

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้งาน application google map
ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต

Factors Affecting Satisfaction with the Use of Google Maps Application by
Personnel and Students Rangsit University

สิปปวิทย์ ธิรคุณพิสิษฐ์¹ และบวรวิทย์ โรจน์สุวรรณ²

Sippawit Thirakunpisit¹ and Bavornwit Rojsuwan²

¹นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยรังสิต

²อาจารย์ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยรังสิต

¹ Student of the Master of Science Program Management of Logistics Rangsit University

² Lecture of Master of Science in Management of Logistics, Rangsit University

E-mail: sippawit.t64@rsu.ac.th, dr.bavornwit@gmail.com

Received: Mar. 04, 2026; Revised: Apr. 22, 2026; Accepted: Apr. 30, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต และ 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามออนไลน์จากบุคลากรและนักศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น และการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 417 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การทดสอบความแตกต่าง และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุไม่เกิน 25 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และมีสถานะเป็นนักศึกษา ความพึงพอใจในการใช้งาน Google Maps โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.847) โดยด้านประโยชน์และด้านการใช้งานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.84$) รองลงมาคือด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.83$) และด้านรูปแบบการนำเสนอ ($\bar{X} = 3.82$) ผลการทดสอบความแตกต่างพบว่า เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตำแหน่งงาน และใบอนุญาตขับรถส่วนบุคคล มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ต่อความพึงพอใจในบางด้าน ขณะที่สถานภาพและระดับการศึกษาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และใบอนุญาตขับรถส่วนบุคคล มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในบางด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) โดยด้านความน่าเชื่อถือได้รับอิทธิพลจากปัจจัยส่วนบุคคลมากที่สุด ซึ่งผลการวิจัยสะท้อนว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจต่อการใช้งาน Google Maps อยู่ในระดับมาก และปัจจัยส่วนบุคคลบางประการมีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ โดยเฉพาะมิติด้านความน่าเชื่อถือ ทั้งนี้ข้อค้นพบสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาข้อมูลสถานที่และการยกระดับประสบการณ์ใช้งานให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้ใช้ที่แตกต่างกันได้

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ Google Maps บุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต

Abstract

The objectives of this research were 1) To compare demographic characteristics with satisfaction in choosing to use the Google Maps application among staff and students at Rangsit University, and (2) to examine the factors influencing satisfaction in choosing to use the Google Maps

.....

application among staff and students at Rangsit University. The sample consisted of 417 respondents selected through non-probability sampling using convenience sampling. Data was collected using an online questionnaire. Statistical analyses included frequency, percentage, mean, standard deviation, difference testing, and multiple linear regression analysis. Descriptive results indicated that most respondents were female, aged 25 years or below, single, educated below the bachelor's level, and primarily students. Overall satisfaction with Google Maps was high ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.847). The highest-rated dimensions were perceived benefits and usability (both $\bar{X} = 3.84$), followed by reliability ($\bar{X} = 3.83$) and presentation ($\bar{X} = 3.82$). Difference testing showed significant differences ($p < 0.05$) in satisfaction across certain dimensions by gender, age, monthly income, job position, and driving license status, whereas marital status and education level were not significantly different. Multiple regression results further revealed that age, marital status, education level, job position, monthly income, and driving license status significantly influenced satisfaction in some dimensions ($p < 0.05$), with reliability being the dimension most affected by personal factors. These findings suggest that users report high satisfaction with Google Maps, while specific personal factors are associated with variations in satisfaction—particularly regarding reliability. The results may inform efforts to enhance location data quality and user experience in ways that better align with different user groups.

Keywords: Satisfaction, Google Maps, Personnel and student of Rangsit University

บทนำ

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา แอปพลิเคชันแผนที่ดิจิทัลได้กลายเป็นโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลที่ผู้คนพึ่งพาในชีวิตประจำวันอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนการเดินทาง การเลือกเส้นทางในช่วงเวลาเร่งด่วน การหลีกเลี่ยงเส้นทางที่มีปัญหาการจราจร ตลอดจนการค้นหาร้านอาหารและบริการใกล้เคียง บริการแผนที่จึงมิได้ทำหน้าที่เพียงการนำทางเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นเครื่องมือเชื่อมโยงผู้คน สถานที่ และกิจกรรมต่าง ๆ เข้าด้วยกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในบริบทที่ผู้ใช้ต้องตัดสินใจอย่างรวดเร็วบนพื้นฐานของข้อมูลเชิงพื้นที่และเวลาเดินทางโดยประมาณ (DataReportal, 2025; Google, 2024).

สำหรับประเทศไทย ข้อมูลล่าสุดระบุว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 65.4 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 91.2 ของประชากร และมีการเชื่อมต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ 99.5 ล้านเลขหมาย หรือประมาณร้อยละ 139 ของประชากรทั้งหมด สะท้อนว่าการใช้แอปพลิเคชันเพื่อสนับสนุนกิจกรรมในชีวิตประจำวันกลายเป็นเรื่องปกติ โดยเฉพาะในเมืองและพื้นที่ที่ผู้คนมีการเคลื่อนย้ายตลอดวัน ภายใต้บริบทดังกล่าว Google Maps จึงมีบทบาทเพิ่มขึ้นต่อการเรียน การทำงาน และการดำเนินชีวิต ขณะเดียวกัน Google ระบุว่าแพลตฟอร์มมีผู้ใช้งานระดับพันล้านต่อเดือนและมีการอัปเดตข้อมูลจำนวนมากอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสะท้อนความสำคัญของ “ความถูกต้อง ความครอบคลุม และความทันสมัยของข้อมูล” ในฐานะเงื่อนไขหลักของประสบการณ์ผู้ใช้ (DataReportal, 2025; Google, 2024).

อย่างไรก็ตาม ความพึงพอใจต่อ Google Maps ไม่ได้ขึ้นอยู่กับความถูกต้องของแผนที่เพียงมิติเดียว แต่เกิดจากองค์ประกอบหลายด้านร่วมกัน เช่น ความง่ายในการใช้งาน ประโยชน์ที่ได้รับ ความน่าเชื่อถือของข้อมูล และความชัดเจนของการนำเสนอ ซึ่งเป็นมิติที่สัมพันธ์กับคุณภาพประสบการณ์ใช้งาน (user experience) และแนวโน้มการใช้งานต่อเนื่อง งานวิจัยด้านโมบายแอปพลิเคชันชี้ว่าคุณภาพการใช้งานและประสบการณ์ของผู้ใช้มีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจ

ขณะที่งานทบทวนวรรณกรรมด้านการใช้งานต่อเนื่องยืนยันว่า ความพึงพอใจและคุณค่าที่รับรู้เป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงไปสู่ความตั้งใจใช้งานในระยะยาว (Weichbroth, 2024; Veronika et al., 2025).

