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ภาครัฐ

1. ส่วนบริหารทั่วไป

ดำเนินการเกี่ยวกับการรับเงินรายได้ที่ราชพัสดุ และนำส่งเงินเบิกจ่ายเงินงบประมาณ และเงินนอกงบประมาณ ดำเนินการเกี่ยวกับงานบุคคล งานพัสดุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ส่วนจัดการที่ราชพัสดุ

ดำเนินการปกครอง ดูแล บำรุงรักษา ให้ใช้จัดหาประโยชน์ จัดทำนิติกรรม และดำเนินการเกี่ยวกับที่ราชพัสดุให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติที่ราชพัสดุ พ.ศ.2518

3. ส่วนจัดการฐานข้อมูล

ดำเนินการเกี่ยวกับการขึ้นทะเบียนที่ราชพัสดุ ตรวจสอบเขตให้เช่าและให้ใช้ที่ราชพัสดุ จัดทำแผนที่ที่ราชพัสดุในเขตจังหวัดชุมพร

4. ส่วนประเมินราคาทรัพย์สิน

ดำเนินการกำหนดราคาประเมินและเสนอความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาในการกำหนดราคาประเมินของอสังหาริมทรัพย์และทรัพย์สินอื่น ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งพัฒนาระบบการประเมินราคาอสังหาริมทรัพย์ให้เป็นที่ยอมรับ เชื่อถือได้ และเป็นมาตรฐานสากล

ข้อมูลด้านที่ราชพัสดุ

ที่ราชพัสดุในจังหวัดชุมพร

จังหวัดชุมพรมีเนื้อที่ทั้งสิ้นประมาณ 3,756,778 ไร่ มีที่ดินราชพัสดุประมาณ 18,600-0-87.18 ไร่ คิดเป็น 0.50% ของเนื้อที่ทั้งจังหวัด

ที่ราชพัสดุในเขตจังหวัดชุมพร แบ่งการใช้ประโยชน์ได้ ดังนี้

1. ใช้ในราชการ เนื้อที่ประมาณ 17,804-1-78.58 ไร่ คิดเป็น 95.72 % ของเนื้อที่ที่ราชพัสดุทั้งจังหวัด

2. สาธารณะประโยชน์เนื้อที่ประมาณ 290-0-65.90 ไร่ คิดเป็น 1.56 % ของเนื้อที่ที่ราชพัสดุทั้งจังหวัด

3. จัดหาประโยชน์เนื้อที่ประมาณ 505-2-42.70 ไร่ คิดเป็น 2.72 % ของเนื้อที่ที่ราชพัสดุทั้งจังหวัด

ที่ราชพัสดุที่นำมาจัดหาประโยชน์เนื้อที่ประมาณ 505-2-42.70 ไร่ แยกประเภทการจัดให้เช่าได้ดังนี้

3.1 เพื่ออยู่อาศัย เนื้อที่ประมาณ 345-0-51.10 ไร่ คิดเป็น 68.26 % ของเนื้อที่ที่นำมาจัดหาประโยชน์

3.2 เพื่อประกอบการเกษตร เนื้อที่ประมาณ 142-3-57.20 ไร่ คิดเป็น 28.26 % ของเนื้อที่ที่นำมาจัดหา ประโยชน์

3.3 เพื่อประโยชน์อย่างอื่น เนื้อที่ประมาณ 17-2-34.40 ไร่ คิดเป็น 3.48 % ของเนื้อที่ที่นำมาจัดหาประโยชน์

จำนวนสิ่งปลูกสร้างซึ่งเป็นที่ราชพัสดุจำนวน 5,749 หลัง มูลค่าประมาณ 3,211,831,789.06 ล้านบาท แยกตามประเภทการขึ้นทะเบียนที่ราชพัสดุได้ดังนี้

1. สิ่งปลูกสร้างของรัฐขึ้นทะเบียนทั่วไป จำนวน 4,635 หลัง มูลค่า 2,599,651,990.92 ล้านบาท

2. สิ่งปลูกสร้างของรัฐซึ่งปลูกสร้างบนที่ดินที่มีใช้ที่ราชพัสดุ (ทะเบียนเอกชน) จำนวน 1,114 หลัง

มูลค่า 612,179,978.14 ล้านบาท

(เว็บไซต์ สำนักงานธนารักษ์พื้นที่ชุมพร www.chumphon.treasury.go.th, 2566)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้เช่าที่ราชพัสดุในจังหวัดชุมพรมีทั้งสิ้น จำนวน 2,363 ราย ประกอบด้วย

- | | |
|--------------------|-----------------|
| 1. อำเภอเมืองชุมพร | จำนวน 1,014 ราย |
| 2. อำเภอท่าแซะ | จำนวน 73 ราย |
| 3. อำเภอปะทิว | จำนวน 531 ราย |
| 4. อำเภอหลังสวน | จำนวน 205 ราย |
| 5. อำเภอละแม | จำนวน 43 ราย |
| 6. อำเภอพะโต๊ะ | จำนวน 55 ราย |
| 7. อำเภอสวี | จำนวน 284 ราย |
| 8. อำเภอทุ่งตะโก | จำนวน 158 ราย |

(สำนักงานธนารักษ์พื้นที่ชุมพร, 2566)

2.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay

ด้วยรัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (National e-Payment) โดยส่งเสริมการรับจ่ายเงินของภาครัฐผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ในหลากหลายรูปแบบ ซึ่งกรมธนารักษ์ได้ดำเนินโครงการเพิ่มประสิทธิภาพช่องทางการชำระค่าเช่าทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) มาอย่างต่อเนื่อง ทำให้กรมธนารักษ์มีช่องทางการชำระค่าเช่าและเงินอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับที่ราชพัสดุ ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ทั้งสิ้น จำนวน 15 ช่องทาง

โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 กรมธนารักษ์มีนโยบายจัดทำ “TRD Smart Pay” แอปพลิเคชัน (Application) ด้านที่ราชพัสดุ แบบ Native Application ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มช่องทางการให้บริการ และอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เช่าในการชำระเงินผ่านสถาบันการเงินต่างๆ บน Application ดังกล่าวได้ โดยเปิดให้บริการแล้ว เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2564 ซึ่งมีวิธีการให้เลือกรับชำระเงินได้ 2 วิธี (8 ช่องทาง) ดังนี้

1. การชำระเงินออนไลน์ผ่านบัญชีธนาคารต่างๆ (Page to Page) ประกอบด้วย
 - 1.1 ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
 - 1.2 ธนาคารออมสิน
 - 1.3 ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
 - 1.4 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
 - 1.5 ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
 - 1.6 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
 - 1.7 ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
2. การชำระเงินออนไลน์ผ่านบัตรเครดิต/เดบิต (Payment Gateway) ซึ่งธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ให้บริการเพียงรายเดียว (รายงานประจำปี 2564 กรมธนารักษ์, 2564)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



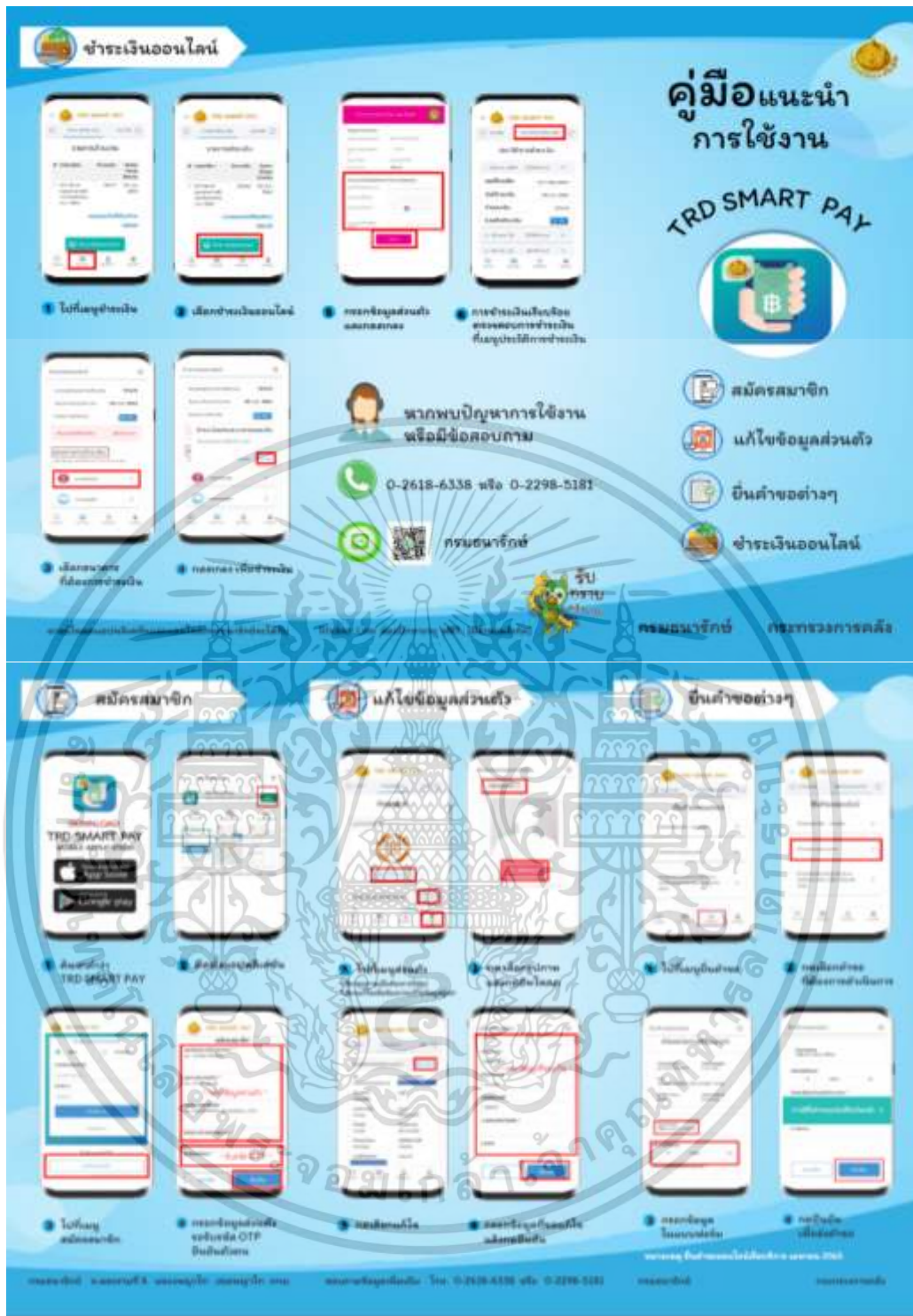
ภาพที่ 2.2 แสดงช่องทางชำระค่าเข้าที่ราชพัสดุผ่านระบบ e-Payment กรมธนารักษ์
ที่มา : รายงานประจำปี 2564 กรมธนารักษ์, 2564

“TRD Smart Pay” เป็นแอปพลิเคชันที่กรมธนารักษ์ได้จัดทำขึ้นใหม่และเปิดให้บริการใช้งานเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2564 โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อสนับสนุนนโยบาย E-government ของภาครัฐ
2. เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ให้แก่ผู้เข้าที่ราชพัสดุทั่วประเทศ
3. เพื่อส่งเสริมการให้ผู้เข้าที่ราชพัสดุใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay
4. เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่กรมธนารักษ์

ผู้ใช้งานสามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน จาก App Store (ระบบปฏิบัติการ iOS) หรือ จาก Play Store (ระบบปฏิบัติการ Android) เมื่อดาวน์โหลดเรียบร้อยแล้วผู้ใช้งานจะต้องลงทะเบียนใช้งาน โดยกรอกข้อมูลส่วนตัว และรอรหัส OTP เพื่อยืนยันตัวตน ซึ่งผู้ที่สามารถลงทะเบียนได้ จะต้องเป็นผู้เข้าที่ราชพัสดุนั้น (กรมธนารักษ์, 2564)

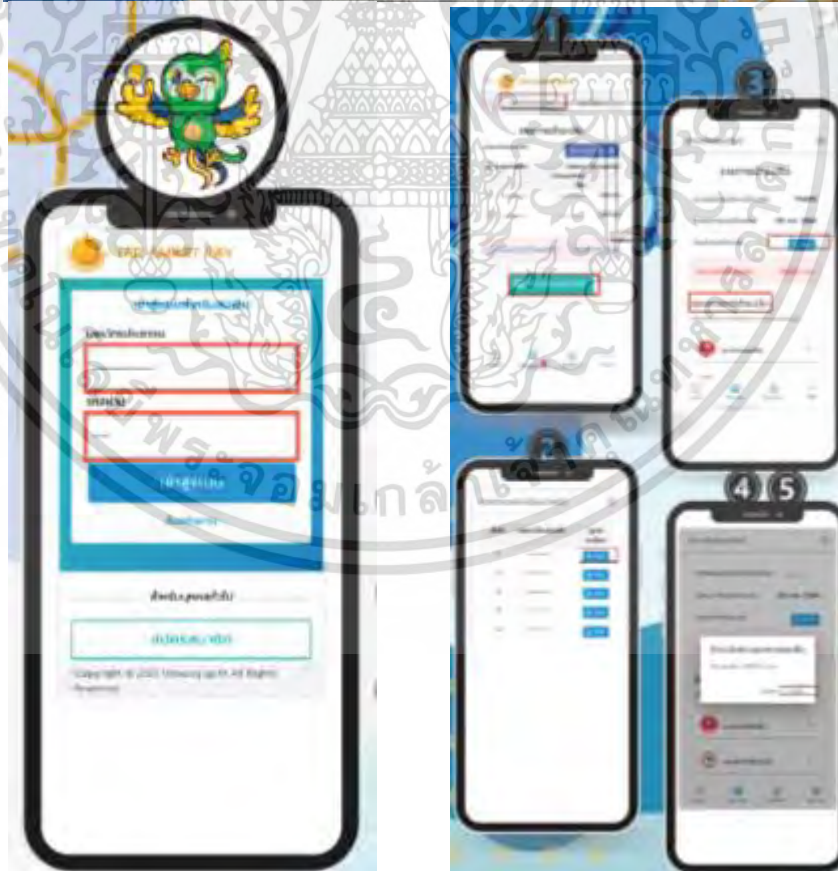
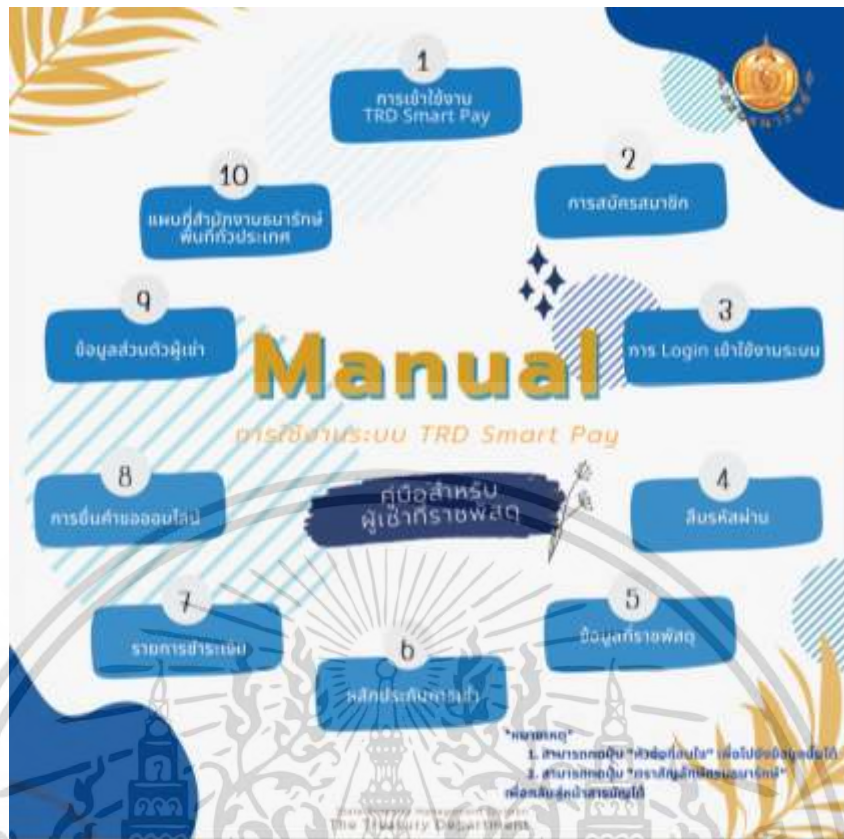
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.3 คู่มือแนะนำการใช้งาน TRD Smart Pay
ที่มา : กรมธนารักษ์, 2564

ทั้งนี้ กรมธนารักษ์ได้พัฒนาการให้บริการของแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay อย่างต่อเนื่อง โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ผู้เช่าที่ราชพัสดุที่ลงทะเบียนใช้งานแอปพลิเคชัน สามารถดูข้อมูลที่ราชพัสดุ ข้อมูลส่วนตัวผู้เช่า หลักประกันการเช่า ชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน และยื่นคำขออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay (กรมธนารักษ์, 2565)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.4 แสดงภาพรวมการใช้งาน TRD Smart Pay สำหรับผู้เข้าที่ราชพัสดุ
ที่มา : กรมธนารักษ์, 2565

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

2.2.1 ทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA)

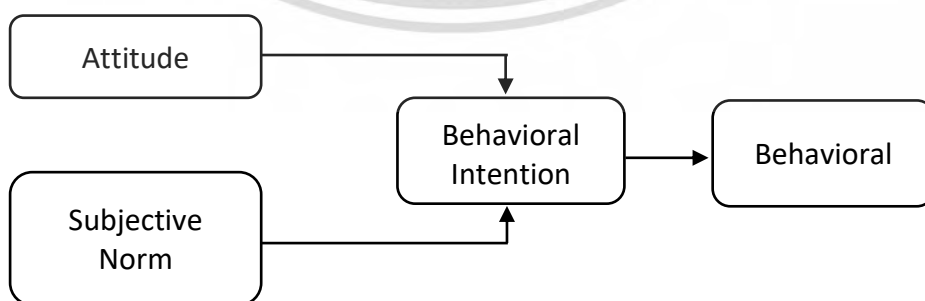
ทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผลหรือ TRA นำเสนอโดย (I. Ajzen, & Fishbein, M., 1980) เป็นหนึ่งในทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคม (Social Psychology) ซึ่งถูกนำมาใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการศึกษาพฤติกรรมมนุษย์มากที่สุด ทฤษฎีนี้แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อ (Beliefs) ทศนคติ (Attitude) ความตั้งใจ (Intention) และพฤติกรรม (Behavior) ตามแนวคิดที่ว่ามนุษย์โดยปกติแล้วเป็นผู้มีเหตุผล พฤติกรรมของแต่ละบุคคลจึงไม่ได้เกิดขึ้นโดยขาดการพิจารณามาก่อน ดังนั้น การที่บุคคลจะมีหรือไม่มีพฤติกรรมใดอย่างหนึ่งนั้น จะเกิดความตั้งใจและมีเหตุผล จะเห็นว่าพฤติกรรมและความตั้งใจของแต่ละบุคคลนั้นเป็นผลมาจากความเชื่อที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1) ทศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (Attitude toward Behavior) เป็นความเชื่อของแต่ละบุคคลว่า การมีหรือไม่มีพฤติกรรมใดนั้นจะทำให้เกิดผลลัพธ์ที่แน่นอนตามที่บุคคลนั้นได้ประเมินไว้แล้ว

2) บรรทัดฐานเชิงจิตวิสัย (Subjective Norm) เป็นความเชื่อของแต่ละบุคคลที่ว่า การมีหรือไม่มีพฤติกรรมจะคล้อยตามคนรอบข้างที่มีอิทธิพลหรือมีความสำคัญกับตน

แม้ TRA จะเป็นทฤษฎีที่ใช้อธิบายพฤติกรรมโดยทั่วไป แต่ก็สามารถนำมาประยุกต์กับการทำนายพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีได้เช่นเดียวกัน โดยการมองว่าทศนคติต่อการใช้งานและบรรทัดฐานเชิงจิตวิสัยจะเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความตั้งใจในการใช้งาน เทคโนโลยี และจะส่งผลต่อพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีของบุคคลในที่สุด (Yahyapour, 2008)

ทศนคติที่มีต่อพฤติกรรม คือปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล บุคคลจะประเมินภาพรวมของพฤติกรรมจากความเชื่อถึงผลที่น่าจะตามมา ไม่ว่าจะ เป็นความรู้สึกเชิงบวกหรือเชิงลบเกี่ยวกับการแสดงพฤติกรรม บุคคลที่ประเมินพฤติกรรม และเชื่อว่าให้ผลเชิงบวก บุคคลจะมีทศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมในทางตรงข้ามถ้าผลการประเมินเป็นเชิงลบ บุคคลจะมีทศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมดังกล่าว บรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรม คือการรับรู้ของแต่ละบุคคล เกี่ยวกับความคาดหวัง หรือความต้องการของกลุ่มบุคคลในสังคมที่มีความสำคัญต่อบุคคล ในการแสดงหรือไม่แสดงพฤติกรรมใด ๆ ถือเป็นแรงจูงใจให้แต่ละบุคคลปฏิบัติตามความต้องการของ กลุ่มบุคคลในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มบุคคลใกล้ชิด อาทิ บุคคลในครอบครัว เพื่อนร่วมงาน ที่ต้องการให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง แสดงในรูปของแบบจำลอง (สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2016) ดังภาพ



ภาพที่ 2.5 ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (The Theory of Reasoned Action หรือ TRA)

ที่มา : สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2016

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพที่ 2.5 แสดงถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยทัศนคติ คือ ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม และปัจจัย บรรทัดฐานเชิงจิตวิสัย คือ บรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงผลพฤติกรรม ส่งผลถึงความตั้งใจแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention) ทำให้เกิดพฤติกรรมในการยอมรับการใช้เทคโนโลยี