แม้มีการศึกษาความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชันดิจิทัลและแอปนำทางอยู่จำนวนมาก แต่การเปลี่ยนบริบทการศึกษามาอยู่ใน “พื้นที่มหาวิทยาลัย” มีใช่เพียงการเปลี่ยนสถานที่เก็บข้อมูล หากแต่เป็นบริบทที่มีความซับซ้อนเชิงพื้นที่และพฤติกรรมการณ์การเคลื่อนย้ายเฉพาะตัว ซึ่งสร้าง “ความต้องการต่อแอป” แตกต่างจากผู้ใช้อย่างมีนัยสำคัญ โดยพื้นที่มหาวิทยาลัยมักมีลักษณะสำคัญ ได้แก่ (1) โครงข่ายเส้นทางย่อยจำนวนมากและจุดตัดสินใจถี่ (2) จุดหมายปลายทางหลากหลายประเภท เช่น อาคารเรียน หน่วยงาน จุดบริการ ร้านค้า จุดรับ-ส่ง และทางเข้า-ออกหลายจุด (3) รูปแบบการเดินทางหลายโหมด (เดินเท้า รถจักรยานยนต์ รถยนต์ รถรับส่ง) และ (4) พฤติกรรม “เร่งรีบตามตารางเรียน/การนัดหมาย” ที่ทำให้ผู้ใช้ต้องตัดสินใจบนข้อมูลเวลาเดินทางโดยประมาณอย่างรวดเร็ว คุณลักษณะเหล่านี้ทำให้มิติด้าน “ความน่าเชื่อถือ” และ “รูปแบบการนำเสนอ” มีความสำคัญเชิงปฏิบัติสูงขึ้น เพราะความคลาดเคลื่อนเพียงเล็กน้อยอาจนำไปสู่ความล่าช้า การหลงทาง หรือการตัดสินใจเลือกเส้นทางที่ไม่เหมาะสม

ในเชิงทฤษฎี ประเด็นข้างต้นสะท้อนช่องว่างที่ควรถูกขยายให้ชัดกว่า “contextual gap” กล่าวคือ งานศึกษาก่อนหน้านี้มักยืนยันบทบาทของการรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้งานต่อความตั้งใจใช้งานและความพึงพอใจ (เช่น Phuangsuwan et al., 2024) แต่ยังมีข้อจำกัดในการอธิบายว่า เมื่อบริบทเป็นพื้นที่ที่มี “ความซับซ้อนของเส้นทาง” และ “แรงกดดันด้านเวลา” สูง ความพึงพอใจจะถูกขับเคลื่อนมากขึ้นโดยมิติใด (ประโยชน์/การใช้งาน/ความน่าเชื่อถือ/รูปแบบการนำเสนอ) และความแตกต่างระหว่างกลุ่มผู้ใช้อยู่ในมหาวิทยาลัย (นักศึกษาและบุคลากร) จะทำให้การประเมินความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไร งานวิจัยส่วนใหญ่ยังมุ่งศึกษาผู้ใช้ทั่วไป มากกว่าการวิเคราะห์ผู้ใช้ในสถาบันอุดมศึกษาไทยที่มีบริบทการเดินทางเฉพาะและมีการใช้งานในสถานการณ์จริงอย่างต่อเนื่อง.

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ โดยศึกษาความพึงพอใจในการใช้งาน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตในมิติที่ใช้จริงในกรอบแนวคิด ได้แก่ ด้านประโยชน์ ด้านการใช้งาน ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านรูปแบบการนำเสนอ พร้อมทั้งวิเคราะห์ความแตกต่างของความพึงพอใจตามปัจจัยส่วนบุคคล และพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับองค์ประกอบความพึงพอใจดังกล่าว ผลการวิจัยคาดว่าจะให้ข้อค้นพบที่นำไปใช้ได้จริงในการยกระดับคุณภาพข้อมูลเชิงสถานที่และการออกแบบประสบการณ์ใช้งานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ที่แตกต่างกันในบริบทมหาวิทยาลัย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต

คำถามการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคล (เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ และใบอนุญาตขับรถส่วนบุคคล) ที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความพึงพอใจต่อการใช้งาน Google Maps (ประโยชน์ การใช้งาน ความน่าเชื่อถือ และรูปแบบการนำเสนอ) แตกต่างกันหรือไม่?
2. เหตุใดปัจจัยส่วนบุคคลบางประการ (เช่น อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ตำแหน่งงาน และใบอนุญาตขับรถ) จึงมีอิทธิพลต่อ ความไว้วางใจ/ความน่าเชื่อถือ (Trust/Reliability) ในการใช้ Google Maps แตกต่างกัน?

สมมติฐานวิจัยการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน (เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ และใบอนุญาตขับรถ) ส่งผลให้ระดับ ความไว้วางใจ/ความน่าเชื่อถือ (Trust/Reliability) ต่อการใช้ Google Maps แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคล (อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ และใบอนุญาตขับรถ) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้ Google Maps อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลพื้นฐานแอปพลิเคชัน GOOGLE MAPS

Google Maps เป็นแอปพลิเคชันด้านแผนที่และการนำทางของบริษัท Google ที่พัฒนาเพื่อสนับสนุนการ ค้นหา สำรวจ วางแผนการเดินทาง และนำทางไปยังจุดหมายได้สะดวกยิ่งขึ้น โดยผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงได้ทั้งผ่านเว็บ และแอปบนอุปกรณ์พกพา (Google, 2025). วัตถุประสงค์หลักของ Google Maps ครอบคลุม (1) การนำทางและ วางแผนเส้นทาง (2) การค้นหาสถานที่และข้อมูลประกอบการตัดสินใจ (3) การสำรวจพื้นที่ผ่านมุมมองภาพ/Street View และ (4) การแชร์ตำแหน่งหรือความคืบหน้าการเดินทาง ซึ่งทั้งหมดเป็นฟังก์ชันที่สะท้อน “คุณค่าการใช้งานจริง” ของแอปโดยตรง (Google, 2025).

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

พีริวชิญ แนนอุดร (2566) ระบุว่า **ประชากรศาสตร์ (Demography)** มีรากศัพท์จากภาษากรีก โดย *deme* หมายถึง ประชาชน และ *graphy* หมายถึง การบรรยายหรือการศึกษา จึงหมายถึง “การศึกษาลักษณะของประชากร” ซึ่งมักพิจารณาองค์ประกอบ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ และสถานะทางสังคม เป็นต้น ข้อมูลประชากรศาสตร์จึงเป็นปัจจัยพื้นฐานที่นิยมใช้ในการจำแนกกลุ่มเป้าหมายและช่วยให้การสื่อสารหรือการวางแผน การตลาดมีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากบุคคลที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันย่อมมีแนวคิด การรับรู้ และการตัดสินใจแตกต่างกัน

นอกจากนี้ พีริวชิญ แนนอุดร (2566) อธิบายว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์เป็นเครื่องมือสำคัญในการทำความเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค โดยสามารถจำแนกได้จากตัวแปร เช่น อายุ ขนาดครอบครัว วงจรชีวิตครอบครัว เพศ รายได้ อาชีพ การศึกษา ศาสนา สัญชาติ เชื้อชาติ และชนชั้นทางสังคม ขณะเดียวกัน ในมุมการวิเคราะห์เชิงสังคม ประชากรศาสตร์ยังสะท้อนการกระจายตัวของคุณลักษณะประชากรในสังคม เพื่อใช้ทำความเข้าใจแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง และนำไปใช้ประกอบการวางแผนหรือคาดการณ์ทิศทางของกลุ่มประชากรในอนาคต

สำหรับการวิจัยนี้ ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรประชากรศาสตร์ที่ใช้ศึกษา ได้แก่ (1) เพศ หมายถึง เพศของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งอาจสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ การรับรู้ และทัศนคติในการใช้งานแอปพลิเคชัน (2) อายุ หมายถึง ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับประสบการณ์การใช้งานและรูปแบบการตัดสินใจ (3) สถานภาพ หมายถึง สถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งอาจสะท้อนบริบทชีวิตและพฤติกรรมการใช้บริการในชีวิตประจำวัน (4) ระดับ การศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาสูงสุด ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับความรู้ ความเข้าใจ และความสามารถในการประเมิน ข้อมูลจากแอป (5) ตำแหน่งงาน/บทบาท หมายถึง สถานะหรือบทบาทของกลุ่มตัวอย่าง (เช่น นักศึกษา เจ้าหน้าที่ คณาจารย์) ซึ่งอาจสะท้อนรูปแบบการดำเนินชีวิตและความต้องการใช้งานที่ต่างกัน (6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน หมายถึง ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งสะท้อนสถานะทางเศรษฐกิจและอาจสัมพันธ์กับทางเลือกหรือความถี่ในการใช้บริการ และ (7) ใบอนุญาตขับรถส่วนบุคคล หมายถึง การมีใบอนุญาตขับรถ (รถยนต์/รถจักรยานยนต์/ทั้งสองประเภท) ซึ่งอาจ เกี่ยวข้องกับรูปแบบการเดินทางและการใช้งานฟังก์ชันนำทางของแอปพลิเคชัน

นิยามและความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) อธิบายได้ว่าเป็นผลของการประเมินประสบการณ์เมื่อผู้ใช้เปรียบเทียบ “ความคาดหวังเดิม” กับ “ผลการใช้งานจริง” โดยกรอบ Expectation Confirmation ซึ่งว่าความพึงพอใจเกิดจากระดับการยืนยันความคาดหวัง (confirmation) และจะเชื่อมโยงไปสู่การใช้งานต่อเนื่อง/การยอมรับในระยะยาว (Bhattacharjee, 2001). ซึ่งการเชื่อมกับตัวแปรในงานนี้: หากผู้ใช้รับรู้ Google Maps “มีประโยชน์จริง” และ “ใช้งานง่ายจริง” ย่อมเพิ่มโอกาสให้ผลลัพธ์สอดคล้องหรือสูงกว่าความคาดหวัง จึงก่อให้เกิดความพึงพอใจในภาพรวมได้มากขึ้น

ในมิติของ “ความพึงพอใจและการใช้งานต่อเนื่อง” งานวิจัยสายระบบสารสนเทศชี้ว่า ความพึงพอใจเป็นกลไกสำคัญ ที่เชื่อมจากประสบการณ์ใช้งานไปสู่การใช้งานต่อเนื่อง (continuance) (Bhattacharjee, 2001) และงานวิจัยแอป/บริการดิจิทัลจำนวนมากยังพบว่า “ความง่ายในการใช้งาน” และ “ประโยชน์ที่รับรู้” มักสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้งานต่อเนื่อง รวมถึงความไว้วางใจในบริการด้วย (เช่น งานเชิงประจักษ์ในบริการดิจิทัล/อีคอมเมิร์ซ) ซึ่งหลักฐานเชิงประจักษ์ในต่างประเทศสะท้อนว่า “ความง่ายในการใช้งาน” และ “ความเชื่อมั่น/ความไว้วางใจ” เป็นปัจจัยที่ผู้ใช้ประเมินอย่างเด่นชัดในการใช้แอปนำทาง/แผนที่ เช่น งานวิจัยด้านการใช้งาน Google Maps ในบริบทการเดินทางพบว่าผู้ใช้งานจำนวนมากประเมิน Google Maps ในเชิงบวกต่อ ease of use และ trust ซึ่งส่งผลต่อการยอมรับและการใช้งานในชีวิตจริง (Peer, 2025).

สำหรับงานวิจัยในต่างประเทศที่มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน โดยเฉพาะด้านการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้ใช้แอปพลิเคชันสะท้อนแนวโน้มสอดคล้องกันว่า “ประโยชน์ที่รับรู้” และ “ความง่ายในการใช้งาน” เป็นปัจจัยสำคัญที่เชื่อมโยงกับ ความพึงพอใจของผู้ใช้ โดยงานของ Baker-Eveleth (2020) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า การรับรู้ประโยชน์ของแอป (usefulness) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจของผู้ใช้ต่อแอปพลิเคชันบนมือถืออย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ งานวิจัยที่ศึกษาบริบทการใช้งานบนมือถือยังพบว่า perceived usefulness (PU) และ perceived ease of use (PEOU) รวมถึง “ความไว้วางใจ (trust)” มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้ อย่างชัดเจน สะท้อนว่า “การใช้งานง่าย + ได้ประโยชน์จริง + เชื่อถือได้” คือฐานสำคัญของประสบการณ์ผู้ใช้ที่ดี

ดังนั้นในสายงานวิจัยด้าน “การใช้งานต่อเนื่อง” (continuance) ซึ่งอธิบายกลไกความพึงพอใจได้ลึกซึ้ง Bhattacharjee (2001) เสนอแบบจำลอง Expectation-Confirmation ว่า ความพึงพอใจเกิดจากการยืนยันความคาดหวังจากการใช้งานจริง (confirmation) และการรับรู้ประโยชน์อย่างต่อเนื่อง (post-acceptance usefulness) ซึ่งท้ายที่สุดมีผลต่อความตั้งใจใช้งานต่อไป ผลดังกล่าวสนับสนุนการตีความว่า หากผู้ใช้ได้รับผลลัพธ์จากแอป “ตรง/เกินความคาดหวัง” ย่อมเพิ่มระดับความพึงพอใจ และทำให้เกิดการใช้งานซ้ำอย่างต่อเนื่องได้ เมื่อพิจารณางานวิจัยในบริบท “แอปนำทาง/แอปแผนที่” โดยตรง พบหลักฐานเชิงประจักษ์ที่สอดคล้องกับแนวคิดข้างต้น เช่น งานในบริบทการท่องเที่ยวที่ศึกษาการใช้แอปนำทาง (ที่นิยมใช้ Google Maps และ Waze) พบว่า perceived usefulness มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ และความพึงพอใจส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานต่อเนื่อง อีกทั้งงานที่มุ่งศึกษาแอปนำทางในบริบทการท่องเที่ยวยังรายงานผลว่า perceived usefulness ส่งผลต่อ customer satisfaction อย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนว่า “ความพึงพอใจต่อแอปนำทาง” มักเกิดจากการรับรู้ว่าแอปช่วยให้ผู้ใช้ทำภารกิจหลัก (ค้นหาเส้นทาง/ลดเวลา/ลดความยุ่งยาก) ได้สำเร็จจริง ในขณะเดียวกัน งานวิจัยที่ใช้กรอบ Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) คือ ทฤษฎีที่ใช้อธิบายว่า “ทำไมคนถึงยอมรับและใช้งานเทคโนโลยี” มี 4 ปัจจัย คือ 1) ผู้ใช้เชื่อว่าเทคโนโลยี “ช่วยให้ทำงาน/ทำกิจกรรมได้ดีขึ้น” (Performance Expectancy “PE”) 2) ผู้ใช้รู้สึกว่า “ใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยาก” (Effort Expectancy “EE”) 3) คนรอบตัว/สังคมมีอิทธิพล เช่น เพื่อน ครอบครัว อาจารย์ เพื่อนร่วมงาน “แนะนำ/คาดหวังให้ใช้” (Social Influence “SI”) และ 4) ผู้ใช้มี “ความพร้อมและทรัพยากร” เช่น มือถือเน็ตดี ทักษะการใช้ มีคู่มือ/การช่วยเหลือ ระบบรองรับ (Facilitating Conditions “FC”). (Venkatesh et al., 2003) และ UTAUT2 (Venkatesh et al., 2012) ที่ขยายการยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีให้

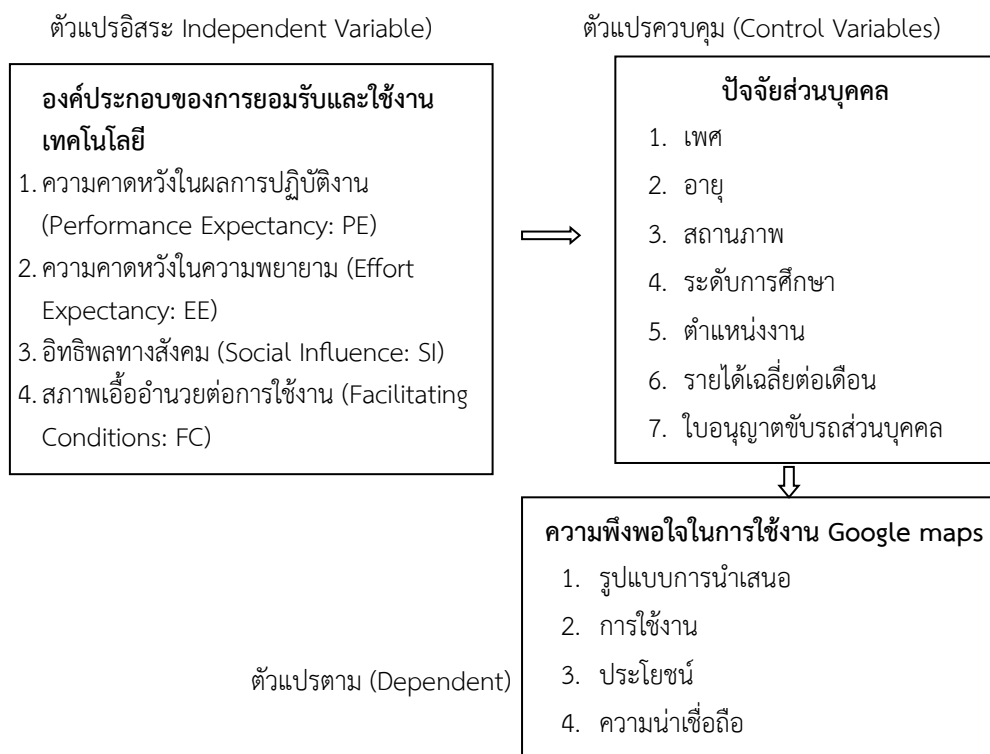
เหมาะกับ “ผู้บริโภค/ผู้ใช้ทั่วไป” โดยเพิ่ม 3 ปัจจัย คือ ความสนุก/เพลิดเพลิน (Hedonic Motivation), ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับต้นทุน/ราคา (Price Value) และความเคยชิน ใช้จนเป็นนิสัย (Habit)

ในบริบทแอปมือถือถึงจำนวนหนึ่งชี้ว่า performance expectancy และ effort expectancy (ซึ่งสอดคล้องกับ PU/PEOU ในเชิงแนวคิด) มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการใช้ และสามารถเชื่อมโยงไปสู่ความพึงพอใจของผู้ใช้งานได้ โดยมีหลักฐานว่าปัจจัยด้านความคาดหวังผลการใช้งานและความง่ายในการใช้งานร่วมกับตัวแปรเสริม (เช่น habit) ส่งผลต่อการใช้งานต่อเนื่องของแอปผ่าน “ความพึงพอใจ” ในทิศทางเดียวกัน งานที่ทดสอบ UTAUT กับบริการดิจิทัลพบว่าการใช้งานจริงมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญ

โดยสรุป งานวิจัยในต่างประเทศสนับสนุนกรอบการอธิบายว่า ความพึงพอใจในการใช้แอป มักเชื่อมโยงกับ (1) การรับรู้ประโยชน์ (2) ความง่ายในการใช้งาน (3) ความน่าเชื่อถือ/ความไว้วางใจ และ (4) การยืนยันความคาดหวังจากประสบการณ์ใช้งานจริง ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบของงานวิจัยครั้งนี้ที่ใช้วัดปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ได้แก่ รูปแบบการนำเสนอ การใช้งาน ประโยชน์ ความน่าเชื่อถือ เป็นตัวแปรตามที่น่าสนใจในการศึกษาในครั้งนี้ และสามารถนำไปใช้เป็นฐานในการอภิปรายผลเชิงประจักษ์ต่อไปได้อย่างเป็นระบบ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี บทความและงานวิจัย ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps โดยทดสอบกลุ่มผู้ใช้งานจากเครื่องมือ “เว็บเบราว์เซอร์และแอปพลิเคชัน” โดยมีแนวคิด องค์ประกอบของการยอมรับและใช้งานเทคโนโลยี เป็นตัวแปรอิสระ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และใบอนุญาตขับรถส่วนบุคคล เป็นตัวแปรควบคุม และมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ได้แก่ รูปแบบการนำเสนอ การใช้งาน ประโยชน์ ความน่าเชื่อถือ เป็นตัวแปรตามที่น่าสนใจในการศึกษาในครั้งนี้ ดังแสดงในรูปที่ 1



รูปที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการศึกษาความพึงพอใจ ผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps
ที่มา : ผู้ศึกษา (2568)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population)

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ บุคลากรและนักศึกษาของมหาวิทยาลัยรังสิตที่มีการใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยไม่สามารถระบุจำนวนประชากรทั้งหมดที่ “ใช้งาน Google Maps” ได้อย่างแน่นอน เนื่องจากเป็นพฤติกรรมการใช้งานที่เปลี่ยนแปลงได้ตามเวลาและไม่ปรากฏฐานข้อมูลจำนวนผู้ใช้งานที่แน่ชัดในระดับมหาวิทยาลัย จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามหลักการคำนวณขนาดตัวอย่างกรณีประชากรมีขนาดใหญ่หรือไม่ทราบจำนวน (Uakarn et al., 2021)

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) และการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยแนวคิดการคำนวณขนาดตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนหรือประชากรมีขนาดใหญ่ ตามสูตรของ Cochran (1977) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ผลการคำนวณพบว่าควรมีก่อนมีกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจำนวน 384 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อป้องกันการสูญเสียข้อมูลจากแบบสอบถามที่ตอบไม่ครบถ้วนหรือไม่สมบูรณ์ และเพื่อให้การเก็บข้อมูลมีความเหมาะสมยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน (Cochran, 1977; Uakarn et al., 2021).

วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Method)

การศึกษานี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) (Ahmed, 2024; Lohr, 2021) จากบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 417 คน ซึ่งมากกว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณไว้ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์เพิ่มเติม ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลภาคสนามในช่วงเดือนมกราคม ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2567 รวมระยะเวลา 3 เดือน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการทำงานวิจัย เป็นการทดสอบระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามเพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันและศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต โดยวิธีการทางสถิติของการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และนำเสนอผลการวิเคราะห์และผลการทดสอบสมมติฐานมาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีถดถอยเชิงเส้นแบบเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ทำการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 คำถามแบบคัดกรอง จำนวน 1 ข้อ ส่วนที่ 2 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ, อายุ, สถานภาพ, ระดับการศึกษา, ตำแหน่งงาน, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และใบอนุญาตขับรถส่วนบุคคล ของแต่ละบุคคล โดยใช้คำถามแบบปลายปิด (Closed-ended Questions) ใช้มาตราวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) และมาตราวัดอันดับ (Ordinal Scale) จำนวน 7 ข้อ และส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับ ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อแอปพลิเคชัน Google Maps ซึ่งประกอบด้วยด้านรูปแบบการนำเสนอ, การใช้งาน, ประโยชน์และความน่าเชื่อถือ จำนวน 45 ข้อ โดยใช้คำถามปลายปิดที่วัดระดับความพึงพอใจโดยใช้มาตราวัดอันดับ (Interval Scale) โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert's 5 ระดับ ได้แก่ 5 = ระดับความพึงพอใจมากที่สุด, 4 = ระดับความพึงพอใจมาก, 3 = ระดับความพึงพอใจปานกลาง, 2 = ระดับความพึงพอใจน้อย และ 1 = ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด และการแปลผลคะแนนใช้ค่าเฉลี่ยและตีความตามเกณฑ์ของ บุญชม ศรีสะอาด (2545) ดังนี้ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = ระดับความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ระดับความพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = ระดับความพึงพอใจน้อย และค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นจากกรอบแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับหลักประชากรศาสตร์กับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหาแต่ละข้อคำถามซึ่งผลการประเมินพบว่า เครื่องมือมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาในระดับที่เหมาะสม

2. การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนำร่องจำนวน 30 คน โดยใช้การวิเคราะห์ค่าความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าค่าความเชื่อมั่นโดยรวมของแบบสอบถามเท่ากับ 0.957 โดยด้านรูปแบบการนำเสนอ ค่าผลการทดสอบอยู่ที่ 0.985, ด้านการใช้งาน ค่าผลการทดสอบอยู่ที่ 0.84 ด้านประโยชน์ ค่าผลการทดสอบอยู่ที่ 0.921 และด้านความน่าเชื่อถือ ค่าผลการทดสอบอยู่ที่ 0.926) ซึ่งค่าผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามมากกว่า 0.75 ถือว่าผ่านเกณฑ์สามารถวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย ส่วนการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 417 ตัวอย่าง ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ที่ 0.917 ถือว่าผ่านเกณฑ์สามารถวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้เช่นกัน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยนำคำตอบจากแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ (Multiple Choices) วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต โดยใช้คำถามปลายปิดที่วัดระดับความคิดเห็นระดับความพึงพอใจ มาตราวัดอันตรภาค (Interval Scale) โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert's 5 ระดับ ได้แก่ 5 = ระดับความพึงพอใจมากที่สุด, 4 = ระดับความพึงพอใจมาก, 3 = ระดับความพึงพอใจปานกลาง, 2 = ระดับความพึงพอใจน้อย และ 1 = ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด และการแปลผลคะแนนใช้ค่าเฉลี่ยและตีความตามเกณฑ์ของ บุญชม ศรีสะอาด (2545) ดังนี้ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 = ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 = ระดับความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 = ระดับความพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 = ระดับความพึงพอใจน้อย และค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตในด้านต่างๆที่แตกต่างกัน โดยใช้ค่าสถิติ Independent Sample F-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4. การวิเคราะห์ด้วยวิธีถดถอยเชิงเส้นแบบเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตในด้านใดมากที่สุด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาเชิงพรรณนา

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตำแหน่งงาน และใบอนุญาตขับรถส่วนบุคคล โดยใช้สถิติค่าความถี่และค่าร้อยละ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (62.80%) รองลงมาเป็นเพศชาย (35.30%) และเพศ LGBT+ (1.90%) ด้านอายุส่วนใหญ่อายุต่ำกว่า 20 ปี (52.60%) รองลงมา 21–25 ปี (38.10%) 25–30 ปี (5.50%) และมากกว่า 30 ปี (3.80%) ตามลำดับ ด้านสถานภาพสมรสส่วนใหญ่โสด (94.00%) รองลงมาสมรส (4.60%) และหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ (1.40%) ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ต่ำกว่าปริญญาตรี (91.40%) รองลงมาปริญญาตรี (7.40%) และสูงกว่าปริญญาตรี (1.20%) ตำแหน่งงานส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา (89.00%) รองลงมาเจ้าหน้าที่ (9.80%) และคณาจารย์ (1.20%) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ช่วง 10,001–15,000 บาท (49.20%) รองลงมาน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (41.20%) 15,001–20,000 บาท (6.50%) และมากกว่า 20,000 บาท (3.10%) สำหรับใบอนุญาตขับรถ พบว่าส่วนใหญ่มีใบอนุญาตขับรถส่วนบุคคลทั้งสองประเภท (56.40%) รองลงมาใบอนุญาตขับรถยนต์ส่วนบุคคล (33.80%) และใบอนุญาตขับรถจักรยานยนต์ส่วนบุคคล (9.80%) ตามลำดับ.

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังปรากฏตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้งาน Google Maps บุคลากรและนักศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต ในภาพรวม

ความพึงพอใจในการใช้งาน GOOGLE MAPS ของบุคลากร และนักศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึง พอใจ	ลำดับที่
1. องค์กรประกอบความพึงพอใจ ด้านรูปแบบการนำเสนอ	3.82	0.845	มาก	4
2. องค์กรประกอบความพึงพอใจ ด้านการใช้งาน	3.84	0.832	มาก	2
3. องค์กรประกอบความพึงพอใจ ด้านประโยชน์	3.84	0.855	มาก	1
4. องค์กรประกอบความพึงพอใจ ด้านความน่าเชื่อถือ	3.83	0.856	มาก	3
รวม	3.83	0.847	มาก	

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.83, S.D. = 0.847) สะท้อนว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้งานแอป และเห็นว่า Google Maps สามารถตอบสนองต่อการใช้งานจริงได้ดีในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านประโยชน์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ = 3.84, S.D. = 0.855) แสดงว่าผู้ใช้รับรู้ว่าแอปให้คุณค่าและช่วยอำนวยความสะดวกต่อการเดินทางหรือการค้นหาสถานที่ได้อย่างชัดเจน ขณะเดียวกัน ด้านการใช้งานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน ($\bar{X}$ = 3.84, S.D. = 0.832) แสดงว่าผู้ใช้ส่วนใหญ่เห็นว่าแอปใช้งานง่ายและเหมาะกับการใช้งานในสถานการณ์ต่างๆ ส่วนด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{X}$ = 3.83, S.D. = 0.856) อยู่ในระดับมาก แสดงว่าผู้ใช้มีความเชื่อมั่นต่อข้อมูลและผลลัพธ์ที่แอปแสดง อย่างไรก็ตาม ค่า S.D. ที่ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับด้านอื่น สะท้อนว่าความคิดเห็นอาจกระจายตัวมากขึ้น ซึ่งอาจเกิดจากความแตกต่างด้านประสบการณ์จริง เช่น ความแม่นยำของข้อมูลในพื้นที่หรือช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ขณะที่ด้านรูปแบบการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดแต่ยังอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.82, S.D. = 0.845) สะท้อนว่าแม้ผู้ใช้พึงพอใจต่อการแสดงผลโดยรวม แต่ยังมีโอกาสพัฒนาในมิติของความชัดเจนและความเข้าใจง่ายของการนำเสนอข้อมูลบน

หน้าจ่อ โดยสรุป กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการใช้งาน Google Maps อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเฉพาะด้านประโยชน์และด้านการใช้งานที่โดดเด่นที่สุด ขณะที่ด้านรูปแบบการนำเสนอเป็นด้านที่ควรพิจารณาปรับปรุงเพิ่มเติมเพื่อเสริมประสบการณ์ผู้ใช้ให้ดียิ่งขึ้น