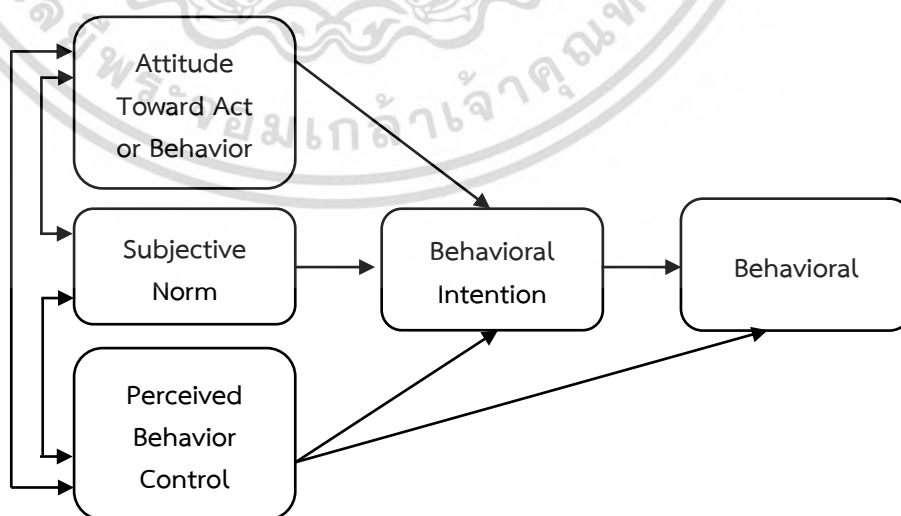
จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผลหรือ TRA สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการนำศึกษาวิจัยเพื่อที่จะเกิดการรับรู้ถึงปัจจัยใดส่งผลต่อการใช้ออปพลิเคชัน TRD Smart Pay ในเขตพื้นที่ชุมพร ด้วยการนำมาอธิบายสาเหตุแห่งพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ว่าครอบข้างเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการคล้อยตามในการใช้ออปพลิเคชันหรือไม่

2.2.2 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนหรือ TPB นำเสนอโดย (I. Ajzen, & Fishbein, M., 1985) เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากทฤษฎี TRA โดย Ajzen ได้เพิ่มปัจจัยการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเองในการแสดงผลพฤติกรรมใดๆ (Perceived Behavioral Control) เพื่อลดข้อจำกัดของทฤษฎี TRA เนื่องจากการแสดงผลพฤติกรรมของแต่ละบุคคลไม่สามารถเกิดขึ้นได้จริง ถ้าหากพฤติกรรมนั้นมีความซับซ้อนเกินกว่าความสามารถของบุคคลจะควบคุมได้ โดยสามารถนำมาปรับใช้เพื่อศึกษาความตั้งใจและพฤติกรรมในบริบทที่หลากหลาย รวมถึงช่วยสร้างความเข้าใจในการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคลได้ หลักการของ TPB จะศึกษาพฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่ได้รับแรงขับเคลื่อนจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรมจากปัจจัยหลัก 3 ประการได้แก่

1. ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (Attitude toward Behavior)
2. บรรทัดฐานเชิงจิตวิสัย (Subjective Norm)
3. การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเองในการแสดงผลพฤติกรรมใด ๆ (Perceived Behavioral Control)

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตามทฤษฎี TPB ข้างต้น แสดงในรูปของแบบจำลอง (สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2016) ดังภาพ



ภาพที่ 2.6 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior หรือ TPB)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

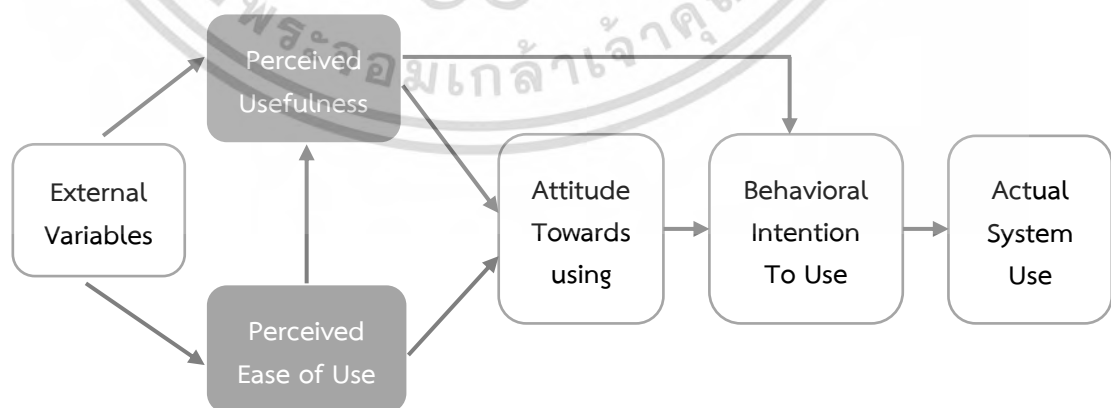
ที่มา : สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2016

จากภาพที่ 2.6 แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจ หรือพฤติกรรมได้รับอิทธิพลจากทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรม และการรับรู้ ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเองในการแสดงพฤติกรรมใดๆ ที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมด้วย ซึ่งการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเองในการแสดงพฤติกรรมใดๆ คือการรับรู้ถึงความยากหรือง่ายในการแสดงพฤติกรรม ถ้าบุคคลรับรู้ว่ามีความสามารถที่จะแสดงพฤติกรรม ในสภาพการณ์นั้นได้และสามารถควบคุมให้เกิดผลลัพธ์ตามต้องการได้บุคคลจะมีแนวโน้ม ที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนหรือ TPB มีประโยชน์ต่อการนำมาศึกษาวิจัย ซึ่งทัศนคติต่อพฤติกรรมการคล้อยตามการรับรู้ มีผลต่อเจตนาที่จะส่งผลต่อการยอมรับหรือ แสดงพฤติกรรมนั้นออกมา ดังนั้น ถ้าบุคคลมีระดับความสามารถที่จะควบคุมปัจจัยต่างๆ และเชื่อมั่นในความสามารถที่จะแสดงพฤติกรรมนั้นได้ จะนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนหรือ TPB จึงนำมาใช้ในการศึกษาการรับรู้ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้อแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในด้านทัศนคติ และการรับรู้ต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay

2.2.3 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี หรือ TAM เสนอโดย Davis (1989) เป็นการพัฒนาเพิ่มเติมจากทฤษฎี TRA และทฤษฎี TPB หลักการของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี คือ การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับหรือการตัดสินใจที่จะใช้เทคโนโลยีใหม่ว่าผู้ใช้จะใช้เมื่อไร และจะมีแนวโน้มการใช้งานอย่างไร ซึ่งมีปัจจัยหลักได้แก่ ตัวแปรภายนอก (External Variables) การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) ซึ่งหมายถึงระดับความเชื่อว่าจะช่วยสามารถเพิ่มประสิทธิภาพได้ และการรับรู้ในการใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use) ซึ่งหมายถึง ระดับความเชื่อที่ว่าเทคโนโลยีนั้นไม่ต้องใช้ความพยายามที่จะใช้งาน ซึ่งจะส่งผลต่อปมทัศนคติในการใช้ (Attitude Toward Using) และส่งผลไปยังพฤติกรรมที่มีแนวโน้มจะใช้ (Behavioral Intention to use) จากนั้นจึงเกิดการใช้งานจริง (Actual System Use) สามารถอธิบายความหมายของปัจจัย ดังรูปภาพ



ภาพที่ 2.7 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี

ที่มา: (Davis, 1989)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ดังนี้

1) การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้เชื่อว่าประโยชน์ของเทคโนโลยีจะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับงานของตน ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับทัศนคติที่มีต่อการใช้งานและพฤติกรรมของผู้ใช้

2) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้เชื่อว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้มีความง่ายในการใช้งาน สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องอาศัยความพยายามมากนัก ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานและทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน

3) ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward Using) หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้งานที่มีต่อเทคโนโลยีนั้น ๆ ซึ่งเกิดจากการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานและการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการใช้งาน

4) ความตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intention) หมายถึง พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งานเทคโนโลยีนั้น ๆ โดยได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานและทัศนคติที่มีต่อการใช้งานเทคโนโลยีนั้น

5) การใช้งานจริง (Actual Use) หมายถึง การยอมรับเทคโนโลยีโดยการนำมาใช้จริง โดยมีทัศนคติต่อการใช้งานเป็นตัวแปรที่มีผลต่อการใช้งานจริงของผู้ใช้ นอกจากนี้ยังมีตัวแปรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ อิทธิพลของสังคม/เครือข่ายทางสังคม (Social Influence) การกระทำโดยบุคคลหนึ่ง ๆ หรือหลายบุคคลที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ความรู้สึก และการตัดสินใจของผู้อื่น ทัศนคติต่อการใช้งาน (Attitude Toward Use) หมายถึง ทัศนคติของผู้ใช้งานที่เป็นผลมาจากการรับรู้ถึงประโยชน์และขั้นตอนที่ง่ายในการใช้เทคโนโลยีหากมีการรับรู้ดังกล่าวในระดับที่มาก จะส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีนั้น เกิดความตั้งใจในการใช้งานอย่างสม่ำเสมอ

สรุปได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยีเป็นความเชื่อ และความคาดหวังต่อระบบสารสนเทศที่จะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) ของ Davis (1989) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ได้พัฒนาขยายองค์ความรู้ต่อจากทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผล (TRA) และทฤษฎีการกระทำตามแผน (TPB) ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ความตั้งใจในการใช้งาน และการใช้งานจริง เพื่อใช้เป็นปัจจัยในการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าด้านการใช้งาน

การรับรู้คุณค่า หมายถึง การประเมินความคุ้มค่าของผู้บริโภคระหว่างสิ่งที่พวกเขาได้รับ เช่น คุณภาพและความสะดวก กับสิ่งที่ผู้บริโภคสูญเสียไป เพื่อแลกสินค้าหรือบริการมา การรับรู้คุณค่าจะเพิ่มมากขึ้นต่อเมื่อผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับคุ้มค่าหรือมากกว่าต้นทุนที่ผู้บริโภคจ่ายไป (Al-Ansi & Han, 2019) สอดคล้องกับ Zeithaml (1988) ได้นิยามการประเมินคุณค่าไว้ว่าเปรียบเสมือนการลงทุนอย่างหนึ่ง กล่าวคือผู้บริโภคไม่เพียงแต่ต้องเสียสละต้นทุนการเงินเพื่อแลกสินค้าหรือบริการเท่านั้น แต่ยังรวมถึงค่าเสียโอกาสที่ไม่ใช่ตัวเงิน อาทิ เวลาและความพยายามในการซื้อ ดังนั้น ผู้บริโภคจึงจำเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้องให้ความสำคัญกับการประเมินคุณค่าก่อนตัดสินใจซื้อ เพื่อให้มั่นใจว่าต้นทุนที่เสียไปไม่ว่าเป็นตัวเงิน หรือไม่ใช่ตัวเงินนั้นคุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับ

การรับรู้คุณค่าเป็นแนวความคิดที่เริ่มมีมาตั้งแต่ปี 1990 และได้รับความสำคัญอย่างต่อเนื่อง โดย Hartnett (1998) ได้กล่าวไว้ว่า การที่องค์กรสามารถส่งมอบคุณค่าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า จะทำให้องค์กรมีจุดแข็งที่แตกต่างและเกิดความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมได้ในระยะยาว ซึ่งนิยามของการรับรู้คุณค่านั้น หมายถึง การที่ลูกค้าได้รับอรรถประโยชน์ (Utility) จากสินค้าหรือบริการ ในมุมมองที่มีการเปรียบเทียบสิ่งที่ส่งมอบ (Give) กับสิ่งที่ลูกค้าเสียไป (Get) ว่าคุ้มค่ากันหรือไม่ ถ้าสินค้าหรือบริการนั้นมีคุณค่ามากกว่าสิ่งที่ลูกค้าจ่ายไป ลูกค้าจะรับรู้ได้ถึงคุณค่าของสินค้าหรือบริการนั้น (Zeithaml, 1998) แต่มุมมองในเรื่องการรับรู้คุณค่าตามที่ได้กล่าวไปนั้น เป็นมุมมองที่กล่าวเพียงด้านเดียว ซึ่งการรับรู้ถึงคุณค่าของลูกค้ามีหลายด้านและซับซ้อนกว่าการวัดแค่ด้านคุณภาพและราคาเพียงอย่างเดียว (Sweeney & Soutar, 2001) โดยที่ภัทรพร วงศ์สุชาติ (2555) ได้อ้างอิงถึง ทฤษฎีที่นำมาศึกษาถึงการรับรู้คุณค่าที่มีมุมมองในการวัดหลายด้าน นั่นคือทฤษฎีคุณค่าของการบริโภค (Theory of consumption values) โดย Sheth, Newman and Gross (1991) ได้อธิบายถึงการรับรู้คุณค่า 5 ด้าน ดังนี้

1) คุณค่าทางด้านการใช้งาน (Functional Value) การใช้ประโยชน์จากสิ่งนั้น ไม่ว่าจะ เป็นสิ่งที่จับต้องได้หรือจับต้องไม่ได้ เช่น การตกแต่งห้องพัก สาธารณูปโภคภายในโรงแรม รวมไปถึงการรับบริการจากพนักงานโรงแรม

2) คุณค่าทางสังคม (Social Value) สภาพสิ่งแวดล้อมที่ลูกค้าสัมผัส ณ ขณะนั้น ที่แสดงถึงการได้รับการยกย่อง หรือยอมรับจากบุคคลรอบตัว โดยสินค้าหรือบริการนั้นต้องสามารถบ่งบอก ระดับสังคมนั้นได้ จนทำให้ลูกค้ารู้สึกมีคุณค่า มีตัวตน

3) คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) การที่สินค้าหรือบริการสามารถกระตุ้นให้เกิดความรู้สึก ซึ่งจะเป็ตัวแปรสำคัญสำหรับประสบการณ์ของลูกค้า ซึ่งมักจะเกิดช่วงที่ลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กับพนักงาน เช่น พนักงานต้อนรับที่หน้าโรงแรม ถ้าลูกค้าได้รับการบริการที่ดีก็จะก่อให้เกิดประสบการณ์ที่ดีจนสามารถสร้างความประทับใจจนเกิดเป็นความผูกพันได้ จนสามารถพัฒนาไปสู่ความจงรักภักดีได้

4) คุณค่าทางองค์ความรู้ (Epistemic Value) ประสบการณ์แปลกใหม่ที่ได้จากการใช้สินค้าหรือการรับบริการ เนื่องจากพื้นฐานของผู้บริโภคนั้นชอบลองอะไรใหม่ ไม่ชอบความจำเจ จึงทำให้เกิด การเสาะหา หรือการทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ จนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากการใช้สินค้าหรือบริการเดิมเป็นสินค้าหรือบริการใหม่ที่ไม่เคยมีประสบการณ์

5) คุณค่าด้านเงื่อนไข (Conditional Value) คุณค่าของสินค้าและบริการจากสถานการณ์ที่ลูกค้าเผชิญอยู่

ดังนั้น จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้นเรื่องการรับรู้คุณค่า นั้น งานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีคุณค่าการบริโภค (Theory of consumption values) โดย Sheth, Newam and Gross (1991) 5 ด้าน ประกอบด้วย คุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าทางองค์ความรู้ และคุณค่าด้านเงื่อนไข ซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรมไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้าง สลับซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดความพึงพอใจโดยตรง แต่สามารถวัดได้โดยทางอ้อมโดยการวัด ความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้น และการแสดงความคิดเห็นนั้นจะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงจึง สามารถวัดความพึงพอใจนั้นได้

พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2556 กล่าวไว้ว่า "พึง" เป็นคำช่วยกริยาอื่น หมายความว่า "ควร" เช่น พึงใจ หมายความว่า พอใจ ชอบใจ และคำว่า "พอ" หมายความว่า เท่าที่ ต้องการ เต็มความต้องการ ถูกชอบ เมื่อนำคำสองคำมาผสมกัน "พึงพอใจ" จะ หมายถึง ชอบใจ ถูกใจ ตามที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับ กชกร เป้าสุวรรณ และคณะ (2550) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็น ความรู้สึกยินดี พอใจ ชอบใจของบุคคลหนึ่งที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อบุคคล เหล่านั้นได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ตนเองต้องการหรือเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ เมื่อความ ต้องการของบุคคลนั้นได้รับการตอบสนองหรือบรรลุมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าว จะลดลง หรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

1) ความหมายของความพึงพอใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2556) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง รัก และชอบใจ

จิราพร กำจัดทุกข์ (2552) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่เป็นการ ยอมรับ ความรู้สึกที่ยินดีความรู้สึกชอบในการได้รับบริการหรือได้รับการตอบสนองตามความคาดหวัง หรือความต้องการที่บุคคลนั้นได้ตั้งไว้

สมบัติ บารมี (2551) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกเป็นสุขที่เกิดจาก ทัศนคติทางด้านบวกที่มีต่อสิ่งเราหรือสิ่งกระตุ้นทั้งจากภายในและภายนอกของปัจเจกบุคคล

วิมลสิทธิ์ ทรายางกูร (2549) กล่าวถึงความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจ เป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนที่มีสัมผัสกับโลกทัศน์เกี่ยวกับการจัดการสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึก ของ บุคคลที่มีต่อการจัดการสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกดี เลว พอใจ ไม่พอใจ สนใจ ไม่สนใจ

อุทัยพรรณ สุดใจ (2545) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติ ของ บุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาจเป็นไปในเชิงประเมินค่าว่าความรู้สึก หรือทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่ง ใด นั้น เป็นไปในทางบวกหรือทางลง

มณี โปธิเสน (2543) ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกยินดี หรือเจต คติที่ดี ของบุคคลเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการของตน ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีในสิ่งนั้น ๆ

โวลแมน (Wolman) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (Felling) มี ความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายที่ต้องการหรือตามแรงจูงใจ

วรูม (Vroom) ได้กล่าวว่า ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถ interchangeable ได้ เพราะทั้งสองคำนี้หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดง ให้เห็นถึงสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้นและทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นถึงสภาพความพึงพอใจ

มอร์ส (Morse) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลด ความตึงเครียดของบุคคลให้น้อยลงได้ ถ้าความตึงเครียดมีมากก็จะทำให้เกิดความไม่พอใจ ซึ่งความตึง แอกระหว่างนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครียดนี้ มีผลมาจากความต้องการของมนุษย์ หากมนุษย์มีความต้องการมากก็จะเกิดปฏิกิริยาเรียกร้อง แต่ถ้าเมื่อใดความต้องการได้รับการตอบสนอง ก็จะทำให้เกิดความพอใจ

2) ลักษณะความพึงพอใจ

สุรศักดิ์ นาถวิล (2544) ได้กล่าวถึง ลักษณะความพึงพอใจไว้ดังนี้

1. ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกทางบวกของบุคคล หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด บุคคลจะรับรู้ความพึงพอใจ จำเป็นต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมรอบตัว การตอบสนองความต้องการของมนุษย์ส่วนบุคคลด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่นและสิ่งต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันทำให้แต่ละคนมีประสบการณ์รับรู้ เรียนรู้ สิ่งที่ได้รับการตอบสนองแตกต่างกันไป และหากสิ่งที่ได้รับเป็นไปตามความต้องการก็จะก่อให้เกิดความพึงพอใจ

2. ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์บริการก่อนที่ลูกค้าจะมาใช้บริการใดก็ตาม มักจะมีมาตรฐานของการบริการนั้นไว้ในใจอยู่ก่อนเสมอแล้ว ซึ่งมีแหล่งอ้างอิงมาจากคุณค่าหรือเจตคติที่ยึดถือต่อบริการจากโฆษณา การให้คำมั่นสัญญาของผู้ให้บริการเหล่านี้เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้รับบริการใช้เปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับในวงจรของการให้บริการตลอดช่วงเวลาของความจริง สิ่งที่ผู้บริการได้รับความรู้เกี่ยวกับการบริการที่ได้รับบริการ คือ ความคาดหวังในสิ่งที่คิดว่าได้รับ (Expectations) นี้มีอิทธิพลต่อช่วงเวลาของการเผชิญความจริงหรือการพบปะระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการเป็นอย่างมาก เพราะผู้รับบริการจะประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงในกระบวนการ บริการที่เกิดขึ้น (Performance) กับความหวังเอาไว้ หากสิ่งที่ได้รับเป็นไปตามความคาดหวังถือว่าเป็นการยืนยันที่ถูกต้อง (Confirmation) กับความคาดหวังของผู้รับบริการ ย่อมเกิดความพึงพอใจต่อการบริการดังกล่าว แต่ถ้าไม่เป็นไปตามคาดหวัง อาจจะสูงหรือต่ำกว่านั้นว่าเป็นการยืนยันที่คลาดเคลื่อน (Disconfirmation) ความคาดหวังดังกล่าว ทั้งนี้ ช่วงความแตกต่าง (Discrimination) ที่เกิดขึ้นจะชี้ให้เป็นระดับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจมากน้อยได้ ถ้ายืนยันเบี่ยงเบนไปในทางบวกแสดงถึงความพึงพอใจ ถ้าไปในทางลบแสดงถึงความไม่พอใจ

3) ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของทางผู้รับบริการต่อการให้บริการ ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่สำคัญ ดังนี้ (ศิริพร ต้นติพุลวินัย, 2538)

1. สถานที่บริการ การเข้าถึงการบริการได้สะดวกเพื่อลูกค้ามีความต้องการย่อมเกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ทำเลที่ตั้งและกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึงเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ

2. การส่งเสริมการแนะนำการบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการได้ยินข้อมูลข่าวสาร หรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงของการบริการไปในทางบวกซึ่งหากตรงกันความเชื่อถือก็จะมีความรู้สึกดีกับการบริการดังกล่าว อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้ความต้องการบริการตามมา

3. ผู้บริการและผู้ปฏิบัติการ ล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงาน บริการให้ผู้บริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริการที่วางนโยบายการบริการ โดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลักย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย เช่นเดียวกับผู้ปฏิบัติงานหรือพนักงานที่ตระหนักถึงลูกค้าสำคัญ แสดงพฤติกรรมการบริการและสนองที่ลูกค้าต้องการความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้าขึ้นมามีชมสภาพแวดล้อมของการบริการเกี่ยวข้องกับการออกแบบสถานที่ ความสวยงาม การตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีสันทัน การจัดแบ่งพื้นที่สัดส่วน ตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้บริการ เช่น ถูกระดาษหิวใส่ของ ชองจดหมาย ฉลาก สินค้า

5. ขบวนการบริการ มีวิธีการนำเสนอขบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้า ประสิทธิภาพของการจัดระบบบริการส่งผลให้การปฏิบัติการแก่ลูกค้า มีความคล่องตัวและสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ เช่น การนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาจัดระบบข้อมูลสำรองห้องพักรวมหรือสายการบิน การใช้เครื่องฝาก-ถอนอัตโนมัติ การใช้ระบบโทรศัพท์อัตโนมัติในการรับ-โอนสายในการติดต่อองค์การต่าง ๆ เป็นต้น หรือการให้ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอและเพียงพอ

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการ หมายถึง ความรู้สึกยินดีของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการในด้านต่าง ๆ ได้แก่ (มณีวรรณ ต้นไทย : 2533)

1. ด้านความสะดวกที่ได้รับ หมายถึง สถานที่ให้บริการ รวมถึงสถานที่จอดรถ ที่ให้บริการสะอาด อุปกรณ์ในการให้บริการ เช่น แบบฟอร์มไม่ขาดแคลน และมีการประชาสัมพันธ์งานบริการต่อเนื่อง

2. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการที่ได้รับ หมายถึง การที่เจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายเหมาะสม ยิ้มแย้มแจ่มใส ใช้วาจาสุภาพ มีความกระตือรือร้น มีการบริการเป็นระบบ มีขั้นตอนในการให้บริการ

3. ด้านคุณภาพบริการที่ได้รับ หมายถึง การได้รับการบริการที่ถูกต้อง ตรงไปตรงมา มีอุปกรณ์ไว้บริการพอเพียง มีคนคอยแนะนำและมีการแจ้งผลการบริการ

4. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ หมายถึง ระยะเวลาในการให้บริการที่กำหนดชัดเจน และดำเนินการให้เป็นไปตามเวลาที่กำหนด หากมีข้อบกพร่องสามารถแก้ไขทันที หรือไม่ล่าช้า

5. ด้านข้อมูลทั่วไป หมายถึง การค้นหาข้อมูลได้รับความสะดวก ข้อมูลทันสมัย สามารถสอบถามเพิ่มเติมได้ มีช่องทางการบริการข้อมูลที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว

4) ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ

การประเมินระดับความพึงพอใจเพื่อประกอบกับเกณฑ์มาตรฐานของประกันคุณภาพ มีผู้กล่าวถึงระดับความพึงพอใจไว้ดังนี้

การวัดระดับความพึงพอใจ สามารถทำได้หลายวิธีดังนี้ (ภณิดา ชัยปัญญา 2541)

1. การใช้แบบสอบถาม เพื่อต้องการทราบความคิดเห็น ซึ่งสามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือกหรือตอบคำถามอิสระ คำถามอิสระดังกล่าว อาจถามความพึงพอใจในด้านต่างๆ

2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจทางตรง ซึ่งต้องอาศัยเทคนิค และวิธีการที่ดีจะได้ข้อมูลที่เป็นจริง

3. การสังเกต เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจโดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคล เป้าหมาย ไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดจา กิริยา ท่าทาง วิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจัง และสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

5) การวัดความพึงพอใจ

Stromborg (1984) การวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนั้น จะวัดในเรื่องใด ย่อม แตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ที่จะศึกษา แต่มีวิธีที่นิยมใช้กันดังนี้

1. การสัมภาษณ์ วิธีนี้ผู้ศึกษาจะมีแบบสัมภาษณ์ที่มีคำถาม ซึ่งได้รับการทดสอบหาความเที่ยงตรง และความเชื่อมั่นแล้ว ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ข้อดีของวิธีนี้คือ ผู้สัมภาษณ์อธิบายคำถามให้ผู้ตอบเข้าใจได้ สามารถใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่อ่าน เขียนหนังสือไม่ได้ แต่มีข้อเสียคือ การสัมภาษณ์ต้องใช้เวลามาก และอาจมีข้อผิดพลาดในการสื่อความหมาย

2. การใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีที่มีผู้นิยมใช้มากที่สุด มีลักษณะเป็นคำถาม ที่ได้ทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นแล้ว กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบหรือเติมคำตอบ ข้อดีของวิธีนี้ คือ ได้คำตอบที่มีความหมายแน่นอน มีความสะดวกรวดเร็วในการสำรวจ สามารถใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ ข้อเสียคือ ผู้ตอบต้องสามารถอ่านออกเขียนได้ และมีความสามารถในการคิดเป็น ความพึงพอใจเป็นสภาวะที่มีความต่อเนื่อง ไม่สามารถบอกจุดเริ่มต้นหรือสิ้นสุดของความพึงพอใจได้ แบบสอบถามจึงนิยมสร้างแบบมาตรฐาน

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Kotler and Armstrong (2002) รายงานว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (motive) หรือแรงขับเคลื่อน (drive) เป็นความต้องการที่กดดัน จนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตั้งเครียด เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (recognition) การยกย่อง (esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตั้งเครียด

เชลลีย์ (Shelly, 1975, pp. 252-268) สรุปทฤษฎีความพึงพอใจไว้ว่า เป็นทฤษฎีว่าด้วยความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทุกชนิดของมนุษย์จะต้อง อยู่ในกลุ่มความรู้สึกทั้งสองแบบนี้ ความรู้สึกทางบวก คือ ความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความรู้สึกนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้ จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้ง 3 นี้ เรียกระบบความพึงพอใจ โดยความพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ ความพอใจสามารถแสดงออกมาในรูปของ ความรู้สึกทางบวกแบบต่างๆ ได้ และความรู้สึกทางบวกนี้ยังเป็นตัวช่วยให้เกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้นได้อีก

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติอย่างหนึ่งที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ ที่บุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งอาจเป็นผลบวกหากตรงกับความต้องการ หรือเป็นผลลบหากไม่ตรงกับความต้องการของบุคคล โดยผู้วิจัยได้นำทฤษฎีของ Shelly (1975) มาปรับใช้ในการศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้ออปพลิเคชัน TRD

Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร โดยได้ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วน เนื่องจากจะได้คำตอบที่มีความหมายแน่นอน และมีความสะดวกรวดเร็วในการสำรวจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิรนุช ศิริมงคล (2565) ศึกษาเกี่ยวกับ “การรับรู้คุณค่าและความภักดีต่อตราสินค้าพอดแคสต์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย : การตรวจสอบ ความตรงเชิงโครงสร้างและการศึกษาความสัมพันธ์” ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า พนักงานเจนเนอเรชั่นวายอายุ 21 -40 ปี ที่เคยใช้บริการ สินค้าพอดแคสต์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 26-30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาใน ระดับปริญญาตรีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ฟังพอดแคสต์ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ใช้เวลาฟัง 30 นาทีถึง 1 ชั่วโมง ฟังเพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เป็นหลักในระหว่างทำกิจกรรมอื่น ๆ (เช่น ทำงานอดิเรก, รับประทานอาหาร, พักผ่อน ฯลฯ) ผ่าน iTunes ด้วยโทรศัพท์มือถือโดยเลือกฟังรายการเกี่ยวกับธุรกิจ/การเงินเป็นส่วนใหญ่ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ของการรับรู้คุณค่า (Perceived value) กับความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) สินค้าพอดแคสต์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย: การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างและการศึกษาความสัมพันธ์ พบว่า ตัวแปรการรับรู้คุณค่าแบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบ ประกอบด้วยคุณค่าด้านประโยชน์และการใช้งาน (Functional value) คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional value) คุณค่าด้านสังคม (Social value) และคุณค่าด้านความอยากรู้อยากเห็น (Epistemic value) โดยโมเดลมีความสอดคล้องกับ ข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี (ค่าสถิติ Chi-square เท่ากับ 39.02 ค่า df เท่ากับ 28 ค่า p value เท่ากับ 0.081 RMSEA เท่ากับ 0.029 ดัชนี GFI เท่ากับ 0.99 ขณะที่ตัวแปรความภักดีต่อตราสินค้า ประกอบด้วย มิติเชิงพฤติกรรม (Behavioral dimensions) และมิติเชิงทัศนคติ (Attitudinal dimensions) โดยโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี (ค่าสถิติ Chi-square เท่ากับ 6.30 ค่า df เท่ากับ 8 ค่า p-value เท่ากับ 0.613 RMSEA เท่ากับ 0.000 ดัชนี GFI เท่ากับ 0.988) เมื่อศึกษาการรับรู้คุณค่าและความภักดีต่อตราสินค้าพอดแคสต์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย: การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างและการศึกษาความสัมพันธ์พบว่า การรับรู้คุณค่ามีอิทธิพลทางตรง (Direct effect) ต่อความภักดีต่อตราสินค้าพอดแคสต์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายโดยโมเดลที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี (ค่าสถิติ Chi square เท่ากับ 3.99 ค่า df เท่ากับ 5 ค่า p-value เท่ากับ 0.551 RMSEA เท่ากับ 0.000 ดัชนี GFI เท่ากับ 1.000) ตัวแปรทั้งหมดในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรความภักดีต่อตราสินค้าพอดแคสต์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายได้ร้อยละ 37

เตือนใจ เขียนชานาจ และคณะ (2564) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา ในระบบการศึกษาทางไกลรูปแบบออนไลน์มหาวิทยาลัยเอกชน” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและความ พึงพอใจของนักศึกษาในระบบการศึกษาทางไกลรูปแบบออนไลน์มหาวิทยาลัยเอกชน 2) ศึกษาอิทธิพลการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในระบบการศึกษาทางไกล รูปแบบออนไลน์มหาวิทยาลัยเอกชน 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความ พึงพอใจของนักศึกษาในระบบการศึกษาทางไกลรูปแบบออนไลน์มหาวิทยาลัยเอกชน ใช้ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาที่เรียนในระบบ การศึกษาทางไกลรูปแบบออนไลน์มหาวิทยาลัยเอกชน จำนวน

347 คน โดยการเลือกกลุ่ม ตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามแบบมาตรา

ไม่จำกัดทุกข้อ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วน 5 ระดับ สถิติที่ใช้ วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) การยอมรับเทคโนโลยีโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์, การรับรู้ความยากง่าย, และการรับรู้ถึงความเสี่ยง และความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ประกอบด้วย อาจารย์ผู้สอน, เนื้อหาหลักสูตร, สื่อการเรียนการสอน, และการบริหารและการจัดการการสอนแบบออนไลน์ 2) อิทธิพลการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ของนักศึกษาในระบบการศึกษาทางไกลรูปแบบออนไลน์มหาวิทยาลัยเอกชน มากที่สุด คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ ($b = .339$) การรับรู้ความยากง่าย ($b = .269$) และการรับรู้ถึงความเสี่ยง ($b = .268$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามลำดับ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของนักศึกษาในระบบการศึกษาทางไกลรูปแบบออนไลน์ มหาวิทยาลัยเอกชน ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ต่างกันมีความพึงพอใจในระบบ การศึกษาทางไกลรูปแบบออนไลน์ มหาวิทยาลัยเอกชนไม่แตกต่างกัน

ปฐมภรณ์ บำรุงผล (2563) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพระบบสารสนเทศที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ยื่นภาษีในธุรกิจภาคอุตสาหกรรม” ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีตำแหน่งเป็นพนักงานบัญชี ประเภทการจดทะเบียนบริษัทจำกัด ทุนการจดทะเบียนน้อยกว่า 5 ล้านบาท เป็นประเภทธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 5 ปี มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 100 คน และมีรายได้ต่อปีน้อยกว่า 10 ล้านบาท ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ด้านคุณภาพของระบบโครงสร้าง ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ด้านการตอบสนอง/โต้ตอบ ด้านความปลอดภัย ด้านความคาดหวังในการพยายาม ด้านอิทธิพลสังคม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความไว้วางใจ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ตของ ธุรกิจภาคอุตสาหกรรม ร้อยละ 64.6 อย่างมีนัยสำคัญที่ .05

ปฐมภรณ์ จันทร์วิภาวี (2563) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมการเงินโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมการเงิน Mobile Banking ในจังหวัดภูเก็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อประเมินปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและความสำเร็จของระบบสารสนเทศ 2) เพื่อประเมินผลกระทบของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มี อิทธิพลต่อปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและความสำเร็จของระบบสารสนเทศของผู้ใช้บริการ Mobile Banking ในจังหวัดภูเก็ต และ 3) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยประชากรศาสตร์ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและความสำเร็จของระบบสารสนเทศต่อพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking ของผู้ให้บริการในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดภูเก็ตที่มีประสบการณ์ใช้บริการธุรกรรมการเงิน Mobile Banking จำนวน 400 คน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้ การวิเคราะห์ทางสถิติด้วย การทดสอบค่าที (Independent-Sample T-Test) และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) อีกทั้งการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม โดยใช้วิธีของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมผู้ให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking ส่วนใหญ่ใช้เพื่อการโอนเงินเพื่อชำระค่าสินค้า (ซื้อสินค้าออนไลน์) โดยมีความถี่เฉลี่ยในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถือ (Mobile Banking) มากที่สุด คือ 20.36 ครั้งต่อเดือน และมียอดเงินที่เคาะโอนสูงสุดเฉลี่ย คือ 132,503.88 บาท เลือกใช้ของธนาคารไทยพาณิชย์มากที่สุด ร้อยละ 35.5 รองลงมา คือ ธนาคารกสิกรไทย ร้อยละ 21.25 และสาเหตุที่เลือกใช้บริการคือเงินเดือน ผ่านบัญชีของธนาคารร้อยละ 58.25 ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) ด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ด้านการรับรู้ความง่าย (Perceived Ease of Use) และด้านการนำมาใช้ (Adoption) คือ เห็นด้วยมากที่สุด ในขณะที่ความคิดเห็นต่อแบบจำลองความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (IS Success Model) ด้านคุณภาพข้อมูล (Information Quality) และด้านคุณภาพการบริการ (Service Quality) คือ เห็นด้วยมาก ด้านคุณภาพระบบ (System Quality) คือ เห็นด้วยมากที่สุด จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ สถานภาพและอาชีพที่แตกต่างกันมีระดับ ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีและแบบจำลองความสำเร็จของระบบสารสนเทศไม่แตกต่างกัน แต่ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีทั้ง 3 ด้านและแบบจำลองความสำเร็จของระบบสารสนเทศ คุณภาพข้อมูล (Information Quality) แตกต่างกัน และรายได้ที่ต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) แตกต่างกันพบว่า ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี และความสำเร็จของระบบสารสนเทศกับความถี่เฉลี่ยในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ (Mobile Banking) และยอดเงินที่เคาะโอนสูงสุดที่เคยทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ (Mobile Banking) ผลการวิเคราะห์พบว่า ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่เฉลี่ยในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ (Mobile Banking) ในขณะที่รายได้มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมากกับความถี่เฉลี่ยในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ (Mobile Banking) และ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อายุมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมากกับยอดเงินที่เคาะโอนสูงสุดที่เคยทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ (Mobile Banking) และ รายได้มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำกับยอดเงินที่เคาะโอนสูงสุดที่เคยทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ (Mobile Banking) ในส่วนของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีและความสำเร็จของระบบสารสนเทศ พบว่าทั้งสองปัจจัยไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่เฉลี่ยในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ (Mobile Banking) และ ไม่มีความสัมพันธ์กับยอดเงินที่เคาะโอนสูงสุดที่เคยทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ (Mobile Banking)

นพรัตน์ อุดมวงศ์ (2563) “การรับรู้คุณค่า และคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านขายยาที่มีหลายสาขา” ผลการวิจัยพบว่า สัดส่วนผู้ใช้บริการร้านขายยา Save drug คิดเป็น 55.2% และ ร้านขายยา Fascino คิดเป็น 44.8% ผู้ตอบแบบสอบถามมากเป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001-40,000 บาท และค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจในการรับรู้คุณค่าด้านคุณภาพ (Quality value) และคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) มากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านสังคม (Social value) การรับรู้คุณค่าด้านคุณภาพ (Quality value)คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนอง (Responsiveness) และคุณภาพการให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ (Tangible) เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่งผลทางบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อ ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านขายยาที่มีหลายสาขา และผลการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มผู้ใช้บริการร้านขายยา Save drug และร้านขายยา Fascino พบว่า ปัจจัยการรับรู้คุณค่าทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ คุณค่าด้านอารมณ์, คุณค่าด้านสังคม, คุณค่าด้านคุณภาพ และคุณค่าด้านตัวเงิน พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความมั่นใจในการใช้บริการ, ด้านการตอบสนอง, ด้านความใส่ใจ เข้าอกเข้าใจ และด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ในส่วนคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และการเปรียบเทียบผู้ใช้บริการร้านขายยา Save drug มีความพึงพอใจในการใช้บริการ มากกว่าร้านขายยา Fascino

หทัยภัทร วิฑูราภิข (2563) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ อิทธิพลของการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความผูกพันของผู้บริโภคผ่านช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจตราสินค้าแฟชั่น การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการรับรู้คุณค่าทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการใช้งาน ด้านความรู้สึก และด้านสังคม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อตราสินค้าแฟชั่น 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้าต่อตราสินค้าแฟชั่น ซึ่งได้ทำการวิจัยกับเฟซบุ๊กแฟนเพจตราสินค้าแฟชั่น ที่มีจำนวนผู้คนกดไลค์หรือกดติดตามมากที่สุด 10 อันดับแรก โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์กับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18 – 34 ปี ที่ได้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจตราสินค้าแฟชั่นที่กำหนด จำนวนทั้งสิ้น 242 คน ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้คุณค่า 3 ด้าน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค แต่การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งานมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือคุณค่าด้านสังคม และคุณค่าด้านความรู้สึกตามลำดับ อีกทั้งความพึงพอใจยังส่งผลกระทบบางอย่างต่อความผูกพันของผู้บริโภคต่อตราสินค้าแฟชั่น ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ

อุบลวรรณ ขุนทองและคณะ (2563) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษาระบบการชำระเงิน ผ่านสมาร์ตโฟน ด้วยเทคโนโลยี Near Field Communication (NFC) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษาระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนด้วยเทคโนโลยี Near Field Communication (NFC) รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนที่มีความตั้งใจใช้เทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา ระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนด้วยเทคโนโลยี Near Field Communication (NFC) จำนวน 432 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย ใช้สถิติพรรณนา ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน อันดับที่ 2 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา 432 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20–25 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท และส่วนใหญ่รู้จักช่องทางของเทคโนโลยี NFC จากการประชาสัมพันธ์ของธนาคาร ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษาระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน ด้วยเทคโนโลยี Near Field Communication (NFC) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เรียงลำดับความสำคัญจากคะแนนน้ำหนักสูงสุด พบว่า 1) ปัจจัยด้านการยอมรับการใช้นวัตกรรมด้านเทคโนโลยี ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพจากการใช้งาน และอิทธิพลของสังคม 2) ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และ 3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ออนไลน์ของการใช้ระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนด้วยเทคโนโลยี Near Field Communication (NFC) ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่ ความต่อเนื่อง และการรับรู้ทางออนไลน์ ส่วนตัวแปรที่เหลือ ได้แก่ ความคาดหวังในการพยายามใช้งาน สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน การรับรู้ถึงความเสี่ยง อารมณ์ทางออนไลน์ ความบันเทิงทางออนไลน์และ ประสิทธิภาพของเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่ไม่ใช่ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษาระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนด้วยเทคโนโลยี Near Field Communication (NFC) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร ตัวแปรจึงถูกสกัดออกก่อนเข้าในสมการแบบจำลอง

ชำนาญ เงินดี (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ รูปแบบการให้บริการการเงินระหว่างประเทศด้วยนวัตกรรมเทคโนโลยีธนาคารอินเทอร์เน็ตของไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาองค์ประกอบของการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีธนาคารอินเทอร์เน็ตของการบริการการเงินระหว่างประเทศของไทย และ (2) ศึกษาแบบการให้บริการการเงินระหว่างประเทศด้วยนวัตกรรมเทคโนโลยีธนาคารอินเทอร์เน็ตของไทย โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และภาคสนามด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ที่เป็นธนาคารพาณิชย์สัญชาติไทยและต่างชาตินี้ให้บริการการเงินระหว่างประเทศในกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งหมด 30 ราย ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกที่มีแนวคำถาม ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า ทั้งด้านข้อมูล แหล่งข้อมูลบุคคลจากตัวแทน และด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สำคัญในการสนับสนุนสิ่งที่ผู้ให้ข้อมูลได้กล่าวไว้ ผลการศึกษาพบว่า 1) องค์ประกอบของการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีธนาคารอินเทอร์เน็ตของการบริการการเงินระหว่างประเทศของไทย ตามแบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ สภาพแวดล้อมสนับสนุน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากนวัตกรรมเทคโนโลยี การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน และทัศนคติที่มีต่อการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี และ 2) รูปแบบการให้บริการการเงินระหว่างประเทศด้วยนวัตกรรมเทคโนโลยีธนาคารอินเทอร์เน็ตของไทยนั้น มี 3 รูปแบบคือ รูปแบบดั้งเดิม รูปแบบอินเทอร์เน็ตแบบ stand alone และรูปแบบอินเทอร์เน็ตแบบ online โดยที่องค์ประกอบดังกล่าวส่งผลต่อการพัฒนา รูปแบบดั้งเดิม มาจนปัจจุบันเป็นรูปแบบอินเทอร์เน็ตแบบ online

นฤมล กิมภากรณ์และคณะ (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าหลายมิติจากประสบการณ์การบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเครื่องมือวัดการรับรู้คุณค่าจาก ประสบการณ์การบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าที่เคยใช้บริการหรือซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม ประเภทเครื่องสำอางค์ บริการเสริมความงาม และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อดูแลรูปร่าง จำนวน 695 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามการรับรู้คุณค่าจากประสบการณ์ การบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม รวม 36 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบสอบถาม ปลายปิด โดยใช้มาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) สรุปได้ว่า การรับรู้คุณค่าจากประสบการณ์การบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อความงามในมิติด้านคุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าด้านสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ มีน้ำหนักในการรับรู้คุณค่าจากประสบการณ์การบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อความงามมากกว่ามิติคุณค่าด้านความรู้ ความคิด คุณค่าที่มีเงื่อนไข

สุธาทิพย์ นิธิสิริพงศ์และมณฑุปายาส ทองมาก (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจ ในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้านค้าเสมือน โดยประยุกต์ทฤษฎีคุณค่าของการบริโภค ซึ่งมีปัจจัยที่ศึกษาทั้งหมด 8 ปัจจัย ได้แก่ คุณค่าทางหน้าที่ คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางความรู้ความคิด คุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าทางเงื่อนไข ความกดดันทางเวลาของการส่งเสริมการขาย คุณภาพของเนื้อหาบนร้านค้าเสมือน และความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน ผลการศึกษาที่ได้พบว่า ผู้ใช้จะมีความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน จากอิทธิพลทางตรงของปัจจัยทางด้านคุณค่าทางหน้าที่ คุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าทางความรู้ความคิด คุณค่าทางเงื่อนไข คุณภาพของเนื้อหาบนร้านค้าเสมือน และอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยด้านคุณภาพของเนื้อหาบนร้านค้าเสมือน ที่มีอิทธิพลผ่านปัจจัย ด้านคุณค่าทางหน้าที่ และความกดดันทางเวลาของการส่งเสริมการขายส่งอิทธิพลผ่านคุณค่าทางอารมณ์ แต่ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคมและความกดดันทางเวลาของการส่งเสริมการขาย ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน

วริษฐา สุริยไพฑูริย์ (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ อิทธิพลของการรับรู้ความมีประโยชน์และความง่ายในการใช้งานที่ส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อสินค้าแฟชั่นของผู้บริโภคผ่านระบบพาณิชย์ งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านระบบพาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมถึงศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ ความมีประโยชน์ และความง่ายในการใช้งานที่ส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสงขลาและมีความสนใจในการซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านระบบพาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 384 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการหาค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมไปถึงการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น แบบพหุซึ่งกำหนดนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.01 จากผลการวิจัยด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคพบว่า ในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านระบบพาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ 1 ครั้ง ภายใน ระยะเวลา 1 - 2 เดือน ซึ่งในแต่ละครั้งซื้อสินค้าเป็นจำนวนเงิน 501 - 1,000 บาท และเสื้อผ้าเป็นสินค้าแฟชั่นที่นิยมซื้อมากที่สุด นอกจากนี้พบว่า เฟสบุ๊คเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างนิยม ใช้และมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด โดยส่วนใหญ่จะใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงเวลา 18.01 - 21.00 น. และจากผลการศึกษาอิทธิพลของตัวแปรที่ส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า การรับรู้ความมีประโยชน์และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติในการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ในการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมถึงการรับรู้ความมีประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และทัศนคติมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.01

Abdulla Al-Towfiq Hasan (2022) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณค่าและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการรับประทานอาหารที่ร้านอาหารจีนในบังกลาเทศ: บทบาทของคุณค่าที่กำกับตนเองและความเป็นธรรมด้านราคา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบผลกระทบของการรับรู้คุณค่า (คุณค่าทางความคิด คุณค่าทางประโยชน์ และคุณค่าเชิงเงื่อนไข) ต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการรับประทานอาหารที่ร้านอาหารจีนในบังกลาเทศ นอกจากนี้ การศึกษานี้ยังตรวจสอบผลของการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใกล้เคียงของคุณค่าในทิศทางของตนเองและผลของการกลั่นกรองของความเป็นธรรมด้านราคาต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณค่าและความตั้งใจเชิงพฤติกรรม แบบจำลองที่เสนอได้รับการทดสอบเชิงประจักษ์โดยรวบรวมคำตอบที่ใช้ประโยชน์ได้ 390 รายการ จากร้านอาหารบริการเต็มโต๊ะในบังคลาเทศผ่านการสัมภาษณ์ส่วนตัว วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบแบบจำลองการวัดความเกี่ยวข้องเชิงทำนาย และแบบจำลองโครงสร้างโดยใช้ SMART PLS 3 ผลการวิจัยพบว่า คุณค่าทางความคิดคุณค่าทางประโยชน์ และเงื่อนไข มีอิทธิพลอย่างมากต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของลูกค้าต่อการรับประทานอาหารที่ร้านอาหารจีน นอกจากนี้ คุณค่าในทิศทางของตนเองยังเป็นสื่อกลางบางส่วนและความเป็นธรรมของราคามีความเชื่อมโยงระหว่างคุณค่าที่รับรู้และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

Shaizatulaqma Kamalul Ariffin และคณะ (2021) ได้ศึกษาเรื่อง ความเข้าใจความตั้งใจของผู้บริโภคในการใช้บริการ e-wallet วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อตรวจสอบปัจจัยสำคัญที่อธิบายความตั้งใจที่จะใช้บริการ e-wallet (การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งาน ทศนคติการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ความไม่สอดคล้องซึ่งบวกร และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม) นอกจากนี้ยังมีการตรวจสอบบทบาทการกลั่นกรองของคุณค่าที่รับรู้ในความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความตั้งใจที่จะใช้ e-wallet ต่อไป กลุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้งาน e-wallet ทั้งหมด 257 รายเข้าร่วมในการสำรวจออนไลน์และทดสอบสมมติฐานด้วย SPSS/PLS-SEM ผลการวิจัยพบว่า การสร้างแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) และความพึงพอใจของผู้ใช้ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้ อย่างไรก็ตาม การรับรู้คุณค่าไม่ได้เสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน ความพึงพอใจของผู้ใช้และความตั้งใจในการใช้งาน e-wallet

Alenazy, Rahmi, and Khan (2019) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การตรวจสอบความถูกต้องของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology acceptance model: TAM) บนสื่อสังคมออนไลน์ ใช้สำหรับการเรียนรู้ร่วมกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเขียนร่วมกัน (Validation of TAM model on social media use for collaborative learning to enhance collaborative authoring) โดยมีวัตถุประสงค์การตรวจสอบความถูกต้องของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology acceptance model: TAM) ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ร่วมกัน ด้วยการวิจัยแบบเชิงปริมาณที่ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักวิจัยที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การวิเคราะห์ แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Structural equation modeling:SEM) ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ของการใช้สื่อสังคมระหว่าง แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology acceptance model: TAM) ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ได้ง่ายของการใช้ การรับรู้ความเพลิดเพลินต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการเรียนรู้ร่วมกันมีอิทธิพลเป็นบวก

Sahil Koul and Ali Eydgahi (2018) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM1) สำหรับการยอมรับเทคโนโลยีรถยนต์ที่ไม่มีคนขับ (Utilizing Technology Acceptance Model (TAM1) for driverless car technology Adoption) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีรถยนต์ไร้คนขับกับการรับรู้ ความสะดวกในการใช้เทคโนโลยีรถยนต์ไร้คนขับประสบการณ์การขับช้ออายุและความตั้งใจที่จะใช้ รถยนต์ไร้คนขับ ด้วยการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Descriptive Correlational) ที่ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง คือ การสำรวจออนไลน์ โดยใช้สถิติที่ใช้ในการวิจัยสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งผลการวิจัยพบว่าความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีรถยนต์ไร้คนขับ การรับรู้ความสะดวกในการใช้เทคโนโลยีรถยนต์ไร้คนขับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และความตั้งใจที่จะใช้รถยนต์ที่ไม่มีคนขับ นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญระหว่าง
ประสบการณ์การขับขี่อายุและความตั้งใจที่จะใช้รถยนต์ที่ไม่มีคนขับ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรต้น										ตัวแปรตาม	
		การยอมรับแอปพลิเคชัน					คุณค่าด้านการใช้งาน					ความพึงพอใจ	
		ประโยชน์ในการใช้งาน	ความง่ายในการใช้งาน	ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	ความตั้งใจในการใช้งาน	การใช้งานจริง	คุณค่าทางด้านการใช้งาน	คุณค่าทางสังคม	คุณค่าทางอารมณ์	คุณค่าทางองค์ความรู้	คุณค่าด้านเงื่อนไข		
ปฐมาภรณ์ บำรุงผล (2563)	การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพระบบสารสนเทศที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ยื่นภาษีในธุรกิจภาคอุตสาหกรรม		✓										✓
ปฐมาภรณ์ จันทร์วิภาวี (2563)	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมการเงินโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking)	✓	✓			✓							
นพรัตน์ อุดมวงศ์ (2563)	การรับรู้คุณค่า และคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านขายยาที่มีหลายสาขา							✓	✓				

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรต้น										ตัวแปรตาม
		การยอมรับแอปพลิเคชัน					คุณค่าด้านการใช้งาน					ความพึงพอใจ
		ประโยชน์ในการใช้งาน	ความง่ายในการใช้งาน	ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	ความตั้งใจในการใช้งาน	การใช้งานจริง	คุณค่าทางด้านการใช้งาน	คุณค่าทางสังคม	คุณค่าทางอารมณ์	คุณค่าทางองค์ความรู้	คุณค่าด้านเงื่อนใย	
หทัยภัทร วิฑูรานิข (๒๕๖๓)	อิทธิพลของการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความผูกพันของผู้บริโภคผ่านช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจตราสินค้าแฟชั่น						✓	✓	✓			
อุบลวรรณ ชุนทองและคณะ (2563)	ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษาระบบการชำระเงิน ผ่านสมาร์ทโฟน ด้วยเทคโนโลยี Near Field Communication (NFC)	✓	✓									
ชานาญ เงินดี (2562)	รูปแบบการให้บริการการเงินระหว่างประเทศ ด้วยนวัตกรรมเทคโนโลยีธนาคารอินเทอร์เน็ตของไทย		✓	✓								
นฤมล กิมภากรณ์และคณะ (2562)	การรับรู้คุณค่าหลายมิติจากประสบการณ์การบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม						✓	✓	✓			

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรต้น										ตัวแปรตาม
		การยอมรับแอปพลิเคชัน					คุณค่าด้านการใช้งาน					ความพึงพอใจ
		ประโยชน์ในการใช้งาน	ความง่ายในการใช้งาน	ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	ความตั้งใจในการใช้งาน	การใช้งานจริง	คุณค่าทางด้านการใช้งาน	คุณค่าทางสังคม	คุณค่าทางอารมณ์	คุณค่าทางองค์ความรู้	คุณค่าด้านเงื่อนไข	
Shaizatulaqma Kamalul Ariffin และคณะ (2021)	ความเข้าใจความตั้งใจของผู้บริโภคในการใช้บริการ e-wallet	✓		✓								✓
Alenazy, Rahmi, and Khan (2019)	การตรวจสอบความถูกต้องของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีบนสื่อสังคมออนไลน์ ใช้สำหรับการเรียนรู้ร่วมกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเขียนร่วมกัน	✓	✓									
Sahil Koul and Ali Eydgahi (2018)	การใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM1) สำหรับการยอมรับเทคโนโลยีรถยนต์ที่ไม่มีคนขับ	✓			✓							

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ในเขตพื้นที่ชุมพร โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 รูปแบบการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจากผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพรที่มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อวิเคราะห์และแสดงผลของการวิจัยให้ออกมาเป็นจำนวนและร้อยละ โดยทำการวิจัยแยกตามวัตถุประสงค์ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร คือ ผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพรที่มีประสบการณ์การใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay จำนวน 426 คน (ระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านที่ราชพัสดุของสำนักงานธนารักษ์พื้นที่ชุมพร, 2566)

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร กลุ่มประชากรที่ศึกษามีจำนวน 426 คน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคำนวณตัวอย่างจากสูตรของเครซีและมอร์แกน (Krecie & Morgan, 1970 อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2545) ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 203 คน โดยมีวิธีการคำนวณ ดังนี้

สูตรของเครซีและมอร์แกน

$$n = \frac{x^2 N p (1 - p)}{e^2 (N - 1) + x^2 p (1 - p)}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

X² = ค่าไคสแควร์ที่ df เท่ากับ 1 และระดับความเชื่อมั่น 95% (X² = 1.96 × 1.96)

p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (ถ้าไม่ทราบให้กำหนด p = 0.5)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อแทนค่าตัวแปรในสมการ โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยมีจำนวน 426 คน ยอมรับให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างได้ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรเท่ากับ 0.5 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเท่ากับ

$$\begin{aligned} n &= \frac{3.841 \times 426 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2 \times (426-1) + 3.841 \times 0.5 \times 0.5} \\ &= 202.21 = 203 \text{ คน} \end{aligned}$$

3.2.3 วิธีสุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างของการศึกษาวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุ ในเขตพื้นที่ชุมพร ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Stage Sampling) ซึ่งมีวิธีขั้นตอนการสุ่มดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยจะเลือกเก็บกลุ่มตัวอย่างจากผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพรที่มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” โดยได้ข้อมูลจากระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านที่ราชพัสดุของสำนักงานธนารักษ์พื้นที่ชุมพร

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random Sampling) โดยจะเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพรที่มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ให้ได้จำนวนที่ต้องการ คือ 203 คน

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพรที่มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay”

	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
ผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพรที่มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay”	426	203
รวม	426	203

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรต่างๆ ที่ได้นำมาศึกษาในวิจัยเรื่องนี้มาสร้างเป็นแบบสอบถาม ได้แก่ การยอมรับเทคโนโลยี คุณค่าด้านการใช้งาน และความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร โดยเครื่องมือวิจัยจะประกอบได้ด้วย 4 ส่วน ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบเพียงข้อเดียว จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยลักษณะแบบสอบถามจะเป็นการตรวจสอบรายการ (Check-List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี (Davis, 1989) ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ทศนคติที่มีต่อการใช้งาน ความตั้งใจในการใช้งาน และการใช้งานจริง โดยแบบสอบถามจะมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณค่าด้านการใช้งาน (Sheth, Newman and Gross, 1991) โดยประกอบด้วย คุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าด้านสังคม คุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าทางองค์ความรู้ และคุณค่าด้านเงื่อนไข โดยแบบสอบถามจะมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart (Shelly, 1975) โดยแบบสอบถามจะมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

3.3.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือของการศึกษาวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทำการศึกษา และรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี คุณค่าด้านการใช้งาน และความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น หนังสืองานวิจัย วิทยานิพนธ์ และเอกสารทางวิชาการอื่นๆ เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาทำการสร้างแบบสอบถามในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดสาระสำคัญ และขอบเขตของคำถามที่จะใช้ในแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การทำวิจัย

ขั้นตอนที่ 3 สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง ที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา ศึกษานิพนธ์ และประธานกรรมการที่ปรึกษา

ขั้นตอนที่ 4 ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปทำการตรวจสอบคุณภาพ ด้วยวิธีการหาความเที่ยงตรง (Validity) และหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยมีวิธีดำเนินการ ดังนี้

1) ค่าความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามฉบับร่างไปทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา(Content Validity) เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีเนื้อหาที่ถูกต้อง มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย และมีภาษาที่เหมาะสม ด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item Objective Congruence : IOC) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ขอความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่านที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ เป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและมาตรวัดในข้อคำถาม ให้มีความครอบคลุมในประเด็นที่ต้องการศึกษาวิจัย จากนั้นผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามไปปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน ที่ได้แนะนำเอาไว้ โดยใช้วิธีการพิจารณาเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดัชนีความสอดคล้อง IOC ซึ่งข้อคำถามใดที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67-1.00 จะสามารถนำข้อคำถามนั้นไปใช้จริงในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ ส่วนคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.67 จะทำการปรับปรุงแก้ไข หรือ อาจทำการตัดข้อคำถามนั้นออกไปจากแบบสอบถาม ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การพิจารณา คำถามในแต่ละของผู้ทรงคุณวุฒิเอาไว้ดังนี้

- ให้คะแนน +1 ถ้าคำถามนั้นมีความสอดคล้องและตรงกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ ที่ต้องการวัดอย่างแน่นอน

- ให้คะแนน 0 ถ้ายังไม่แน่นอนว่าคำถามนั้นมีความสอดคล้องและตรงกับเนื้อหา ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด

- ให้คะแนน -1 ถ้าคำถามนั้นไม่มีความสอดคล้องและตรงกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ ที่ต้องการวัดอย่างแน่นอน

จากนั้นผู้วิจัยจึงจะนำค่าที่ได้มาคำนวณตามสูตรของ Rovinelli and Hambleton (1977) โดยมีสูตรคำนวณ ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

โดยที่ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

2) การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา แล้วไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มทดลองที่มีความคล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการศึกษา ในงานวิจัยนี้ จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าข้อคำถามต่างๆ ในแบบสอบถามสามารถสื่อความหมาย ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการเก็บข้อมูลหรือไม่ จากนั้นผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามมาทดสอบค่า ความเชื่อมั่น (Reliability) เพื่อให้แบบสอบถามนั้นมีความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยจะทำการใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ทางสถิติ เพื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามกับคะแนนรวมของทุกคำถามใน แบบสอบถาม (Corrected Item Total Correlation) โดยจะต้องมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาตั้งแต่ 0.8 ขึ้นไป จึงเป็นเกณฑ์ที่ยอมรับได้ว่าข้อคำถามในแบบสอบถามดังกล่าวอยู่ในเกณฑ์ที่ดี และสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ อย่างไรก็ตามได้มีการพิจารณาจากเกณฑ์การประเมินความเที่ยงตรง สัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α)	การแปลความหมายระดับความเที่ยง
มากกว่า 0.9	ดีมาก
มากกว่า 0.8	ดี
มากกว่า 0.7	พอใช้
มากกว่า 0.6	ค่อนข้างพอใช้
มากกว่า 0.5	ต่ำ
น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 0.5	ไม่สามารถรับได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ภายนอก การค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยงานวิจัยเรื่องนี้ ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา หรือค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.959 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.8 จึงถือว่าค่าความเชื่อมั่นผ่านเกณฑ์สามารถนำไปใช้ในแบบสอบถามได้
ขั้นตอนที่ 5 นำไปปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะ ก่อนนำแบบสอบถามนั้น ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ได้ใช้วิธีการเก็บ รวบรวมข้อมูล 2 วิธี ดังนี้

วิธีที่ 1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่ม ประชากรตัวอย่างผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ในเขตพื้นที่ชุมพร จำนวน 203 ราย ซึ่งผู้วิจัยจะใช้แบบสอบถามเป็นรูปแบบออนไลน์ โดยผู้วิจัยได้ใช้บริการจากเว็บไซต์ Google ที่เรียกว่า Google form ในการสร้างแบบสอบถามออนไลน์ขึ้นมา และลิงค์แบบสอบถามให้ พร้อมที่จะนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของงานวิจัย โดยจะส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างทาง แอปพลิเคชัน Line

วิธีที่ 2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษางานวิจัยต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร โดย จะศึกษางานวิจัยจากสื่อต่างๆ อันได้แก่ หนังสือ บทความวิชาการ วิทยานิพนธ์ และเว็บไซต์ เป็นต้น

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรม สำเร็จรูปทางสถิติในการคำนวณ และบรรยายเชิงพรรณนา ซึ่งมีรายละเอียดการใช้สถิติในการวิเคราะห์ ข้อมูลดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เพื่อทำการศึกษารายการยอมรับเทคโนโลยี คุณค่าด้านการใช้งาน และความพึง พพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร โดยการ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อทำการอธิบายลักษณะของสิ่งที่ ต้องการจะศึกษาในกลุ่มแต่ละกลุ่ม โดยไม่อ้างอิงไปยังกลุ่มอื่นๆ สถิติที่ใช้ในส่วนนี้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลข คณิต (Arithmetic Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าความถี่ (Frequency)

ขั้นตอนที่ 2 ทำการพยากรณ์ระดับการส่งผลของการยอมรับเทคโนโลยี ที่ส่งต่อความพึงพอใจ ในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร และทำการพยากรณ์ ระดับการส่งผลของคุณค่าด้านการใช้งานที่ส่งต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร โดยการใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ด้วยวิธีการ วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาระดับการมีอิทธิพลระหว่าง ตัวแปรอิสระหลายตัวและตัวแปรตามที่มีระดับการวัดแบบช่วง (Interval Scale)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกณฑ์การให้คะแนนระดับความคิดเห็นในแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยนี้ มีลักษณะการให้คะแนนเป็นค่าความคิดเห็น 5 ระดับ เป็นการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคอร์ท (Likert Rating Scale) โดยมีระดับความคิดเห็นดังนี้

ระดับคะแนน 5 หมายถึง ระดับเห็นด้วยมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง ระดับเห็นด้วยมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง ระดับเห็นด้วยปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง ระดับเห็นด้วยน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง ระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนในแบบสอบถาม

ระดับความสำคัญของการยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการแอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ได้จัดเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด จากนั้นหาค่าเฉลี่ย โดยกำหนดความหมายดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

การแปลความหมายของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

เบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การแปลความหมายด้วยเทคนิค 27% ของ จุง เทห์ ฟาน (Jung The Fen อ้างอิงใน ประคอง กรรณสูตร. 2542) ดังนี้

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าน้อยกว่า 1.00 หมายถึง ข้อมูลมีการกระจายตัวน้อย

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าระหว่าง 1.00 - 2.00 หมายถึง ข้อมูลค่อนข้างกระจาย

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่ามากกว่า 2.00 หมายถึง ข้อมูลมีการกระจายตัวมาก

การพิจารณาความหมายของค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) คือค่าที่ใช้ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวกับตัวแปรตามที่มีการวัดระดับแบบช่วง (Interval Scale) โดยสามารถแปลความหมายของค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณจากโปรแกรมสำเร็จรูปได้ดังนี้

1. B Coefficients เป็นค่าสัมประสิทธิ์ในสมการ $Y = a + bX_1 + cX_2 + dX_3$ ที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ซึ่งเป็นผลที่ต้องการในงานวิจัย ถ้าหากค่า B Coefficients เป็นเครื่องหมายบวก จะแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในเชิงบวก และถ้าหาก ค่า B Coefficients เป็นเครื่องหมายลบ จะแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในเชิงลบ หรือความเป็นตรงกันข้ามกัน

2. Beta แสดงให้เห็นถึงตัวแปรอิสระตัวใด มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามมากหรือน้อยกว่ากัน ถ้าหากค่า Beta ของตัวแปรอิสระใดมีค่ามากกว่าโดยไม่สนใจเครื่องหมาย แปลว่าตัวแปรอิสระตัวนั้นจะมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามมาก

3. R-Square เป็นค่าที่แสดงให้เห็นถึงสมการที่ได้จะมีความแม่นยำก็เปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. Std. Error เป็นค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอยของแต่ละตัวแปรอิสระ

5. Tolerance และ VIF หากมีค่า Tolerance ที่เข้าใกล้ 0 และ ค่า VIF มีค่าเกินกว่า 10 หมายความว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองสูง ดังนั้นควรจะต้องตัดตัวแปรที่มีค่า VIF สูงสุดออกแล้วทำการวิเคราะห์ใหม่

6. Significant หรือ ค่า Sig ในตาราง ANOVA มีค่าต่ำกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า สมการนั้นมีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามค่า Sig. ในตาราง Coefficients สามารถบอกถึงตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามหรือไม่ หากค่า Sig. มีค่าต่ำกว่า 0.05 จะหมายความว่าตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญ หากค่า Sig. มีค่ามากกว่า 0.05 จะหมายความว่าตัวแปรอิสระไม่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญ และสามารถตัดออกจากสมการคำตอบได้