ผลการศึกษาเชิงอนุมาน

1. วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ที่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ในด้านต่างๆ ที่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต	Mean	S.D.	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
เพศ	ด้านรูปแบบการนำเสนอ	3.83	0.817	8.863	2	4.43	6.828	0.001***
	ด้านการใช้งาน	3.86	0.823	10.207	2	5.10	7.775	0.000***
	ด้านประโยชน์	3.87	0.838	12.848	2	6.42	9.518	0.000***
	ด้านความน่าเชื่อถือ	3.84	0.834	12.608	2	6.30	9.423	0.000***
อายุ	ด้านรูปแบบการนำเสนอ	3.83	0.817	6.641	4	1.66	2.524	0.040*
	ด้านการใช้งาน	3.86	0.823	6.263	4	1.57	2.340	0.050*
	ด้านประโยชน์	3.87	0.838	10.533	4	2.63	3.851	0.004*
	ด้านความน่าเชื่อถือ	3.84	0.834	7.389	4	1.85	2.697	0.030*
สถานภาพ	ด้านรูปแบบการนำเสนอ	3.83	0.817	3.813	2	1.91	2.891	0.057
	ด้านการใช้งาน	3.86	0.823	1.801	2	0.90	1.334	0.264
	ด้านประโยชน์	3.87	0.838	4.006	2	2.00	2.883	0.057
	ด้านความน่าเชื่อถือ	3.84	0.834	2.846	2	1.42	2.059	0.129
ระดับการศึกษา	ด้านรูปแบบการนำเสนอ	3.83	0.817	1.309	1	1.31	1.967	0.162
	ด้านการใช้งาน	3.86	0.823	1.388	1	1.39	2.054	0.153
	ด้านประโยชน์	3.87	0.838	3.443	1	3.44	4.947	0.057
	ด้านความน่าเชื่อถือ	3.84	0.834	0.594	1	0.59	0.853	0.356
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ด้านรูปแบบการนำเสนอ	3.83	0.817	6.496	3	2.17	3.299	0.020*
	ด้านการใช้งาน	3.86	0.823	9.180	3	3.06	4.634	0.003**
	ด้านประโยชน์	3.87	0.838	7.296	3	2.43	3.524	0.015*
	ด้านความน่าเชื่อถือ	3.84	0.834	7.345	3	2.45	3.582	0.014*
ตำแหน่งงาน	ด้านรูปแบบการนำเสนอ	3.83	0.817	5.951	3	1.98	3.016	0.030*
	ด้านการใช้งาน	3.86	0.823	5.274	3	1.76	2.624	0.050*
	ด้านประโยชน์	3.87	0.838	8.252	3	2.75	4.000	0.008**
	ด้านความน่าเชื่อถือ	3.84	0.834	6.782	3	2.26	3.301	0.020*
ใบอนุญาตขับรถส่วนบุคคล	ด้านรูปแบบการนำเสนอ	3.83	0.817	8.274	3	2.76	4.229	0.006**
	ด้านการใช้งาน	3.86	0.823	12.017	3	4.01	6.129	0.000***
	ด้านประโยชน์	3.87	0.838	11.231	3	3.74	5.502	0.001***
	ด้านความน่าเชื่อถือ	3.84	0.834	13.470	3	4.49	6.716	0.000***

หมายเหตุ * $P < 0.05$ ** $P < 0.01$ *** $P < 0.001$ Sig*** = 0.001

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน Google Maps จำแนก 4 ด้าน (รูปแบบการนำเสนอ การใช้งาน ประโยชน์ และความน่าเชื่อถือ) โดยใช้ค่า F และค่า Sig. พบว่า เพศ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกด้าน ($p \leq 0.001$) และ อายุ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในทุกด้านเช่นกัน ($p = 0.004-0.050$) ขณะเดียวกัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ตำแหน่งงาน พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในทุกด้าน ($p \leq 0.050$) รวมถึง ใบอนุญาตขับรถส่วนบุคคล ซึ่งแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญเด่นชัดในทุกด้าน ($p \leq 0.006$) โดยเฉพาะด้านการใช้งาน ด้านประโยชน์ และด้านความน่าเชื่อถือ ($p < 0.001$) อย่างไรก็ตาม สถานภาพสมรส และ ระดับการศึกษา ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในภาพรวมของแต่ละด้าน ($p > 0.05$) จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลบางประการ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ตำแหน่งงาน และใบอนุญาตขับรถส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน Google Maps อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่งผลให้ปฏิเสธสมมติฐานหลักและยอมรับสมมติฐานรองในตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ขณะที่สถานภาพและระดับการศึกษาไม่สนับสนุนสมมติฐานความแตกต่างในครั้งนี้

2. การทดสอบความปกติของข้อมูล (Normality) สามารถวัดได้จากค่าสถิติ Skewness (SK : การกระจายที่สมมาตร) และค่า Kurtosis (KU : ความสูงของการกระจาย) ดังแสดงในตารางที่ 3 และการทดสอบความแปรปรวนของข้อมูล (Test of Variance) เพื่อใช้ในการทดสอบการกระจายของข้อมูลแต่ละกลุ่มในรูปของความแปรปรวนว่าแต่ละกลุ่มมีความเหมือนกันหรือไม่ ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าการแจกแจงของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปร	Mean	S.D.	Variance	SK	KU
ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล					
เพศ	1.67	0.511	0.261	-0.269	-0.965
อายุ	1.64	0.847	0.718	1.727	2.446
สถานภาพ	1.07	0.283	0.080	2.736	2.810
ระดับการศึกษา	1.93	0.263	0.069	-2.257	2650
ตำแหน่งงาน	1.92	0.334	0.112	-1.024	2.617
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1.71	0.722	0.522	0.990	1.230
ใบอนุญาตขับรถ	2.82	1.031	1.063	-0.186	-1.282
ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Google maps					
ด้านรูปแบบการนำเสนอ	3.83	0.817	0.667	0.287	-1.390
การใช้งาน	3.86	0.823	0.678	0.263	-1.477
ประโยชน์	3.87	0.838	0.703	0.194	-1.448
ด้านความน่าเชื่อถือ	3.83	0.834	0.696	0.194	-1.170

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบการแจกแจงของข้อมูลตัวแปร พบว่าข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 7 ตัว และข้อมูลความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps จำนวนทั้งหมด 4 ตัวแปร แสดงถึงการกระจายของข้อมูลแบบปกติ เนื่องจากมีค่าการกระจายที่สมมาตร (Skewness) อยู่ในช่วง -3.0 ถึง +3.0 และความสูงของการกระจาย (Kurtosis) อยู่ในช่วง -3.0 ถึง +3.0 ซึ่งค่าลบและค่าบวกเป็นการแสดงทิศทางของข้อมูล หากช่วงค่าตัวเลข -3.0 ถึง +3.0 จะแสดงถึงการกระจายของข้อมูลแบบปกติ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2549 : 81-83)

ตารางที่ 4 ค่าการแจกแจงของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต	Levene Statistic	Sig.
เพศ	ด้านรูปแบบการนำเสนอ	2.801	0.062
	ด้านการใช้งาน	2.321	0.099
	ด้านประโยชน์	3.868	0.022
	ด้านความน่าเชื่อถือ	4.042	0.018
อายุ	ด้านรูปแบบการนำเสนอ	5.987	0.000***
	ด้านการใช้งาน	5.720	0.000***
	ด้านประโยชน์	6.957	0.000***
	ด้านความน่าเชื่อถือ	5.318	0.000***
สถานภาพ	ด้านรูปแบบการนำเสนอ	4.567	0.033*
	ด้านการใช้งาน	0.613	0.434
	ด้านประโยชน์	0.609	0.436
	ด้านความน่าเชื่อถือ	4.828	0.029*
ระดับการศึกษา	ด้านรูปแบบการนำเสนอ	4.587	0.033*
	ด้านการใช้งาน	0.613	0.433

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต	Levene Statistic	Sig.
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ด้านประโยชน์	0.609	0.436
	ด้านความน่าเชื่อถือ	4.828	0.029*
	ด้านรูปแบบการนำเสนอ	2.912	0.056
	ด้านการใช้งาน	1.992	0.138
	ด้านประโยชน์	2.482	0.085
ตำแหน่งงาน	ด้านความน่าเชื่อถือ	1.154	0.318
	ด้านรูปแบบการนำเสนอ	3.800	0.010*
	ด้านการใช้งาน	2.034	0.108
	ด้านประโยชน์	2.630	0.050*
	ด้านความน่าเชื่อถือ	3.705	0.012*
ใบอนุญาตขับรถส่วนบุคคล	ด้านรูปแบบการนำเสนอ	3.952	0.008**
	ด้านการใช้งาน	2.361	0.071
	ด้านประโยชน์	5.258	0.001***
	ด้านความน่าเชื่อถือ	3.706	0.012*

จากตารางที่ 4 ค่าการแจกแจงของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา พบว่า เพศ: ไม่พบความแปรปรวนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในด้านรูปแบบการนำเสนอ ($p = 0.062$) และด้านการใช้งาน ($p = 0.099$) แต่พบความแปรปรวนแตกต่างกันในด้านประโยชน์ ($p = 0.022$) และด้านความน่าเชื่อถือ ($p = 0.018$) อายุ: พบความแปรปรวนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในทุกด้าน ได้แก่ รูปแบบการนำเสนอ การใช้งาน ประโยชน์ และความน่าเชื่อถือ ($p < 0.001$ ทุกด้าน) สถานภาพ: พบความแปรปรวนแตกต่างกันในด้านรูปแบบการนำเสนอ ($p = 0.033$) และด้านความน่าเชื่อถือ ($p = 0.029$) แต่ไม่แตกต่างในด้านการใช้งาน ($p = 0.434$) และด้านประโยชน์ ($p = 0.436$) ระดับการศึกษา: พบความแปรปรวนแตกต่างกันในด้านรูปแบบการนำเสนอ ($p = 0.033$) และด้านความน่าเชื่อถือ ($p = 0.029$) แต่ไม่แตกต่างในด้านการใช้งาน ($p = 0.433$) และด้านประโยชน์ ($p = 0.436$) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน: ไม่พบความแปรปรวนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในทุกด้าน ($p > 0.05$) ตำแหน่งงาน: พบความแปรปรวนแตกต่างกันในด้านรูปแบบการนำเสนอ ($p = 0.010$) ด้านประโยชน์ ($p = 0.050$) และด้านความน่าเชื่อถือ ($p = 0.012$) แต่ไม่แตกต่างในด้านการใช้งาน ($p = 0.108$) และใบอนุญาตขับรถส่วนบุคคล: พบความแปรปรวนแตกต่างกันในด้านรูปแบบการนำเสนอ ($p = 0.008$) ด้านประโยชน์ ($p = 0.001$) และด้านความน่าเชื่อถือ ($p = 0.012$) แต่ไม่แตกต่างในด้านการใช้งาน ($p = 0.071$) ดังนั้นโดยภาพรวมพบว่าในหลายกรณี โดยเฉพาะตัวแปร “อายุ” และบางมิติของเพศ/ตำแหน่งงาน/ใบอนุญาตขับรถ มีค่า Sig. < 0.05 แสดงว่า ความแปรปรวนไม่เท่ากัน นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ความแปรปรวนของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ในแต่ละด้านโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงใช้สถิติ Welch-Test ในการทดสอบสมมติฐาน

3. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงผลอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ในด้านต่างๆ

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ในด้านต่างๆ	อิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตในด้านใดมากที่สุด			
		B	S.E.	t	Sig.
อายุ	(ค่าคงที่)	1.067	0.200	5.325	0.000***
	ด้านรูปแบบการนำเสนอ	-0.184	0.169	-1.088	0.277
	ด้านการใช้งาน	-0.286	0.165	-1.734	0.044*
	ด้านประโยชน์	0.513	0.156	3.295	0.001***
	ด้านความน่าเชื่อถือ	0.101	0.123	0.823	0.411
หมายเหตุ R = 0.212 R ² = 0.045 R ² ปรับ = 0.036 F = 4.84 ระดับนัยสำคัญ (Sig**) = 0.001***					
สถานภาพ	(ค่าคงที่)	0.947	0.068	13.997	0.000***
	ด้านรูปแบบการนำเสนอ	0.082	0.057	1.441	0.150
	ด้านการใช้งาน	-0.175	0.055	-3.154	0.002**
	ด้านประโยชน์	0.073	0.052	1.386	0.167
	ด้านความน่าเชื่อถือ	0.052	0.041	1.248	0.013*
หมายเหตุ R = 0.183 R ² = 0.034 R ² ปรับ = 0.024 F = 3.567 ระดับนัยสำคัญ (Sig**) = 0.007**					
ระดับการศึกษา	(ค่าคงที่)	2.015	0.063	32.139	0.000***
	ด้านรูปแบบการนำเสนอ	0.039	0.053	0.742	0.458
	ด้านการใช้งาน	0.027	0.052	0.524	0.601
	ด้านประโยชน์	-0.139	0.049	-2.851	0.005**
	ด้านความน่าเชื่อถือ	0.051	0.038	1.315	0.018*
หมายเหตุ R = 0.163 R ² = 0.027 R ² ปรับ = 0.017 F = 2.808 ระดับนัยสำคัญ (Sig**) = 0.025*					
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	(ค่าคงที่)	1.288	0.173	7.458	0.000***
	ด้านรูปแบบการนำเสนอ	-0.174	0.145	-1.196	0.232
	ด้านการใช้งาน	-0.008	0.142	-0.058	0.953
	ด้านประโยชน์	0.089	0.134	0.660	0.509
	ด้านความน่าเชื่อถือ	0.204	0.106	1.927	0.050*
หมายเหตุ R = 0.155 R ² = 0.024 R ² ปรับ = 0.015 F = 2.536 ระดับนัยสำคัญ (Sig**) = 0.040*					
ใบอนุญาตขับรถ	(ค่าคงที่)	3.368	0.245	13.741	0.000***
	ด้านรูปแบบการนำเสนอ	0.092	0.206	0.448	0.654
	ด้านการใช้งาน	0.259	0.201	1.288	0.019*
	ด้านประโยชน์	0.002	0.191	0.011	0.991
	ด้านความน่าเชื่อถือ	-0.497	0.150	-3.308	0.001***
หมายเหตุ R = 0.187 R ² = 0.035 R ² ปรับ = 0.026 F = 3.728 ระดับนัยสำคัญ (Sig**) = 0.005*					

จากตารางที่ 5 พบว่า อิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญ พบเด่นในมิติ ด้านความน่าเชื่อถือ (สถานภาพ ระดับการศึกษา

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและใบอนุญาตขับรถ) รองลงมาคือ ด้านการใช้งาน (อายุ สถานภาพ และใบอนุญาตขับรถ) และด้านประโยชน์ (อายุ และระดับการศึกษา) ขณะที่ เพศ ไม่พบอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญในทุกด้าน

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผล

1. ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุไม่เกิน 25 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และมีสถานะเป็นนักศึกษา โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ที่ 10,001–15,000 บาท และส่วนใหญ่มีใบอนุญาตขับรถส่วนบุคคลทั้งรถยนต์และรถจักรยานยนต์
2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.847) โดยด้านที่โดดเด่นที่สุดคือด้านประโยชน์และด้านการใช้งาน ($\bar{X} = 3.84$) รองลงมาคือด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.83$) และด้านรูปแบบการนำเสนอ ($\bar{X} = 3.82$) ซึ่งยังเป็นด้านที่ควรพัฒนาเพิ่มเติม
3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ในด้านต่างๆ ที่แตกต่างกัน พบว่า เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตำแหน่งงานหลัก และใบอนุญาตขับรถส่วนบุคคล มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ต่อความพึงพอใจในบางด้าน ขณะที่สถานภาพและระดับการศึกษาไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ
4. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ในด้านต่างๆ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญ พบเด่นในมิติ ด้านความน่าเชื่อถือ (สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและใบอนุญาตขับรถ) รองลงมาคือ ด้านการใช้งาน (อายุ สถานภาพ และใบอนุญาตขับรถ) และ ด้านประโยชน์ (อายุ และระดับการศึกษา) ขณะที่ เพศ ไม่พบอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญในทุกด้าน