7. t เป็นค่าสถิติที่ ของการทดสอบ t ใช้ในการทดสอบว่าตัวแปรอิสระตัวใดควรนำไปใช้ในสมการพยากรณ์ได้บ้าง ถ้าหากว่าค่า t มีค่าสูงอย่างมีนัยสำคัญ จะหมายความว่า สามารถนำไปใช้ในสมการพยากรณ์ได้ และถ้าหากว่า $t > 2.58$ จะหมายความว่า มีความเชื่อมั่นที่ระดับนัยสำคัญยิ่งทางสถิติ 0.01 (sig**) และถ้าหากว่า $t > 1.96$ จะหมายความว่า มีความเชื่อมั่นที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (sig*)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร 2) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร 3) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของคุณค่าด้านการใช้งานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

สำหรับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยขอเสนอผลงานวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการศึกษการยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพรที่มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay

(n = 203)			
ตัวแปร	รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	74	36.50
	หญิง	129	63.50
รวม		203	100.00
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	-	-
	20 - 29 ปี	49	24.10
	30 - 39 ปี	49	24.10
	40 - 49 ปี	35	17.20
	50 - 59 ปี	58	28.60
	60 ปีขึ้นไป	12	6.00
รวม		203	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้เห็นไปใช้ประโยชน์ใด ๆ ก็ตาม กรุณาแจ้งเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ตัวแปร	รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	48	23.60
	ปริญญาตรี	144	71.00
	สูงกว่าปริญญาตรี	11	5.40
	รวม	203	100.00
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	55	27.10
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	90	44.30
	พนักงานบริษัทเอกชน	10	5.00
	เกษตรกร	22	10.80
	รับจ้าง	26	12.80
	รวม	203	100.0
รายได้	ต่ำกว่า 15,000 บาท	12	6.00
	15,000 – 25,000 บาท	91	44.80
	25,001 – 35,000 บาท	48	23.60
	35,001 – 45,000 บาท	32	15.80
	45,0001 – 55,000 บาท	10	4.90
	55,001 ขึ้นไป	10	4.90
	รวม	203	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 129 คน (ร้อยละ 63.50) ส่วนเพศชายจำนวน 74 คน (ร้อยละ 36.50) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 50 – 59 ปี จำนวน 58 คน (ร้อยละ 28.60) รองลงมา คืออายุ 20 - 29 ปี จำนวน 49 คน (ร้อยละ 24.10) อายุ 30 - 39 ปี จำนวน 49 คน (ร้อยละ 24.10) อายุ 40 - 49 ปี จำนวน 35 คน (ร้อยละ 17.20) และ อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 12 คน (ร้อยละ 6.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 144 คน (ร้อยละ 71.00) รองลงมา การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 48 คน (ร้อยละ 23.60) และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 11 คน (ร้อยละ 5.40) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 90 คน (ร้อยละ 44.30) รองลงมาประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 55 คน (ร้อยละ 27.10) รับจ้าง จำนวน 26 คน (ร้อยละ 12.80) เกษตรกร จำนวน 22 คน (ร้อยละ 10.80) และ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 10 คน (ร้อยละ 5.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 25,000 บาท จำนวน 91 คน (ร้อยละ 44.80) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 35,000 บาท จำนวน 48 คน (ร้อยละ 23.60) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 - 45,000 บาท จำนวน 32 คน (ร้อยละ 15.80) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 12 คน (ร้อยละ 6.00 บาท) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,0001 - 55,000 บาท จำนวน 10 คน (ร้อยละ 4.90) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 55,001 ขึ้นไป จำนวน 10 คน (ร้อยละ 4.90)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำมาใช้ประโยชน์อื่นใดโดยไม่ได้รับอนุญาตให้เผยแพร่

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ตอนที่ 2 ผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

ผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ในเขตพื้นที่ชุมพร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวม

(n = 203)				
การยอมรับเทคโนโลยี	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน	4.49	.347	มากที่สุด	2
ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	4.44	.459	มากที่สุด	4
ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	4.40	.865	มากที่สุด	5
ด้านความตั้งใจในการใช้งาน	4.47	.469	มากที่สุด	3
ด้านการใช้งานจริง	4.66	.377	มากที่สุด	1
รวม	4.48	.389	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.48, S.D. = .389) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการใช้งานจริง (\bar{X} = 4.66, S.D. = .377) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (\bar{X} = 4.49, S.D. = .347) ด้านความตั้งใจในการใช้งาน (\bar{X} = 4.47, S.D. = .469) ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (\bar{X} = 4.44, S.D. = .459) และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (\bar{X} = 4.40, S.D. = .865) ตามลำดับ

4.2.1 ผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน

ตารางที่ 4.3 ผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน

(n = 203)				
การยอมรับเทคโนโลยี	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน				
1. ท่านรับรู้ว่าการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านได้รับความสะดวกในการชำระเงิน และตรวจสอบข้อมูลการเช่า	4.33	.952	มากที่สุด	2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

การยอมรับเทคโนโลยี	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
2. ท่านรับรู้ว่าการใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เป็นบริการที่มีประสิทธิภาพ	4.33	.952	มากที่สุด	3
3. ท่านรับรู้ว่าแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ให้ประโยชน์ในการประหยัดค่าใช้จ่าย และเวลาในการติดต่อราชการกับสำนักงานธนากรักษ์พื้นที่ชุมพร	4.53	.779	มากที่สุด	1
รวม	4.49	.347	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.3 ผลการศึกษการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = .347) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าการรับรู้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ให้ประโยชน์ในการประหยัดค่าใช้จ่าย และเวลาในการติดต่อราชการกับสำนักงานธนากรักษ์พื้นที่ชุมพร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = .779) รองลงมาคือรับรู้ว่าการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ได้รับความสะดวกในการชำระเงิน และตรวจสอบข้อมูลการเข้า และรับรู้ว่าการใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เป็นบริการที่มีประสิทธิภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากันอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = .952) ตามลำดับ

4.2.2 ผลการศึกษการยอมรับเทคโนโลยี

ตารางที่ 4.4 ผลการศึกษการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

การยอมรับเทคโนโลยี	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
(n = 203)				
ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน				
1. จากประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ท่านสามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ด้วยตนเอง	4.09	.859	มาก	4
2. การใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวันของท่าน	4.56	.497	มากที่สุด	1
3. การใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay สามารถใช้งานได้โดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่	4.54	.500	มากที่สุด	3
4. ท่านสามารถใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ตรวจสอบและชำระค่าเช่าที่ราชพัสดุได้แบบทันที (real-time)	4.56	.758	มากที่สุด	2
รวม	4.44	.459	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.4 ผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = .459) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า การใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวันอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = .497) รองลงมาคือสามารถใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ตรวจสอบและชำระค่าเช่าที่ราชพัสดุได้แบบทันที (real-time) ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = .758) การใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay สามารถใช้งานได้โดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = .500) และจากประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay สามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ด้วยตนเอง ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = .859) ตามลำดับ

4.2.3 ผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน

ตารางที่ 4.5 ผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน

การยอมรับเทคโนโลยี	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
(n = 203)				
ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน				
1. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ช่วยให้มีการดำเนินชีวิตที่สะดวกสบายขึ้น	4.76	.426	มากที่สุด	1
2. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ช่วยให้ท่านเป็นคนที่ทันสมัยขึ้น	4.47	.500	มากที่สุด	3
3. แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ช่วยให้ง่ายต่อการทำงาน	4.62	.486	มากที่สุด	2
4. แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีบริการครบถ้วนและครอบคลุม	4.28	.450	มากที่สุด	5
5. ท่านรู้สึกมีความสุขกับการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay	4.33	.470	มากที่สุด	4
รวม	4.40	.865	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.5 ผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = .865) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ช่วยให้มีการดำเนินชีวิตที่สะดวกสบายขึ้นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.76$, S.D. = .426) รองลงมาคือแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ช่วยให้ง่ายต่อการทำงานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = .486) การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ช่วยให้ท่านเป็นคนทันสมัยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = .500) รู้สึกมีความสุขกับการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = .470) และแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีบริการครบถ้วนและครอบคลุมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = .450) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.4 ผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ด้านความตั้งใจในการใช้งาน

ตารางที่ 4.6 ผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ด้านความตั้งใจในการใช้งาน

(n = 203)				
การยอมรับเทคโนโลยี	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
ด้านความตั้งใจในการใช้งาน				
1. ท่านตั้งใจจะใช้บริการจากแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มากกว่าบริการช่องทางอื่น	4.48	.501	มากที่สุด	3
2. ท่านตั้งใจจะใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เป็นประจำในอนาคต	4.54	.500	มากที่สุด	1
3. ท่านตั้งใจจะใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เพราะสามารถตอบสนองความต้องการใช้งานของท่านได้	4.54	.500	มากที่สุด	2
4. ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay	4.33	.742	มากที่สุด	4
รวม	4.47	.468	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.6 ผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ด้านความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = .468) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ความตั้งใจจะใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เป็นประจำในอนาคตอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = .500) รองลงมาคือตั้งใจจะใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เพราะสามารถตอบสนองความต้องการใช้งานได้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = .500) ตั้งใจจะใช้บริการจากแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มากกว่าบริการช่องทางอื่นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = .501) และจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = .742) ตามลำดับ

4.2.5 ผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการใช้งานจริง

ตารางที่ 4.7 ผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการใช้งานจริง

(n = 203)				
การยอมรับเทคโนโลยี	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
ด้านการใช้งานจริง				
1. การใช้งานทางอินเทอร์เน็ต ทำให้ท่านสามารถใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.76	.426	มากที่สุด	1
2. การใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านสะดวกสบายในการใช้งาน	4.66	.475	มากที่สุด	2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

การยอมรับเทคโนโลยี	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
ด้านการใช้งานจริง				
3. ท่านจะใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ให้มากขึ้นต่อไปในอนาคต	4.56	.497	มากที่สุด	3
รวม	4.66	.377	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.7 ผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการใช้งานจริง ผู้ใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = .377) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า การใช้งานทางอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ได้ตลอด 24 ชั่วโมง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.76$, S.D. = .426) รองลงมาคือ การใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้สะดวกสบายในการใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = .475) และจะใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ให้มากขึ้นต่อไปในอนาคต อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = .497) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าด้านการใช้งานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวม

คุณค่าด้านการใช้งาน	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
คุณค่าด้านการใช้งาน	4.44	.391	มากที่สุด	4
คุณค่าทางสังคม	4.17	.347	มากที่สุด	5
คุณค่าทางอารมณ์	4.60	.376	มากที่สุด	2
คุณค่าทางองค์ความรู้	4.57	.424	มากที่สุด	3
คุณค่าด้านเงื่อนไข	4.62	.407	มากที่สุด	1
รวม	4.48	.290	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = .290) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า คุณค่าด้านเงื่อนไข ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = .407) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ คุณค่าทางอารมณ์ ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = .376) คุณค่าทางองค์ความรู้ ($\bar{X} = 4.57$, S.D. = .424) คุณค่าด้านการใช้งาน ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = .391) และคุณค่าทางสังคม ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = .347) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.6 ผลการศึกษาคุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าด้านการใช้งาน

ตารางที่ 4.9 ผลการศึกษาคุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าด้านการใช้งาน

(n = 203)				
คุณค่าด้านการใช้งาน	\bar{x}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
คุณค่าด้านการใช้งาน				
1. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ให้ความสะดวกสบาย คุ่มค่าต่อความพยายามที่ต้องเรียนรู้การใช้งาน	4.33	.473	มากที่สุด	3
2. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay คุ่มค่าต่อเวลาที่ต้องเสียไปในการใช้งาน	4.37	.485	มากที่สุด	2
3. แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีความน่าเชื่อถือในการใช้งาน	4.62	.486	มากที่สุด	1
รวม	4.44	.391	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.9 ผลการศึกษาคุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าด้านการใช้งานของผู้ใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.44$, S.D. = .391) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีความน่าเชื่อถือในการใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.62$, S.D. = .486) รองลงมาคือ การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay คุ่มค่าต่อเวลาที่ต้องเสียไปในการใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.37$, S.D. = .485) และการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ให้ความสะดวกสบาย คุ่มค่าต่อความพยายามที่ต้องเรียนรู้การใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.33$, S.D. = .473) ตามลำดับ

4.2.7 ผลการศึกษาคุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าทางสังคม

ตารางที่ 4.10 ผลการศึกษาคุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าทางสังคม

(n = 203)				
คุณค่าด้านการใช้งาน	\bar{x}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
คุณค่าทางสังคม				
1. การใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านเป็นที่ยอมรับในสังคม	4.20	.399	มาก	1
2. การใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านสามารถเข้ากับสังคมได้	4.20	.399	มาก	2
3. การใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านมีภาพลักษณ์ที่ดีในสังคม	4.11	.312	มาก	3
รวม	4.16	.346	มาก	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.10 ผลการศึกษาคุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าทางสังคมในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = .346) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า การใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้เป็นที่ยอมรับในสังคมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = .399) รองลงมาคือ การใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้สามารถเข้าถึงสังคมได้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = .399) และการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้มีภาพลักษณ์ที่ดีในสังคมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = .312) ตามลำดับ

4.2.8 ผลการศึกษาคุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าทางอารมณ์

ตารางที่ 4.11 ผลการศึกษาคุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าทางอารมณ์

(n = 203)				
คุณค่าด้านการใช้งาน	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
คุณค่าทางอารมณ์				
1. ความสะดวกสบายจากการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เป็นสิ่งจูงใจให้ท่านใช้งาน	4.77	.423	มากที่สุด	1
2. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay สร้างความประทับใจให้กับท่าน	4.38	.486	มากที่สุด	3
3. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านต้องการใช้งานอีก	4.64	.481	มากที่สุด	2
รวม	4.59	.376	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.11 ผลการศึกษาคุณค่าด้านการใช้งาน ด้านคุณค่าทางอารมณ์ ในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = .376) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ความสะดวกสบายจากการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เป็นสิ่งจูงใจให้ใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.77$, S.D. = .423) รองลงมาคือ การใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านต้องการใช้งานอีก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = .481) และการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay สร้างความประทับใจให้กับท่านอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = .486) ตามลำดับ

4.2.9 ผลการศึกษาคุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าทางองค์ความรู้

ตารางที่ 4.12 ผลการศึกษาคุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าทางองค์ความรู้

คุณค่าด้านการใช้งาน	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
คุณค่าทางองค์ความรู้				
1. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านได้เรียนรู้ข้อมูล/ข่าวสารเพิ่มเติม	4.52	.501	มากที่สุด	4
2. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ	4.64	.482	มากที่สุด	1
3. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ	4.55	.499	มากที่สุด	3
4. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านได้รับสิ่งใหม่ๆ ในชีวิต	4.59	.493	มากที่สุด	2
รวม	4.57	.424	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.12 ผลการศึกษาคุณค่าด้านการใช้งาน ด้านคุณค่าทางองค์ความรู้ในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$, S.D. = .424) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = .482) รองลงมาคือ การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ได้รับสิ่งใหม่ๆ ในชีวิตอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = .493) การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = .499) และ การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ได้เรียนรู้ข้อมูล/ข่าวสารเพิ่มเติมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = .501) ตามลำดับ

4.2.10 ผลการศึกษาคุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าด้านเงื่อนไข

ตารางที่ 4.13 ผลการศึกษาคุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าด้านเงื่อนไข

คุณค่าด้านการใช้งาน	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
คุณค่าด้านเงื่อนไข				
1. ท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เนื่องจากสามารถใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา	4.68	.468	มากที่สุด	2
2. ท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เนื่องจากทำให้เกิดความสะดวกสบายในการใช้งาน	4.77	.423	มากที่สุด	1
3. ท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เนื่องจากมั่นใจในความปลอดภัย	4.57	.496	มากที่สุด	3

เอกสารนี้เป็นเอกสารทรัพย์สินทางปัญญาของมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ไม่อนุญาตให้เผยแพร่หรือใช้ประโยชน์ทางวิชาการ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

คุณค่าด้านการใช้งาน	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
คุณค่าด้านเงื่อนไข				
4. ท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการในการใช้งาน	4.47	.500	มากที่สุด	4
รวม	4.62	.407	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.13 ผลการศึกษาคุณค่าด้านการใช้งาน ด้านคุณค่าด้านเงื่อนไข ในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = .407) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เนื่องจากทำให้เกิดความสะดวกสบายในการใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.77$, S.D. = .423) รองลงมาคือ ใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เนื่องจากสามารถใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลาอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = .468)

ตารางที่ 4.14 ผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
(n = 203)				
1. ท่านพึงพอใจในการจัดวางองค์ประกอบแต่ละส่วนในหน้าจอของแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีความเหมาะสม	4.44	.498	มากที่สุด	3
2. ท่านพึงพอใจในการให้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ตรงต่อการตอบสนองความต้องการของท่าน	4.44	.498	มากที่สุด	4
3. ท่านมีความพึงพอใจที่แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีการรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนตัวของท่าน	4.50	.501	มากที่สุด	2
4. ท่านพึงพอใจในภาพรวมของการให้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay	4.68	.466	มากที่สุด	1
รวม	4.51	.427	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.14 ผลการศึกษาคุณค่าความพึงพอใจ ในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.427) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า พึงพอใจในภาพรวมของการให้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = .466) รองลงมาคือ มีความพึงพอใจที่แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีการรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนตัว ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = .501) มีความพึงพอใจในการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นแบบหรือข้อความใด ๆ ในเอกสารนี้ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จัดวางองค์ประกอบแต่ละส่วนในหน้าจอของแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีความเหมาะสม ($\bar{x} = 4.44$, S.D. = .498) และพึงพอใจในการให้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ตรงต่อการตอบสนองความต้องการ ($\bar{x} = 4.44$, S.D. = .498) ตามลำดับ

4.3 ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

4.3.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมด

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) ของตัวแปรอิสระทั้งหมด ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (PU) ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (PE) ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (AT) ด้านความตั้งใจในการใช้งาน (BI) ด้านการใช้งานจริง (AU) คุณค่าด้านการใช้งาน (FV) คุณค่าทางสังคม (SV) คุณค่าทางอารมณ์ (EV) คุณค่าทางองค์ความรู้ (EP) และคุณค่าด้านเงื่อนไข (CV)

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่ศึกษาทั้งหมด

ตัวแปร	PU	PE	AT	BI	AU	FV	SV	EV	EP	CV
Mean	4.49	4.43	4.40	4.47	4.66	4.44	4.17	4.60	4.57	4.62
S.D.	.347	.459	.865	.469	.377	.392	.347	.377	.424	.408
PU										
PE	.587**									
AT	.431**	.753**								
BI	.601**	.771**	.503**							
AU	.790**	.363**	.417**	.337**						
FV	.593**	.594**	.496**	.697**	.580**					
SV	.448**	.346**	.204**	.454**	.435**	.398**				
EV	.461**	.702**	.434**	.793**	.474**	.717**	.394**			
EP	.445**	.702**	.593**	.379**	.378**	.580**	.304**	.347**		
CV	.144*	.551**	.517**	.607**	.149*	.669**	.046	.664**	.270**	

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยพบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.046 - 0.793 ซึ่งค่าไม่เกิน 0.80 (Cooper and Schindle, 2006) แสดงว่าตัวแปรต่าง ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กันเอง จึงไม่ก่อให้เกิด Multicollinearity

4.3.2 การทดสอบสมมติฐานที่ 1 (H1a - H1e)

การยอมรับเทคโนโลยีด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

H0a-e = การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ด้านความตั้งใจในการใช้งาน และด้านการใช้งานจริง ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

H1a-e = การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ด้านความตั้งใจในการใช้งาน และด้านการใช้งานจริง ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของการยอมรับเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

การยอมรับเทคโนโลยี	ความพึงพอใจ		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	สัมประสิทธิ์การถดถอย (B)	ความคลาดเคลื่อนเคลื่อนมาตรฐาน Std. Error			
ค่าคงที่	.943	.249		3.791	.000
ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน	-.146	.102	-.118	-1.428	.155
ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	.011	.081	.012	.137	.891
ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	.186**	.032	.376	5.754	.000
ด้านความตั้งใจในการใช้งาน	.479**	.060	.524	7.924	.000
ด้านการใช้งานจริง	.262**	.081	.231	3.225	.001

$R = 0.835$ $R^2 = 0.696$ $Adj R^2 = 0.689$ $F = 90.413$ $Sig = 0.000$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.16 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของการยอมรับเทคโนโลยีประกอบด้วยด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ด้านความตั้งใจในการใช้งาน และด้านการใช้งานจริงส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1 (H1a - H1e) เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต หากมีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อฝ่ายประชาสัมพันธ์ โทร. 0-2354-1515 หรือทางอีเมลที่ pr@ku.ac.th หรือทางเว็บไซต์ที่ www.ku.ac.th ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.05$) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ H1a

การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.05$) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ H1b

การยอมรับเทคโนโลยีด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($B = 0.376, p < 0.01$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H1c

การยอมรับเทคโนโลยีด้านความตั้งใจในการใช้งาน ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($B = .524, p < 0.01$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H1d

การยอมรับเทคโนโลยีด้านการใช้งานจริง ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($B = .231, p < 0.01$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H1e

ทั้งนี้ตัวแปรอิสระการยอมรับเทคโนโลยีทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ด้านความตั้งใจในการใช้งาน และด้านการใช้งานจริง มีประสิทธิภาพร่วมกันพยากรณ์และอธิบายตัวแปรตาม การยอมรับเทคโนโลยีของความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพรได้ร้อยละ 69.6 ($R^2 = 0.696$) โดยมีค่าความสัมพันธ์ร้อยละ 83.5 ($R = 0.835$) และมีค่าสัมประสิทธิ์ของพยากรณ์ปรับปรุงร้อยละ 68.9 ($Adj R^2 = 0.689$) ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

\hat{Y} (ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน) = $0.943 + 0.186$ (ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน) + 0.479 (ด้านความตั้งใจในการใช้งาน) + 0.262 (ด้านการใช้งานจริง)

\hat{Z} (ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน) = (-0.118) (ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน) + 0.012 (ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน) + 0.376 (ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน) + 0.524 (ด้านความตั้งใจในการใช้งาน) + 0.231 (ด้านการใช้งานจริง)

4.3.3 การทดสอบสมมติฐานที่ 2 (H2a – H2e)

คุณค่าด้านการใช้งานที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

H0a-e = คุณค่าด้านการใช้งาน ด้านคุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าทางองค์ความรู้ และคุณค่าด้านเงื่อนไข ไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

H2a-e = คุณค่าด้านการใช้งาน ด้านคุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าทางองค์ความรู้ และคุณค่าด้านเงื่อนไข ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ของคุณค่าด้านการใช้งาน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

คุณค่าด้านการใช้งาน	ความพึงพอใจ		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	สัมประสิทธิ์การถดถอย (B)	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน			
ค่าคงที่	.156	.322		.486	.628
คุณค่าด้านการใช้งาน	.209*	.089	.192	2.347	.020
คุณค่าทางสังคม	-.111	.065	-.090	-1.704	.090
คุณค่าทางอารมณ์	.346**	.080	.304	4.307	.000
คุณค่าทางองค์ความรู้	.135*	.055	.133	2.445	.015
คุณค่าด้านเงื่อนไข	.366**	.073	.348	5.016	.000

$R = 0.792$ $R^2 = 0.628$ $Adj R^2 = 0.618$ $F = 66.467$ $Sig = 0.000$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.17 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของคุณค่าด้านการใช้งาน ประกอบด้วยคุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าทางองค์ความรู้ และคุณค่าด้านเงื่อนไข ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

ผลการวิเคราะห์พบว่า คุณค่าด้านการใช้งาน ส่งผลกระทบบวกต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($B = 0.209$, $p < 0.05$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H2a

คุณค่าทางสังคม ไม่ส่งผลกระทบบวกต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($B = -0.111$, $p < 0.05$) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ H2b

คุณค่าทางอารมณ์ ส่งผลกระทบบวกต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($B = 0.346$ $p < 0.01$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H2c

คุณค่าทางองค์ความรู้ ส่งผลกระทบบวกต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($B = .135$, $p < 0.05$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H2d

คุณค่าด้านเงื่อนไข ส่งผลกระทบบวกต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($B = .366$, $p < 0.01$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H2e

ทั้งนี้ตัวแปรอิสระคุณค่าด้านการใช้งานทั้ง 5 คุณค่า ประกอบด้วย คุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าทางองค์ความรู้ และคุณค่าด้านเงื่อนไขมีประสิทธิภาพร่วมกัน

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พยากรณ์และอธิบายตัวแปรตาม การยอมรับเทคโนโลยีของความพร้อมใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพรได้ร้อยละ 79.2 ($R^2 = 0.792$) โดยมีค่าความสัมพันธ์ร้อยละ 62.8 ($R = 0.628$) และมีค่าสัมประสิทธิ์ของพยากรณ์ปรับปรุงร้อยละ 61.8 ($Adj R^2 = 0.618$) ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

\hat{Y} (ความพร้อมใจในการใช้แอปพลิเคชัน) = 0.156 + 0.209 (คุณค่าด้านการใช้งาน) + 0.346 (คุณค่าทางอารมณ์) + 0.135 (คุณค่าทางองค์ความรู้) + 0.366 (คุณค่าด้านเงื่อนไข)

\hat{Z} (ความพร้อมใจในการใช้แอปพลิเคชัน) = 0.192 (คุณค่าด้านการใช้งาน) - 0.090 (คุณค่าทางสังคม) + 0.304 (คุณค่าทางอารมณ์) + 0.133 (คุณค่าทางองค์ความรู้) + 0.348 (คุณค่าด้านเงื่อนไข)

4.3.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ สรุปการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.18 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่	คำอธิบาย	ผลการทดสอบ	
		ยอมรับ	ไม่ยอมรับ
H1	การยอมรับเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อความพร้อมใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร	✓	
H1a	ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน		✓
H1b	ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน		✓
H1c	ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	✓	
H1d	ด้านความตั้งใจในการใช้งาน	✓	
H1e	ด้านการใช้งานจริง	✓	
H2	คุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพร้อมใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRDD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร	✓	
H2a	คุณค่าด้านการใช้งาน	✓	
H2b	คุณค่าทางสังคม		✓
H2c	คุณค่าทางอารมณ์	✓	
H2d	คุณค่าทางองค์ความรู้	✓	
H2e	คุณค่าด้านเงื่อนไข	✓	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี คุณค่าด้านการใช้งาน และความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร 2) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร 3) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของคุณค่าด้านการใช้งานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร โดยใช้เทคนิควิจัยเชิงปริมาณกับกลุ่มตัวอย่างของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพรที่มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay จำนวน 203 ตัวอย่าง สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

- 5.1 สรุปผลศึกษา
- 5.2 อภิปรายผล
- 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การสรุปผลการวิจัยได้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพรในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพรในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 50 - 59 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 25,000 บาท

5.1.2 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการใช้งานจริง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ด้านความตั้งใจในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า การรับรู้ว่าการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ให้ประโยชน์ในการประหยัดค่าใช้จ่าย และเวลาในการติดต่อราชการกับสำนักงานธนารักษ์พื้นที่ชุมพร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือรับรู้ว่าการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ได้รับความสะดวกในการชำระเงิน และตรวจสอบข้อมูลการเช่า และรับรู้ว่าการใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เป็นบริการที่มีประสิทธิภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากันอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า การใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวัน อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือสามารถใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ตรวจสอบและชำระค่าเช่าที่ราชพัสดุได้แบบทันที (real-time) ระดับมากที่สุด การใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay สามารถใช้งานได้โดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่ในระดับมากที่สุด และจากประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay สามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ด้วยตนเองในระดับมากที่สุดตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ช่วยให้มีการดำเนินชีวิตที่สะดวกสบายขึ้นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ช่วยให้ง่ายต่อการทำงานอยู่ในระดับมากที่สุด การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ช่วยให้เป็นคนที่มีทันสมัยขึ้นอยู่ในระดับมากที่สุด รู้สึกมีความสุขกับการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay อยู่ในระดับมากที่สุดและแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีบริการครบถ้วนและครอบคลุมอยู่ในระดับมากที่สุดตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ด้านความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ความตั้งใจจะใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เป็นประจำในอนาคตอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือตั้งใจจะใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เพราะสามารถตอบสนองความต้องการใช้งานของท่านได้อยู่ในระดับมากที่สุด ตั้งใจจะใช้บริการจากแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มากกว่าบริการช่องทางอื่นอยู่ในระดับมากที่สุด และจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการใช้งานจริง ผู้ใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า การใช้งานทางอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ได้ตลอด 24 ชั่วโมง อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านสะดวกสบายในการใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุด และจะใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ให้มากขึ้นต่อไปในอนาคต อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

5.1.3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า คุณค่าด้านเงื่อนไข มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ คุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าทางองค์ความรู้ คุณค่าด้านการใช้งาน และคุณค่าทางสังคม ตามลำดับ

ผลการศึกษาคุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าด้านการใช้งานของผู้ใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีความน่าเชื่อถือในการใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay คุ่มค่าต่อเวลาที่ต้องเสียไปในการใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุด และการใช้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่จนดานการคา
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ให้ความสะดวกสบาย คุ่มค่าต่อความพยายามที่ต้องเรียนรู้การใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ผลการศึกษาคุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าทางสังคมในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า การใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้เป็นที่ยอมรับในสังคมอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้สามารถเข้ากับสังคมได้อยู่ในระดับมาก และการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้มีภาพลักษณ์ที่ดีในสังคมอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ผลการศึกษาคุณค่าด้านการใช้งาน ด้านคุณค่าทางอารมณ์ ในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ความสะดวกสบายจากการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เป็นสิ่งจูงใจให้ใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านต้องการใช้งานอีก อยู่ในระดับมากที่สุด และการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay สร้างความประทับใจให้กับท่านอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ผลการศึกษาคุณค่าด้านการใช้งาน ด้านคุณค่าทางองค์ความรู้ ในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ได้รับสิ่งใหม่ๆ ในชีวิตอยู่ในระดับมากที่สุด การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ อยู่ในระดับมากที่สุด และการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ได้เรียนรู้ข้อมูล/ข่าวสารเพิ่มเติมอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ผลการศึกษาคุณค่าด้านการใช้งาน ด้านคุณค่าด้านเงื่อนไข ในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เนื่องจากทำให้เกิดความสะดวกสบายในการใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เนื่องจากสามารถใช้งานได้ทุกที่ตลอดเวลาอยู่ในระดับมากที่สุด

2.3 ผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

ผลการศึกษาคุณค่าความพึงพอใจ ในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า พึงพอใจในภาพรวมของการให้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีความพึงพอใจที่แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีการรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนตัวของท่าน มีพึงพอใจในการจัดวางองค์ประกอบแต่ละส่วนในหน้าจอของแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีความเหมาะสม และพึงพอใจในการให้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ตรงต่อการตอบสนองความต้องการของท่าน ตามลำดับ

5.1.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

3.1 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของการยอมรับเทคโนโลยีประกอบด้วยด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ด้านความตั้งใจในการใช้งาน และด้านการใช้งานจริงส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

ผลการวิเคราะห์พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การยอมรับเทคโนโลยีด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การยอมรับเทคโนโลยีด้านความตั้งใจในการใช้งาน ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($B = .524, p < 0.01$)

การยอมรับเทคโนโลยีด้านการใช้งานจริง ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ทั้งนี้ตัวแปรอิสระการยอมรับเทคโนโลยีทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ด้านความตั้งใจในการใช้งาน และด้านการใช้งานจริง มีประสิทธิภาพร่วมกันพยากรณ์และอธิบายตัวแปรตาม การยอมรับเทคโนโลยีของความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ได้ร้อยละ 69.6 ($R^2 = 0.696$) โดยมีค่าความสัมพันธ์ร้อยละ 83.5 ($R = 0.835$) และมีค่าสัมประสิทธิ์ของพยากรณ์ปรับปรุงร้อยละ 68.9 ($Adj R^2 = 0.689$) ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

3.2 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของคุณค่าด้านการใช้งาน ประกอบด้วย คุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าทางองค์ความรู้ และคุณค่าด้านเงื่อนไข ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

ผลการวิเคราะห์พบว่า คุณค่าด้านการใช้งาน ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คุณค่าทางสังคม ไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คุณค่าทางอารมณ์ ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คุณค่าทางองค์ความรู้ ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณค่าด้านเงื่อนไข ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ทั้งนี้ตัวแปรอิสระคุณค่าด้านการใช้งานทั้ง 5 คุณค่า ประกอบด้วย คุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าทางองค์ความรู้ และคุณค่าด้านเงื่อนไขมีประสิทธิภาพร่วมกัน พยากรณ์และอธิบายตัวแปรตาม การยอมรับเทคโนโลยีของความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพรได้ร้อยละ 79.2 ($R^2 = 0.792$) โดยมีค่าความสัมพันธ์ร้อยละ 62.8 ($R = 0.628$) และมีค่าสัมประสิทธิ์ของพยากรณ์ปรับปรุงร้อยละ 61.8 ($Adj R^2 = 0.618$) ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานตลอดจนข้อเสนอแนะของการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

5.2.1 ผลการศึกษากการยอมรับเทคโนโลยี คุณค่าด้านการใช้งาน และความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

1. จากการศึกษากการยอมรับเทคโนโลยี ในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการใช้งานจริง ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด โดยมีความคิดเห็นโดยรวมในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านความตั้งใจในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งานตามลำดับ สามารถอธิบายได้ว่า แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ผู้เช่าที่ราชพัสดุที่ใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay สามารถใช้งานในการชำระค่าเช่า และตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับการเช่าที่ราชพัสดุได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้เกิดความสะดวกสบายในการใช้งานและจะใช้งานให้มากขึ้นต่อไปในอนาคต จึงทำให้ผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพรที่ใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ให้ความสำคัญในการใช้งานจริงของแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตามการยอมรับเทคโนโลยีในด้านต่างๆ ล้วนมีความสำคัญต่อการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร เนื่องจากเป็นปัจจัยที่สามารถกระตุ้นให้ผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพรเกิดความสนใจที่จะใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวลักษณ์ พูลทรัพย์ (2562) ได้ศึกษา การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินสมทบกองทุนประกันสังคมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของสำนักงานประกันสังคม พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ ด้านความไว้วางใจในระบบและด้านความง่ายในการใช้งาน มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินสมทบกองทุนประกันสังคมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของสำนักงานประกันสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์ และด้านการรับรู้ความเสี่ยง ไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินสมทบกองทุนประกันสังคมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของสำนักงานประกันสังคม

2. จากการศึกษาคคุณค่าด้านการใช้งาน ในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร พบว่า ผลการศึกษาคคุณค่าด้านการใช้งาน ด้านคุณค่าด้านเงื่อนไข มีผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด และมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าทางองค์ความรู้ คุณค่าด้านการใช้งาน และคุณค่าทางสังคม ตามลำดับ สามารถอธิบายได้ว่า แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เป็นแอปพลิเคชันที่ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา ทำให้เกิดความสะดวกสบายในการใช้งาน มั่นใจในความปลอดภัย และสามารถตอบสนองความต้องการในการใช้งานได้ จึงทำให้ผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพรที่ใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ให้ความสำคัญต่อคุณค่าด้านการใช้งาน ด้านคุณค่าด้านเงื่อนไขมากที่สุด เหนือเช่นเดียวกับคุณค่าของการบริโภค ตามทฤษฎีของ Sheth, Newman and Gross (1991) ที่ได้กล่าวว่า พื้นฐานของแนวคิดที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการ โดยคาดหวังว่าจะได้รับผลตอบแทนบางรูปแบบโดยได้มีการพูดถึงคุณค่าใน 5 ด้าน คือ คุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าทางสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ คุณค่าทางองค์ความรู้ และคุณค่าด้านเงื่อนไข สอดคล้องกับงานวิจัยของ วศิน อัมโรสถ (2564) ได้ศึกษา ปัจจัยคุณค่าของตราสินค้า ความไว้วางใจ และภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแบรนด์เนมของคนกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยคุณค่าของตราสินค้า ความไว้วางใจ และภาพลักษณ์ตราสินค้า ที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแบรนด์เนมของคนกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเภทจะพบว่าภาพลักษณ์ตราสินค้าส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแบรนด์เนมของคนกรุงเทพมหานครมากที่สุด

3. ผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร พบว่า ผลการศึกษาความพึงพอใจในภาพรวมของการให้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด และมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ความพึงพอใจที่แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีการรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนตัว ความพึงพอใจในการจัดวางองค์ประกอบแต่ละส่วนในหน้าจอของแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีความเหมาะสม และ ความพึงพอใจในการให้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ตรงต่อการตอบสนองความต้องการ ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ คำพิลา บุญพุด (2563) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจและความผูกพันกับแอปพลิเคชัน Dolphin ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน มีผลใกล้เคียงกัน เป็นปัจจัยที่สำคัญ ที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า ความเชื่อมั่นในตราสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และส่งผลกระทบต่อความผูกพันของลูกค้า

5.2.2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ของการยอมรับเทคโนโลยี ที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ตามสมมติฐานข้อที่ 1 (H1a-H1e) ดังนี้

การยอมรับเทคโนโลยี พบว่า ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ด้านความตั้งใจในการใช้งาน ด้านการใช้งานจริง ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า ผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพรที่ใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีความพึงพอใจเนื่องจาก แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ช่วยให้มีชีวิตที่สะดวกสบายขึ้น สามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีบริการครบถ้วนและครอบคลุม ทำให้รู้สึกมีความสุขในการใช้งาน สามารถตอบสนองความต้องการในการใช้งาน และจะใช้งานให้มากขึ้นต่อไปในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชำนาญ เงินดี (2562) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ รูปแบบการให้บริการการเงินระหว่างประเทศด้วยนวัตกรรมเทคโนโลยีธนาคารอินเทอร์เน็ตของไทย พบว่า ทัศนคติที่มีต่อการเอกลีขานนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี ส่งผลต่อการพัฒนารูปแบบดั้งเดิม มาจนปัจจุบันเป็นรูปแบบอินเทอร์เน็ตแบบ online นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ วริษฐา สุริยไพฑูริย์ (2560) ที่ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของการรับรู้ความมีประโยชน์และความง่ายในการใช้งานที่ส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อสินค้าแฟชั่นของผู้บริโภคผ่านระบบพาณิชย์ พบว่า ทัศนคติมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ อย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sahil Koul and Ali Eydgahi (2018) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM1) สำหรับการยอมรับเทคโนโลยีรถยนต์ที่ไม่มีคนขับ (Utilizing Technology Acceptance Model (TAM1) for driverless car technology Adoption) พบว่า การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีรถยนต์ไร้คนขับ การรับรู้ความสะดวกในการใช้เทคโนโลยีรถยนต์ไร้คนขับและความตั้งใจที่จะใช้รถยนต์ที่ไม่มีคนขับ มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ และยังสอดคล้องกับปฐมาภรณ์ จันทรวีภาวี (2563) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมการเงิน Mobile Banking ในจังหวัดภูเก็ต พบว่าความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) ด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ด้านการรับรู้ความง่าย (Perceived Ease of Use) และด้านการนำมาใช้ (Adoption) คือ เห็นด้วยมากที่สุด

อย่างไรก็ตาม ผลงานวิจัยนี้ยังพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานและด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร สามารถอธิบายได้ว่า การที่ผู้ใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay รับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน เช่น รับรู้ว่าการใช้ แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ได้รับความสะดวกในการชำระเงิน และตรวจสอบข้อมูลการเช่า เป็นบริการที่มีประสิทธิภาพ ประหยัดค่าใช้จ่าย และเวลาในการติดต่อราชการกับสำนักงานธนารักษ์พื้นที่ชุมพร และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน เช่น สามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ด้วยตนเอง เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวัน สามารถใช้งานได้โดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่ สามารถตรวจสอบและชำระค่าเช่าที่ราชพัสดุได้แบบทันที (real-time) ไม่ได้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

5.2.3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ของคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ตามสมมติฐานข้อที่ 2 (H2a-H2e) ดังนี้

คุณค่าด้านการใช้งาน พบว่า คุณค่าทางอารมณ์ และคุณค่าด้านเงื่อนไข ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ด้านคุณค่าด้านการใช้งาน และคุณค่าทางองค์ความรู้ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร อันได้แก่ คุณค่าทางอารมณ์ ที่ผู้ใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay พึงพอใจเนื่องจากความสะดวกสบายจากการใช้งานเป็นสิ่งจูงใจให้ใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ในด้านคุณค่าด้านเงื่อนไข ที่ผู้ใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay พึงพอใจเนื่องจาก ทำให้เกิดความสะดวกสบายในการใช้งาน สามารถใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา ในด้านคุณค่าด้านการใช้งานผู้ใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay พึงพอใจเนื่องจากเป็นแอปพลิเคชันที่มีความน่าเชื่อถือ มีความคุ้มค่าที่ต้องเสียไปในการใช้งาน คุ้มค่าต่อความพยายามที่ต้องเรียนรู้การใช้งาน และในด้านคุณค่าทางองค์ความรู้ผู้ใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay พึงพอใจเนื่องจาก ทำให้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ทำให้ได้รับสิ่งใหม่ๆ ในชีวิต ได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ และทำให้ได้เรียนรู้ข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จีรนุช ศิริมงคล (2565) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ “การรับรู้คุณค่าและความภักดีต่อตราสินค้าพอดแคสต์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวาย : การตรวจสอบ ความตรงเชิงโครงสร้างและการศึกษาความสัมพันธ์” พบว่าผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ของการรับรู้คุณค่า (Perceived value) กับความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) สินค้าพอดแคสต์ของ ผู้บริโภคเจนเนอเรชันวาย: การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างและการศึกษาความสัมพันธ์ พบว่า ตัวแปรการรับรู้คุณค่าแบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบ ประกอบด้วยคุณค่าด้านประโยชน์และการใช้งาน (Functional value) คุณค่าด้านอารมณ์(Emotional value) คุณค่าด้านสังคม (Social value) และคุณค่าด้านความอยากรู้อยากเห็น (Epistemic value) โดยโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ หทัยภัทร วิฑูรณิช (2563) ที่ศึกษาอิทธิพลของการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความผูกพันของผู้บริโภคผ่านช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจตราสินค้าแฟชั่น พบว่า การรับรู้คุณค่า 3 ด้าน ประกอบด้วยด้านการใช้งาน ด้านความรู้สึก และด้านสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค แต่การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งานมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือคุณค่าด้านสังคม และคุณค่าด้านความรู้สึกตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล กิมภากรณ์และคณะ (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าหลายมิติจากประสบการณ์การบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม พบว่า การรับรู้คุณค่าจากประสบการณ์การบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อความงามในมิติด้านคุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าด้านสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ มีน้ำหนักในการรับรู้คุณค่าจากประสบการณ์การบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อความงามมากกว่ามิติคุณค่าด้านความรู้ ความคิด คุณค่าที่มีเงื่อนไข สอดคล้องกับงานวิจัยของ นพรัตน์ อุดมวงศ์ (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่า และคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านขายยาที่มีหลายสาขา พบว่า ปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านสังคม (Social value) การรับรู้คุณค่าด้านคุณภาพ (Quality value)คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนอง(Responsiveness) และคุณภาพการให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ (Tangible) ส่งผลทางบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อ ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านขายยาที่มีหลายสาขา และผลการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มผู้ใช้บริการร้านขายยา Save drugและร้านขายยา Fascino พบว่า ปัจจัยการรับรู้คุณค่าทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ คุณค่าด้านอารมณ์, คุณค่าด้านสังคม, คุณค่าด้านคุณภาพ และคุณค่าด้านตัวเงิน พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความมั่นใจในการใช้บริการ, ด้านการตอบสนอง, ด้านความใส่ใจ เข้าอกเข้าใจ และด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้พบว่ามี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ในส่วนคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และการเปรียบเทียบผู้ใช้บริการร้านขายยา Save drug มีความพึงพอใจในการใช้บริการ มากกว่าร้านขายยา Fascino นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล กิมภากรณ์และคณะ (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าหลายมิติจากประสบการณ์การบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม พบว่า การรับรู้คุณค่าจากประสบการณ์การบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อความงามในมิติด้านคุณค่าด้านการใช้งาน คุณค่าด้านสังคม คุณค่าด้านอารมณ์ มีน้ำหนักในการรับรู้คุณค่าจากประสบการณ์การบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อความงามมากกว่ามิติคุณค่าด้านความรู้ ความคิด คุณค่าที่มีเงื่อนไข

อย่างไรก็ตาม ผลงานวิจัยนี้ยังพบว่า คุณค่าด้านการใช้งาน ด้านคุณค่าทางสังคม ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร สามารถอธิบายได้ว่า การที่ผู้ใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay รับรู้ว่าการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้เป็นที่ยอมรับในสังคม สามารถเข้ากับสังคมได้ และทำให้มีภาพลักษณ์ที่ดีในสังคม ไม่ส่งผลต่อความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรชาติพิทย์ นิธิสิริพงศ์และมณฑุปายาส ทองมาก (2560) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน พบว่า ผู้ใช้จะมีความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน จากอิทธิพลทางตรงของปัจจัยทางด้านคุณค่าทางหน้าที่ คุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าทางความรู้ความคิด คุณค่าทางเงื่อนไข คุณภาพของเนื้อหาบนร้านค้าเสมือน และอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยด้านคุณภาพของเนื้อหาบนร้านค้าเสมือนที่มีอิทธิพลผ่านปัจจัย ด้านคุณค่าทางหน้าที่ และความกดดันทางเวลาของการส่งเสริมการขายส่งอิทธิพลผ่านคุณค่าทางอารมณ์ แต่ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคมและความกดดันทางเวลาของการส่งเสริมการขาย ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจในการใช้แอป สแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะของงานวิจัยครั้งนี้

จากผลการวิจัยข้างต้น มีข้อสรุปว่า การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะตามผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ในส่วนของการยอมรับเทคโนโลยี จากผลการวิจัยที่มีการอภิปรายข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านต่างๆ ล้วนมีความสำคัญต่อความพึงพอใจด้วยกันทั้งสิ้น เนื่องจากการยอมรับเทคโนโลยีในแต่ละด้าน จะส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เพื่อให้ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มากที่สุด ยกตัวอย่างเช่น ในเรื่องการทำงานที่ไม่ซับซ้อน การเพิ่มช่องทางบริการชำระเงินผ่านธนาคารที่หลากหลาย เมื่อพบปัญหาในการใช้งานสามารถติดต่อสอบถามได้ มีการพัฒนาเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ

2. ในส่วนของคุณค่าด้านการใช้งาน จากผลการวิจัยที่ได้มีการอภิปรายในข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่า คุณค่าด้านการใช้งานในด้านต่างๆ ล้วนมีความสำคัญต่อการพัฒนาแอปพลิเคชันด้วยกันทั้งสิ้น เนื่องจาก คุณค่าด้านการใช้งานในทุกๆ ด้าน ส่งผลต่อความพึงพอใจ เว้นแต่ คุณค่าทางสังคม ที่ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เพียงด้านเดียวเท่านั้น ดังนั้น ผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญต่อคุณค่าด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เพื่อให้ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้งานมากที่สุด ยกตัวอย่างเช่น ในด้านการใช้งาน อาจมีการพัฒนาแอปพลิเคชันให้ง่ายต่อการใช้งาน และมีความน่าเชื่อถือ เป็นต้น ส่วนในด้านคุณค่าทางอารมณ์ อาจมีการพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีความสวยงามน่าใช้ และมีความสามารถที่หลากหลายขึ้น ส่วนในด้านองค์ความรู้ อาจมีการพัฒนาแอปพลิเคชัน ในการให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการเช่าที่ราชพัสดุ ขั้นตอนในการดำเนินการ เช่น การโอน การเช่าแทนผู้เช่าเดิมที่ถึงแก่กรรม ส่วนในด้านคุณค่าด้านเงื่อนไข เป็นการพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีความปลอดภัย น่าเชื่อถือ มีเสถียรภาพในการใช้งาน ซึ่งการพัฒนาแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ในด้านต่างๆ ข้างต้น จะทำให้ผู้ใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ได้อีกเช่นกัน ซึ่งส่งผลทำให้ผู้ใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay อายากที่จะกลับมาใช้ซ้ำ และยังมีโอกาสที่จะทำให้มีพฤติกรรมการบอกต่อเกิดขึ้นอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3.2 ข้อเสนอแนะของการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายขอบเขตของงานวิจัยให้กว้างขึ้น เนื่องจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาผู้ใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ในเขตพื้นที่ชุมพรเท่านั้น ดังนั้น ควรมีการขยายของกลุ่มตัวอย่างไปยังพื้นที่อื่นเพิ่มเติม เพราะผู้ใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay นั้นมีทุกจังหวัด เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay และสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันได้ในอนาคตต่อไป

2. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เพื่อให้ทราบข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้เกี่ยวข้องได้มีความเข้าใจต่อความต้องการของผู้ใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay แบบเจาะลึก เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ในการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ได้ดียิ่งขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- กรมธนารักษ์. (2564). *โครงการยกระดับการให้บริการผ่านแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay*. กรุงเทพฯ: กรมธนารักษ์
- กรมธนารักษ์. (2564). *รายงานประจำปี 2564*. เข้าถึงได้จาก <https://www.treasury.go.th/web-upload/e-book-annual/>
- กรมธนารักษ์. (2566). *โครงการยกระดับการให้บริการผ่านแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay*. กรุงเทพฯ: กรมธนารักษ์
- กรมธนารักษ์. (2566). *รายงานการใช้บริการชำระเงินและยื่นคำร้องผ่านแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay*. ระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านที่ราชพัสดุส่วนขยาย. ชุมพร: กรมธนารักษ์
- กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2556). *Service Research and Innovation Institute Asia Summit 2013*. เข้าถึงได้จาก: <http://ictandservices.blogspot.com>
- กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร. (2561). *คู่มือ การประเมินสถานะของหน่วยงานในสังกัดกรมควบคุมโรคในการเป็นระบบราชการ 4.0*. กรุงเทพฯ: กรมควบคุมโรค
- กัญญาภัทร ไสวอมร. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมบริการธนาคารออนไลน์ในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ์*, 7(3), 256-257.
- จิราพร กำจัดทุกข์. (2552). *ความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จิรนุช ศิริมงคล. (2565). *การรับรู้คุณค่าและความภักดีต่อตราสินค้าพอดแคสต์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย : การตรวจสอบ ความตรงเชิงโครงสร้างและการศึกษาความสัมพันธ์*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชำนาญ เงินดี. (2562). รูปแบบการให้บริการการเงินระหว่างประเทศด้วยนวัตกรรมเทคโนโลยีธนาคารอินเทอร์เน็ตของไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 14(2), 180.
- นพรัตน์ อุดมวงศ์. (2563). *การรับรู้คุณค่า และคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านขายยาที่มีหลายสาขา*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นฤมล กิมภากรณ์และคณะ (2562). การรับรู้คุณค่าหลายมิติจากประสบการณ์การบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 36(2), 14-24.
- ปฐมาภรณ์ จันทร์วิภาวี. (2563). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมการเงินโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking)*. (สารนิพนธ์ปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต). ภูเก็ต: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต.
- ภณิดา ชัยปัญญา. (2541). *การวัดความพึงพอใจ*. กรุงเทพฯ: แสงอักษร.
- ภัทร์พร วงศ์สุชาติ. (2555). *การรับรู้มูลค่าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มผู้เข้าพักโรงแรมประเภท Boutique Hotels*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, พาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- มณี โปธิเสน. (2543). *ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนและบุคลากรในโรงเรียนต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนโพธิแสนวิทยา อำเภอท่าบ่อ จังหวัดหนองคาย*. (รายงานค้นคว้าอิสระการศึกษามหาบัณฑิต). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- มณีวรรณ ต้นไทย. (2533). *พฤติกรรมให้บริการของเจ้าหน้าที่สำนักงาน*. (สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ราชบัณฑิตยสถานพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. กรุงเทพฯ : ศรีวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์, 2556.
- วริษฐา สุริยไพฑูริย์. (2560). *อิทธิพลของการรับรู้ความมีประโยชน์และความง่ายในการใช้งานที่ส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อสินค้าแฟชั่นของผู้บริโภคผ่านระบบพาณิชย์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วัลย์ลักษณ์ รัตนวงศ์, ณัฐธิดา สุวรรณโณ, และธีรศักดิ์ จินดาบถ (2557). การวัดนวัตกรรมบริการของธุรกิจท่องเที่ยวไทย : วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 31(1), หน้า 119-146.
- วิมลสิทธิ์ ทรยางกูร. (2549). *พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม: มूलฐานทางพฤติกรรมเพื่อการออกแบบวางแผน*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วศิน อัมโรสถ (2564). *ปัจจัยคุณค่าของตราสินค้า ความไว้วางใจ และภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแบรนด์เนมของคนกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริพร ตันติพลวินัย. (2538). *กลยุทธ์การสร้างการบริการ*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พริ้นติ้งเฮาส์.
- ศุภิสรา คุณรัตน์. (2561). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์และคณะ (2553). นวัตกรรม: ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ. *วารสารบริหารธุรกิจคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 33(128), 49 - 65.
- สมบัตร์ บารมี. (2551). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท มหพันธ์ไฟเบอร์ซีเมนต์ จำกัด (มหาชน)*. กรุงเทพฯ: รายงานการวิจัยคณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สำนักวิจัยและพัฒนาระบบงานบุคคล. (2560). *คู่มือ ระบบราชการไทยในบริบทไทยแลนด์ 4.0*. กรุงเทพฯ: สำนักงาน ก.พ..
- สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. *KMITL Information Technology Journal*, (Jan.-Jun.2012). สถาบันพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- สุธาทิพย์ นิธิสิริพงศ์และมณฑุปายาส ทองมาก. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 152, 90 - 121.
- สุรศักดิ์ นาถวิล. (2544). *ความพึงพอใจของผู้ใช้ยานพาหนะต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจจราจร สถานีตำรวจภูธร อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต).มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

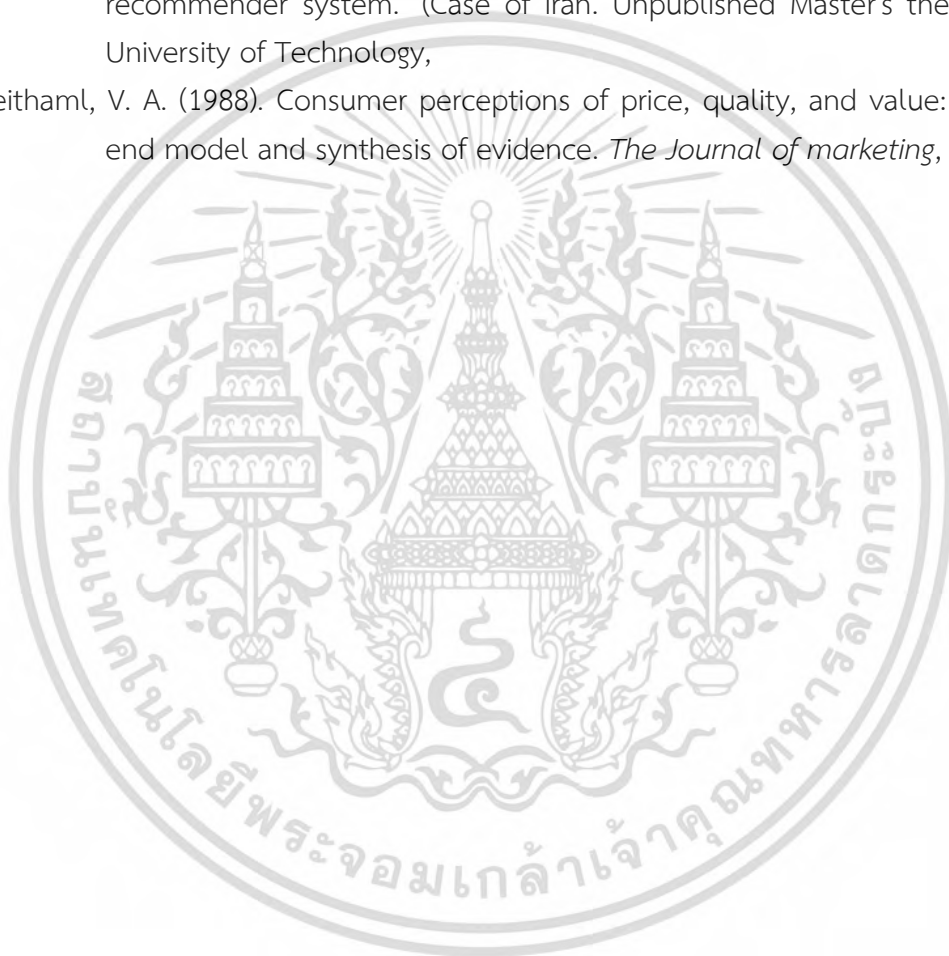
- เสาวลักษณ์ พูลทรัพย์ (2562). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินสมทบของทุนประกันสังคมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของสำนักงานประกันสังคม. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- หทัยภัทร วิฑูรานิช. (2563). อิทธิพลของการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความผูกพันของผู้บริโภคผ่านช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจตราสินค้าแฟชั่น. (สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). นครปฐม : มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- อุทัยพรรณ สุตใจ. (2545). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยจังหวัดชลบุรี: กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- อุบลวรรณ ขุนทองและคณะ. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา ระบบการชำระเงิน ผ่านสมาร์ตโฟน ด้วยเทคโนโลยี Near Field Communication (NFC). *วารสารรัชต์ภาคย์*, 14(32), 24.
- Abdulla A. H. (2022). Perceived value and behavioral intentions toward dining at Chinese restaurants in Bangladesh: the role of self-direction value and price fairness. *South Asian Journal of Marketing*, 3 (2), 116-134.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behavior*. In J. Kuhl & J. Beckman (Eds.). Heidelberg: Springer.
- Alenazy, W. M. R., W. M. A. & Khan, M. S. (2019). Validation of TAM Model on Social Media Use for Collaborative Learning to Enhance Collaborative Authoring. *IEEE Access*, 7, 71550-71562.
- Al-Ansi, A. and Han, H. (2019). Role of halal-friendly destination performances, value, satisfaction, and trust in generating destination image and loyalty. *Journal of Destination Marketing and Management*, 13, 51-60.
- Carlson J., Rahman M. M., Taylor A., Voolad R. (2019). Feel the VIBE: Examining value-in-the-brand-page-experience and its impact on satisfaction and customer engagement behaviours in mobile social media. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 46, 149-162.
- De Vries, N. J. D., & Carlson, J. (2014). Examining the Drivers and Brand Performance Implications of Customer Engagement with Brands in the Social Media Environment. *Journal of Brand Management*, 21(6), 495-515.
- Dholakia, U.M., Blazevic, V., Wiertz, C., Algesheimer, R., (2009). Communal service delivery how customers benefit from participation in firm-hosted virtual P3 communities. *J. Serv. Res.* 12 (2), 208-226.
- Drejer, I. (2004). Identifying innovation in surveys of services: A Schumpeterian perspective. *Research Policy*, 33(3), 551-562.
- Gan, C. and Wang, W. (2017), The influence of perceived value on purchase intention in social Consum. *Serv.*18 (6), 521-533.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Gummerus, J. and Pihlström, M., (2011). Context and mobile services' value-in-use. *J. Retail. Consum. Serv.* 18 (6), 521–533.
- Hartnett, M. (1998). Shopper needs must be priority. *Discount Store News*, 37(9), 21-22.
- Jahn, B., & Kunz, W. (2012). How to transform consumers into fans of your brand. *Journal of Service Management*, 23(3), pp. 344–361.
- Kim, Y. H., Kim, D. J., & Wachter, K. (2013). A study of mobile user engagement (MoEN): Engagement motivations, perceived value, satisfaction, and continued engagement intention. *Decision Support Systems*, 56, 361-370.
- Klepek, M. (2018). Determinants of customer engagement on facebook brand pages. *Scientific Papers of the University of Pardubice. Series D, Faculty of Economics & Administration*. Vol. 26 Issue 44, 127-138. 12p.
- Kotler, Phillip. (2003). *Marketing Management International Edition*. Prentice-Hall Inc.
- Morse, PhilipMcCord. (1958). *Queues, inventories, and maintenance: the analysis of operational system with variable demand and supply*. : Wiley.
- Peder Inge Furseth. (2013). The service innovation triangle: a tool for exploring value creation through service innovation. *International Journal of Technology Marketing*, 8(2), 159-176.
- Sahil Koul, A. E. (2018). Utilizing Technology Acceptance Model (TAM1) for driverless car technology Adoption. *Journal of Technology Management & Innovation*, 13(4), 37-46.
- Schneider, B. M. (1990). *Managing Organization Behavior*. New York John Wiley & Sons.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profit, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*. Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Shaizatulaqma K. A., et al. (2021). Understanding the consumer's intention to use the e-wallet services. *Spanish Journal of Marketing*, 25(3), 446-461.
- Shelly, M. W. (1975). *Responding to Social Change*. Pennsylvania: Dowden Hutchison & Ross.
- Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of business research*, 22(2), 159-170.
- Smith, J. B., and Colgate, M. (2007). Customer value creation: a practical framework. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 15, 7-23.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of retailing*, 77(2), 203-220.
- Tynan, C., McKechnie, S., and Hartley, S., (2014). Interpreting value in the customer service experience using customer-dominant logic. *J. Mark. Manag.* 30 (9–10), 1058–1081.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Usui, M. (2009). *Zukai seven-eleven ryu service innovation no joken*. Tokyo: Nikkei Business Publications, Inc.
- Vroom, H Victor. 1964. *Work and Motivation*. Now York : Wiley and Sons Inc.
- Wang, H. Y., Liao, C., and Yang, L. H. (2013). What affects mobile application use? The roles of consumption values. *International Journal of Marketing Studies*, 5, 11.
- Wolman, BB. (1973). *Dictionary of Behavior Science*. New York: Van Norstand Reinhold Company.
- Yahyapour, N. (2008). "Determining factors affecting intention to adopt banking recommender system." (Case of Iran. Unpublished Master's thesis). Lulea University of Technology,
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *The Journal of marketing*, 2- 22.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบสอบถาม

การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ
ในการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart pay” ของผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

คำชี้แจง

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการทำสารนิพนธ์ของ นางสาวกาญจนา พรหมรักษ์ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยจะทำการสอบถามผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพรที่มีประสบการณ์ในการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay กรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ โดยข้อมูลที่ท่านตอบนี้จะถูกเก็บไปเป็นความลับและใช้ประโยชน์ในการวิจัยเท่านั้น ซึ่งส่วนของแบบสอบถาม มีด้วยกัน 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเพื่อทราบถึงข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีของผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยคุณค่าด้านการใช้งานของผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

ขอขอบคุณทุกท่าน

กาญจนา พรหมรักษ์

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเพื่อทราบถึงข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เป็นจริงเกี่ยวกับท่านมากที่สุด

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2. อายุ

1) ต่ำกว่า 20 ปี

2) 20 - 29 ปี

3) 30 - 39 ปี

4) 40 - 49 ปี

5) 50 - 59 ปี

6) 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1) ต่ำกว่าปริญญาตรี

2) ปริญญาตรี

3) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

1) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

2) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

3) พนักงานบริษัทเอกชน

4) เกษตรกร

5) รับจ้างทั่วไป

6) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1) ต่ำกว่า 15,000 บาท

2) 15,000 - 25,000 บาท

3) 25,001 - 35,000 บาท

4) 35,001 - 45,000 บาท

5) 45,001 - 55,000 บาท

6) 55,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

เพียงช่องเดียว โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

5 = เห็นด้วยมากที่สุด

4 = เห็นด้วยมาก

3 = เห็นด้วยปานกลาง

2 = เห็นด้วยน้อย

1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

การยอมรับเทคโนโลยี	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน					
6. ท่านรับรู้ว่าการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านได้รับความสะดวกในการชำระเงิน และตรวจสอบข้อมูลการเช่า					
7. ท่านรับรู้ว่าการใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เป็นบริการที่มีประสิทธิภาพ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการศึกษา

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การยอมรับเทคโนโลยี	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (ต่อ)					
8. ท่านรับรู้ว่าคุณแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ให้ประโยชน์ในการประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลาในการติดต่อราชการกับสำนักงานธรรมาภิบาลพื้นที่ชุมพร					
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน					
9. จากประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ท่านสามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ด้วยตนเอง					
10. การใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวันของท่าน					
11. การใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay สามารถใช้งานได้โดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่					
12. ท่านสามารถใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ตรวจสอบและชำระค่าเช่าที่ราชพัสดุได้แบบทันที (real-time)					
ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน					
13. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ช่วยให้มีชีวิตที่สะดวกสบายขึ้น					
14. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ช่วยให้คุณเป็นคนทันสมัยขึ้น					
15. แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ช่วยให้ง่ายต่อการทำงาน					
16. แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีบริการครบถ้วนและครอบคลุม					
17. ท่านรู้สึกมีความสุขกับการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay					
ความตั้งใจในการใช้งาน					
18. ท่านตั้งใจจะใช้บริการจากแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มากกว่าบริการช่องทางอื่น					
19. ท่านตั้งใจจะใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เป็นประจำในอนาคต					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การยอมรับเทคโนโลยี	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ความตั้งใจในการใช้งาน (ต่อ)					
20. ท่านตั้งใจจะใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เพราะสามารถตอบสนองความต้องการใช้งานของท่านได้					
21. ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay					
การใช้งานจริง					
22. การใช้งานทางอินเทอร์เน็ต ทำให้ท่านสามารถใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ได้ตลอด 24 ชั่วโมง					
23. การใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านสะดวกสบายในการใช้งาน					
24. ท่านจะใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ให้มากขึ้นต่อไปในอนาคต					

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยคุณค่าด้านการใช้งานของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

คุณค่าด้านการใช้งาน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
คุณค่าทางด้านการใช้งาน					
25. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ให้ความสะดวกสบาย คุ่มค่าต่อความพยายามที่ต้องเรียนรู้การใช้งาน					
26. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay คุ่มค่าต่อเวลาที่ต้องเสียไปในการใช้งาน					
27. แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีความน่าเชื่อถือในการใช้งาน					
คุณค่าทางสังคม					
28. การใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านเป็นที่ยอมรับในสังคม					
29. การใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านสามารถเข้ากับสังคมได้					
30. การใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านมีภาพลักษณ์ที่ดีในสังคม					

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏชุมพรเขตรัง ไม่อาจนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณค้ำด้านการใช้งาน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
คุณค้ำทางอารมณ์					
31. ความสะดวกสบายจากการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เป็นสิ่งจูงใจให้ท่านใช้งาน					
32. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay สร้างความประทับใจให้กับท่าน					
33. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านต้องการใช้งานอีก					
คุณค้ำทางองค์ความรู้					
34. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านได้เรียนรู้ข้อมูล/ข่าวสารเพิ่มเติม					
35. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ					
36. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ					
37. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านได้รับสิ่งใหม่ๆ ในชีวิต					
คุณค้ำด้านเจือใจ					
38. ท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เนื่องจากสามารถใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา					
39. ท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เนื่องจากทำให้เกิดความสะดวกสบายในการใช้งาน					
40. ท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เนื่องจากมั่นใจในความปลอดภัย					
41. ท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการในการใช้งาน					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ของผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

ความพึงพอใจต่อการใช้แอปพลิเคชัน “TRD Smart Pay” ของผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
42. ท่านพึงพอใจในการจัดวางองค์ประกอบแต่ละส่วนในหน้าจอของแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีความเหมาะสม					
43. ท่านพึงพอใจในการให้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ตรงต่อการตอบสนองความต้องการของท่าน					
44. ท่านมีความพึงพอใจที่แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีการรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนตัวของท่าน					
45. ท่านพึงพอใจในภาพรวมของการให้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay					

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ IOC

ชื่อ - สกุล	คุณสมบัติ	ตำแหน่ง
1. ผศ.ดร.ชัยฎาภักดิ์ หล้าแหล่ง	นักวิชาการด้านบริหารธุรกิจ	อาจารย์ประธานหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
2. ดร.ภิญญาดา แก้วเขียว	นักวิชาการด้านบริหารธุรกิจ	อาจารย์ประจำหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต นวัตกรรมการจัดการธุรกิจและ อุตสาหกรรม (MBI) สถาบัน เทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น กรุงเทพมหานคร
3. นายบรรยง ไชยรัตน์ทอง	ผู้เชี่ยวชาญด้านที่ราชพัสดุ	ธนารักษ์พื้นที่ชุมพร อำนวยการ ระดับสูง สำนักงานธนารักษ์พื้นที่ชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน "TRD Smart pay" ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

โดย นางสาวกาญจนา พรหมรักษ์ นักศึกษาปริญญาโท รหัสนักศึกษา 64620002 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพร เขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ดร.กิตติ แก้วเขียว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพรที่มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง ลำดับน ด้วยคำ ความชัดเจน
 2. ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน
- | | | |
|-----------------------|----------|----|
| ถ้าเห็นว่าย่สอคล้อง | ให้คะแนน | 1 |
| ถ้าไม่แน่ใจว่าสอคล้อง | ให้คะแนน | 0 |
| ถ้าเห็นว่าไม่สอคล้อง | ให้คะแนน | -1 |

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามในครั้งนี้

(นางสาวกาญจนา พรหมรักษ์)

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น 

ผู้ทรงคุณวุฒิ ผศ.ดร. ชัยวัฒน์ กิตติ / หัวหน้าห้อง

หน่วยงาน อาจารย์ประจำคณะศึกษาศาสตร์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการจัดเตรียมสารนิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวกาญจนา พรหมรักษ์ รหัสประจำตัว 64620002
หัวข้อสารนิพนธ์ การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้
แอปพลิเคชัน "TFO Smart pay" ของผู้เข้าร้านพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของรศ.ร. (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

- ต้านทานการคัดค้าน
- ต้านทานการคัดค้านโดยมีลักษณะอื่น

ลงชื่อ: 
(ผศ.ดร.ชิตวานิช หน้าแหล่ง)

วันที่:

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ๒๖ ๓๐๑๐/ ๒๕๖๕



สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
๑๓/๓ หมู่ที่ ๖ ต.ชุมโค อ.ปะทิว จ.ชุมพร ๘๖๓๖๐

๙ พฤษภาคม ๒๕๖๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย
เรียน ดร.ภิญญา แก้วเขียว

ด้วย นางสาวกาญจนา พรหมรักษ์ รหัสประจำตัว ๖๔๖๒๐๐๒ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (สจล.) วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้ดำเนินการศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน "TRD Smart pay" ของผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร โดยมี ดร.ภิญญา แก้วเขียว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ นั้น

ในการนี้ สจล. วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาของนักศึกษาครั้งนี้ ซึ่งทำให้เครื่องมือมีประสิทธิภาพ และประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ไฉวันวิทย์ ทิพย์มณี)

รองอธิการบดี วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์
ปฏิบัติการแทนอธิการบดี

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

โทรศัพท์ ๐๖ ๓๐๘๑ ๓๘๔๐

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน "TRD Smart pay" ของผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

โดย นางสาวกาญจนา พรหมรักษ์ นักศึกษาปริญญาโท รหัสนักศึกษา 64620002 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพร เขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ดร.กิตติ แก้วเขียว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามผู้เข้าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพรที่มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง ส่วนวน ด้วยคำ ความชัดเจน
2. ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

ถ้าเห็นสอดคล้อง	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในภาระเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามในครั้งนี้

(นางสาวกาญจนา พรหมรักษ์)

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ

หน่วยงาน

ดร. กิตติ แก้วเขียว

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต นวัตกรรมการจัดการธุรกิจ และอุตสาหกรรม (ABI) สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น กรุงเทพมหานคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการจัดเตรียมสารนิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวกาญจนา พรหมรักษ์ รหัสประจำตัว 64620002
หัวข้อสารนิพนธ์ การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้
แอปพลิเคชัน "TRD Smart pay" ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

- ต่ำเน้นการต่อ
- ต่ำเน้นการต่อโดยมีกรวแก้ไข

ลงชื่อ 
(ดร. ปิยดา แก้วเขียว)

วันที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ๘๖ ๓๐๓๐/ ๒๕๖๕

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
๓๗/๑ หมู่ที่ ๒ ต.ชุมโค อ.ปะทิว จ.ชุมพร ๘๖๑๖๐

๕ พฤษภาคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอขออนุญาตฯ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย
เรียน นายธรรม ไซรัตน์ทอง หนารักษ์พื้นที่ชุมพร

ด้วย นางสาวกาญจนา พรหมวิเศษ รหัสประจำตัว ๖๔๖๒๐๐๒ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (สจล.) วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้ดำเนินการศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน "TRD Smart pay" ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร โดยมี คร.กิตติ แก้วเขียว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ นั้น

ในการนี้ สจล. วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาของนักศึกษาคณะนี้ ซึ่งทำให้เครื่องมือมีประสิทธิภาพ และประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา จึงใคร่ขอขออนุญาตให้ท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ



(รองศาสตราจารย์ ดร. คำนวณวิทย์ จิพขันธ์)

รองอธิการบดี วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์

ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

โทรศัพท์ ๐๖ ๓๐๘๑ ๓๘๕๐

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน "TRD Smart pay" ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

โดย นางสาวกาญจนา พรหมรักษ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท รหัสนักศึกษา 64620002 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพร เขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ดร.กิตติ แก้วเขียว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพรที่มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง ส่วนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
2. ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

ถ้าเห็นว่าย่สอดคล้อง	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าย่ไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามในครั้งนี้

(นางสาวกาญจนา พรหมรักษ์)

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น.....

ผู้ทรงคุณวุฒิ

นายอรรยง ไชยรัตน์ทอง

หน่วยงาน

ธนารักษ์พื้นที่ชุมพร อำเภวยูการ ระดับสูง สำนักงานธนารักษ์พื้นที่ชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการจัดเตรียมสารนิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวภาณุจนา พรหมรักษ์ รหัสประจำตัว 64620002
 หัวข้อสารนิพนธ์ การยอมรับเทคโนโลยีและคุณค่าด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้
 แอปพลิเคชัน "TRD Smart pay" ของผู้เช่าที่ราชพัสดุในเขตพื้นที่ชุมพร

ขอคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

- ดำเนินการต่อ
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

ลงชื่อ.....
 (นายบรรยง ไชยรัตน์ทอง)

วันที่.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าคุณภาพของแบบสอบถาม (IOC)

1. ค่าความเที่ยงตรง (Validity: IOC)

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

ข้อที่	ข้อคำถามในแบบสอบถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
1.	เพศ	1	1	1	1	ใช้ได้
2.	อายุ	0	1	1	0.67	ใช้ได้
3.	ระดับการศึกษา	1	1	1	1	ใช้ได้
4.	อาชีพ	1	1	1	1	ใช้ได้
5.	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1	1	1	1	ใช้ได้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี

ข้อที่	ข้อคำถามในแบบสอบถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
การรับรู้ประดยชนในการใช้งาน						
6	ท่านรับรู้ว่าการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านได้รับความสะดวกในการชำระเงิน และตรวจสอบข้อมูลการเข้า	1	1	1	1	ใช้ได้
7	ท่านรับรู้ว่าการใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เป็นบริการที่มีประสิทธิภาพ	1	1	1	1	ใช้ได้
8	ท่านรับรู้ว่าการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ให้ประโยชน์ในการประหยัดค่าใช้จ่าย และเวลาในการติดต่อราชการกับสำนักงานธนารักษ์พื้นที่ชุมพร	1	1	1	1	ใช้ได้
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน						
9	จากประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ท่านสามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ด้วยตนเอง	1	1	1	1	ใช้ได้
10	การใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวันของท่าน	1	1	1	1	ใช้ได้
11	การใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay สามารถใช้งานได้โดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่	1	1	1	1	ใช้ได้
12	ท่านสามารถใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ตรวจสอบและชำระค่าเช่าที่ราชพัสดุได้แบบทันที (real-time)	1	1	1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน						
13	การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ช่วยให้มีการดำเนินชีวิตที่สะดวกสบายขึ้น	0	1	1	0.67	ใช้ได้
14	การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ช่วยให้คุณเป็นคนที่ทันสมัยขึ้น	1	1	1	1	ใช้ได้
15	แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ช่วยให้ง่ายต่อการทำงาน	0	1	1	0.67	ใช้ได้
16	ท่านรู้สึกมีความสุขกับการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay	0	1	1	0.67	ใช้ได้
17	ท่านรู้สึกมีความสุขกับการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay	1	1	1	1	ใช้ได้
ความตั้งใจในการใช้งาน						
18	ท่านตั้งใจจะใช้บริการจากแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มากกว่าบริการช่องทางอื่น	1	1	1	1	ใช้ได้
19	ท่านตั้งใจจะใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เป็นประจำในอนาคต	1	1	1	1	ใช้ได้
20	ท่านตั้งใจจะใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เพราะสามารถตอบสนองความต้องการใช้งานของท่านได้	1	1	1	1	ใช้ได้
21	ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay	1	1	1	1	ใช้ได้
การใช้งานจริง						
22	การใช้งานทางอินเทอร์เน็ต ทำให้ท่านสามารถใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ได้ตลอด 24 ชั่วโมง	1	1	1	1	ใช้ได้
23	การใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านสะดวกสบายในการใช้งาน	1	1	1	1	ใช้ได้
24	ท่านจะใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ให้มากขึ้นต่อไปในอนาคต	1	1	1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยคุณค่าด้านการใช้งาน

ข้อที่	ข้อความถามในแบบสอบถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
คุณค่าทางด้านการใช้งาน						
25	การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ให้ความสะดวกสบาย คุ่มค่าต่อความพยายามที่ต้องเรียนรู้การใช้งาน	1	1	1	1	ใช้ได้
26	การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay คุ่มค่าต่อเวลาที่ต้องเสียไปในการใช้งาน	1	1	1	1	ใช้ได้
27	แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีความน่าเชื่อถือในการใช้งาน	1	1	1	1	ใช้ได้
คุณค่าทางสังคม						
28	การใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านเป็นที่ยอมรับในสังคม	1	1	1	1	ใช้ได้
29	การใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านสามารถเข้ากับสังคมได้	1	0	1	0.67	ใช้ได้
30	การใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านมีภาพลักษณ์ที่ดีในสังคม	1	1	1	1	ใช้ได้
คุณค่าทางอารมณ์						
31	ความสะดวกสบายจากการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เป็นสิ่งจูงใจให้ท่านใช้งาน	1	1	1	1	ใช้ได้
32	การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay สร้างความประทับใจให้กับท่าน	1	1	1	1	ใช้ได้
33	การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านต้องการใช้งานอีก	1	1	1	1	ใช้ได้
คุณค่าทางองค์ความรู้						
34	การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านได้เรียนรู้ข้อมูล/ข่าวสารเพิ่มเติม	1	1	1	1	ใช้ได้
35	การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ	1	1	1	1	ใช้ได้
36	การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ	1	1	1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
คุณค่าด้านเงื่อนไข						
38	ท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เนื่องจากสามารถใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา	1	1	1	1	ใช้ได้
39	ท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เนื่องจากทำให้เกิดความสะดวกสบายในการใช้งาน	1	1	1	1	ใช้ได้
40	ท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เนื่องจากมั่นใจในความปลอดภัย	1	1	1	1	ใช้ได้

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay						
42	ท่านพึงพอใจในการจัดวางองค์ประกอบแต่ละส่วนในหน้าจอของแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีความเหมาะสม	1	1	1	1	ใช้ได้
43	ท่านพึงพอใจในการให้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ตรงต่อการตอบสนองความต้องการของท่าน	1	1	1	1	ใช้ได้
44	ท่านมีความพึงพอใจที่แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีการรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนตัวของท่าน	1	1	1	1	ใช้ได้
45	ท่านพึงพอใจในภาพรวมของการให้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay	1	1	1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพศ

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ชาย	74	36.5	36.5	36.5
หญิง	129	63.5	63.5	100.0
Total	203	100.0	100.0	

อายุ

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0	0	0
20 - 29 ปี	49	24.1	24.1	24.1
30 - 39 ปี	49	24.1	24.1	48.2
40 - 49 ปี	35	17.2	17.2	65.4
50 - 59 ปี	58	28.6	28.6	94.0
60 ปี ขึ้นไป	12	6.0	6.0	100.0
Total	203	100.0	100.0	

ระดับการศึกษา

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ต่ำกว่าปริญญาตรี	48	23.6	23.6	23.6
ปริญญาตรี	144	70.9	71	94.6
สูงกว่าปริญญาตรี	11	5.4	5.4	100.0
Total	203	100.0	100.0	

อาชีพ

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	55	27.1	27.1	27.1
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	90	44.3	44.3	71.4
พนักงานบริษัทเอกชน	10	5.0	5.0	76.4
เกษตรกร	22	10.8	10.8	87.2
รับจ้างทั่วไป	26	12.8	12.8	100.0
Total	203	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ต่ำกว่า 15,000 บาท	12	6.0	6.0	6.0
15,000 - 25,000 บาท	91	44.8	44.8	50.8
25,001 - 35,000 บาท	48	23.6	23.6	74.4
35,001 - 45,000 บาท	32	15.8	15.8	90.2
45,0001 - 55,000 บาท	10	4.9	4.9	95.1
55,001 ขึ้นไป	10	4.9	4.9	100.0
Total	203	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

การยอมรับเทคโนโลยี	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
รับรู้ว่าการใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ได้รับความสะดวกในการชำระเงิน และตรวจสอบข้อมูลการเช่า	203	2.00	5.00	4.33	.952
รับรู้ว่าการใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เป็นบริการที่มีประสิทธิภาพ	203	2.00	5.00	4.33	.952
รับรู้ว่าแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ให้ประโยชน์ในการประหยัดค่าใช้จ่าย และเวลาในการติดต่อราชการกับสำนักงานธนารักษ์พื้นที่ชุมพร	203	2.00	5.00	4.53	.779
จากประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay สามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ด้วยตนเอง	203	1.00	5.00	4.09	.859
การใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวัน	203	4.00	5.00	4.56	.497
การใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องจำกัดเวลาและสถานที่	203	4.00	5.00	4.54	.500
สามารถใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ตรวจสอบและชำระค่าเช่าที่ราชพัสดุได้แบบทันที (real-time)	203	2.00	5.00	4.56	.758

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การยอมรับเทคโนโลยี	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ช่วยให้มีการดำเนินชีวิตที่สะดวกสบายขึ้น	203	4.00	5.00	4.76	.426
การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ช่วยให้เป็นคนที่ยิ้มแย้มขึ้น	203	4.00	5.00	7.47	.500
แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ช่วยให้ง่ายต่อการทำงาน	203	4.00	5.00	4.62	.486
แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีบริการครบถ้วนและครอบคลุม	203	4.00	5.00	4.28	.450
รู้สึกมีความสุขกับการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay	203	4.00	5.00	4.33	.470
ตั้งใจจะใช้บริการจากแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มากกว่าบริการช่องทางอื่น	203	4.00	5.00	4.48	.501
ตั้งใจจะใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เป็นประจำในอนาคต	203	4.00	5.00	4.54	.500
ตั้งใจจะใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เพราะสามารถตอบสนองความต้องการใช้งานของท่านได้	203	4.00	5.00	4.54	.500
จะแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay	203	2.00	5.00	4.33	.742
การใช้งานทางอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ได้ตลอด 24 ชั่วโมง	203	4.00	5.00	4.76	.426
การใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้สะดวกสบายในการใช้งาน	203	4.00	5.00	4.66	.475
จะใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ให้มากขึ้นต่อไปในอนาคต	203	4.00	5.00	4.56	.497
Valid N (listwise)	203				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Descriptive Statistics

คุณค่าด้านการใช้งาน	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
25. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ให้ความสะดวกสบาย คุ่มค่าต่อความพยายามที่ต้องเรียนรู้ การใช้งาน	203	4	5.00	4.33	.473
26. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay คุ่มค่า ต่อเวลาที่ต้องเสียไปในการใช้งาน	203	4	5.00	4.37	.485
27. แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีความน่าเชื่อถือในการใช้งาน	203	4	5.00	4.62	.486
28. การใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านเป็นที่ยอมรับ ในสังคม	203	4	5.00	4.20	.399
29. การใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านสามารถเข้ากับสังคมได้	203	4	5.00	4.20	.399
30. การใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านมีภาพลักษณ์ที่ดีในสังคม	203	4	5.00	4.11	.312
31. ความสะดวกสบายจากการใช้งานแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เป็นสิ่งจูงใจให้ท่านใช้งาน	203	4	5.00	4.77	.423
32. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay สร้างความประทับใจให้กับท่าน	203	4	5.00	4.38	.486
33. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านต้องการใช้งานอีก	203	4	5.00	4.64	.481
34. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านได้เรียนรู้ ข้อมูล/ข่าวสารเพิ่มเติม	203	4	5.00	4.52	.501
35. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ	203	4	5.00	4.64	.482

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณค่าด้านการใช้งาน	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
36. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ	203	4	5.00	4.55	.499
37. การใช้แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ทำให้ท่านได้รับสิ่งใหม่ๆ ในชีวิต	203	4	5.00	4.59	.493
38. ท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เนื่องจากสามารถใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา	203	4	5.00	4.68	.468
39. ท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เนื่องจากทำให้เกิดความสะดวกสบายในการใช้งาน	203	4	5.00	4.77	.423
40. ท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เนื่องจากมั่นใจในความปลอดภัย	203	4	5.00	4.57	.496
41. ท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการในการใช้งาน	203	4	5.00	4.47	.500
Valid N (listwise)	203				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ท่านพึงพอใจในการจัดวางองค์ประกอบแต่ละส่วนในหน้าจอของแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีความเหมาะสม	203	4	5.00	4.44	.498
ท่านพึงพอใจในการให้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay ตรงต่อการตอบสนองความต้องการของท่าน	203	4	5.00	4.44	.498
ท่านมีความพึงพอใจที่แอปพลิเคชัน TRD Smart Pay มีการรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนตัวของท่าน	203	4	5.00	4.50	.501
ท่านพึงพอใจในภาพรวมของการให้บริการแอปพลิเคชัน TRD Smart Pay	203	4	5.00	4.68	.466
Valid N (listwise)	203				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวแปร		รับรู้ประโยชน์	รับรู้ความง่าย	ทัศนคติ	ตั้งใจใช้งาน	ใช้งานจริง	คุณค่าการใช้งาน	คุณค่าทางสังคม	คุณค่าทางอารมณ์	คุณค่าองค์ความรู้	คุณค่าด้านเงื่อนไข
คุณค่าองค์ความรู้	Pearson Correlation	.445**	.550**	.593**	.379**	.378**	.580**	.304**	.347**	1	.270**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	203	203	203	203	203	203	203	203	203	203
คุณค่าด้านเงื่อนไข	Pearson Correlation	.144**	.551**	.517**	.607**	.149*	.669**	.046	.664**	.270**	1
	Sig. (2-tailed)	.041	.000	.000	.000	.034	.000	.515	.000	.000	
	N	203	203	203	203	203	203	203	203	203	203

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.835 ^a	.696	.689	.23874

a. Predictors: (Constant), การใช้งานจริง, ความตั้งใจในการใช้งาน, ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน, รับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน, รับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

b. Dependent Variable; Total ฟังพอใจ

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25.765	5	5.153	90.413	.000 ^b
	Residual	11.228	197	.057		
	Total	36.993	202			

a. Dependent Variable: Total ฟังพอใจ

b. Predictors: (Constant), การใช้งานจริง, ความตั้งใจในการใช้งาน,ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน, รับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน, รับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.792 ^a	.628	.618	.26436

a. Predictors: (Constant), คุณค่าด้านเงื่อนไข, คุณค่าทางสังคม, คุณค่าทางองค์ความรู้, คุณค่าทางอารมณ์, คุณค่าทางด้านการใช้งาน

b. Dependent Variable: Total ฟังพอใจ

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23.226	5	4.645	66.467	.000 ^b
	Residual	13.768	197	0.70		
	Total	36.993	202			

a. Dependent Variable: Total ฟังพอใจ

b. Predictors: (Constant), คุณค่าด้านเงื่อนไข, คุณค่าทางสังคม, คุณค่าทางองค์ความรู้, คุณค่าทางอารมณ์, คุณค่าทางด้านการใช้งาน

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - นามสกุล	กาญจนา พรหมรักษ์
วัน เดือน ปีเกิด	วันอาทิตย์ ที่ 20 กรกฎาคม 2523 สงขลา
สถานที่ศึกษา	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ที่อยู่	วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร 30 หมู่ที่ 3 ตำบลคลองอยู่ทะเล อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
เบอร์โทรศัพท์	0 91845 8239
E-mail	karnpromrmutsv1980@gmail.com



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้