อภิปรายผล

1. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุไม่เกิน 25 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และมีสถานะเป็นนักศึกษา สะท้อนว่า “โครงสร้างกลุ่มตัวอย่าง” อยู่ในกลุ่มวัยที่คุ้นเคยกับสมาร์ตโฟนและแอปเป็นประจำ ซึ่งอาจเอื้อต่อการรับรู้เทคโนโลยีใช้งานง่ายและให้ประโยชน์ได้ชัดเจนกว่ากลุ่มที่มีประสบการณ์ดิจิทัลต่ำกว่า โดยแนวคิด UTAUT/UTAUT2 ระบุว่า อายุ เพศ และประสบการณ์ สามารถทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับที่ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่าง “ความคาดหวังผลลัพธ์/ความง่ายในการใช้” กับการยอมรับเทคโนโลยีแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มผู้ใช้ (Venkatesh et al., 2003; Venkatesh et al., 2012). นอกจากนี้ สัดส่วนผู้มีใบอนุญาตขับรถสูง (โดยเฉพาะมีทั้งสองประเภท) ยังบ่งชี้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้ม “ใช้การเดินทางจริง” อยู่บ่อย จึงมีโอกาสประเมินคุณค่าของแอปนำทางจากสถานการณ์จริงได้มาก ซึ่งสอดคล้องกับหลักฐานเชิงประจักษ์ที่พบว่า ผู้ใช้ Google Maps มักอ้างถึง “ความไว้วางใจ” และ “ความง่ายในการใช้” เป็นเหตุผลสำคัญของการใช้งานในบริบทการเดินทางจริง (Peer, 2025).
2. ผลการวิจัยความพึงพอใจต่อการใช้งาน Google Maps พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก และด้านที่โดดเด่นที่สุดคือ ด้านประโยชน์ และ ด้านการใช้งาน สามารถอภิปรายได้ว่า ผู้ใช้พึงพอใจสูงเมื่อแอป “ช่วยให้ทำภารกิจได้สำเร็จและคุ้มค่าเวลา” (ประโยชน์) พร้อมกับ “ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน” (การใช้งาน) ซึ่งสอดคล้องโดยตรงกับกรอบ TAM ที่ชี้ว่า Perceived Usefulness (PU) และ Perceived Ease of Use (PEOU) เป็นตัวแปรหลักที่กำหนดการยอมรับและการประเมินเทคโนโลยีของผู้ใช้ (Davis, 1989) ในมุม UTAUT ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับ Performance Expectancy และ Effort Expectancy ที่อธิบายว่าผู้ใช้จะมีท่าทีเชิงบวกต่อเทคโนโลยีเมื่อคาดหวังว่าเทคโนโลยีนั้น “ทำให้ผลลัพธ์ดีขึ้น” และ “ใช้ความพยายามน้อย” (Venkatesh et al., 2003). ส่วนที่พบว่า ด้านความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมาก แต่มีความแปรปรวนสูงกว่าเล็กน้อย แสดงให้เห็นว่า โดยรวมผู้ใช้เชื่อมั่นในข้อมูล

แต่ประสบการณ์จริงอาจไม่สม่ำเสมอ เช่น ความแม่นยำของเวลาเดินทางหรือข้อมูลบางพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานที่รายงานการใช้งาน Google Maps ในสถานการณ์จริงว่า แม้ผู้ใช้งานจำนวนมาก “ไว้วางใจและใช้งาน” แต่ยังพบความคลาดเคลื่อนของเวลาเดินทางเทียบกับเวลาจริงในบางกรณี (Peer, 2025). ขณะที่ ด้านรูปแบบการนำเสนอ ได้คะแนนต่ำสุด (แม้จะระดับมาก) สะท้อนมิติ “ประสบการณ์ผู้ใช้” ที่ยังพัฒนาได้ เช่น ความชัดของข้อมูล การอ่านแผนที่/สัญลักษณ์ ซึ่งผลลักษณะนี้สอดคล้องกับงานวิจัยแอปมือถือที่พบว่า “ความง่ายในการนำทาง/การโต้ตอบ” มีบทบาทต่อความพึงพอใจของผู้ใช้อย่างมีนัยสำคัญ (Chen et al., 2014).

3. ผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตำแหน่งงาน และใบอนุญาตขับรถส่วนบุคคล ส่งผลให้ความพึงพอใจ “แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในบางด้าน” ($p < 0.05$) ขณะที่ สถานภาพและระดับการศึกษา ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยผลลัพธ์นี้สามารถอธิบายได้ด้วยกรอบ UTAUT/UTAUT2 ที่เสนอว่า “ความแตกต่างระหว่างบุคคล” เช่น อายุ เพศ และประสบการณ์ ทำหน้าที่เป็น ตัวแปรกำกับที่ทำให้การรับรู้คุณค่าและความง่ายในการใช้ส่งผลต่อผลลัพธ์ด้านทัศนคติ/การยอมรับแตกต่างกันตามกลุ่มผู้ใช้ (Venkatesh et al., 2003; Venkatesh et al., 2012) ส่วนในบริบทแอปนำทาง “ใบอนุญาตขับรถ” และ “ตำแหน่งงาน/บทบาท” สะท้อนรูปแบบการเดินทางและความถี่การใช้งานที่ต่างกัน จึงทำให้เกณฑ์การประเมินความพึงพอใจต่างกันได้ เช่น กลุ่มที่ขับรถเป็นประจำอาจให้ความสำคัญกับความแม่นยำของเส้นทาง/สภาพจราจรและความน่าเชื่อถือมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานด้านแอปนำทางที่ชี้ว่าปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ของการใช้งาน (perceived usefulness “PU”), การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (perceived ease of use (“PEOU”) และความไว้วางใจ / ความเชื่อมั่น (trust) เป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงกับการยอมรับ/การใช้งานของผู้ใช้ (Gumasing et al., 2023).

4. ผลการวิเคราะห์พบว่า ความพึงพอใจต่อการใช้งาน Google Maps โดยรวมอยู่ในระดับมาก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านประโยชน์ และ ด้านการใช้งาน สะท้อนว่า ผู้ใช้ประเมินแอปในเชิงบวกเมื่อสามารถสนับสนุนการเดินทาง/ค้นหาสถานที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและใช้งานได้สะดวก ผลดังกล่าวสอดคล้องกับกรอบ TAM ที่ระบุว่า การรับรู้ประโยชน์ (PU) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดทัศนคติเชิงบวกและความพึงพอใจต่อเทคโนโลยี (Davis, 1989) และสอดคล้องกับงานเชิงประจักษ์ที่พบว่า PU/PEOU และ ความไว้วางใจ/ความน่าเชื่อถือ (trust) มีบทบาทร่วมในการอธิบายความพึงพอใจของผู้ใช้แอปบนมือถือ (Amin et al., 2014; Chen et al., 2014) ขณะเดียวกัน ผลการทดสอบความแตกต่างชี้ว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์บางประการ (เช่น อายุ สถานภาพ ตำแหน่งงาน รายได้ และใบอนุญาตขับรถ) สัมพันธ์กับความพึงพอใจในบางมิติ โดยเด่นที่ด้านความน่าเชื่อถือ (Trust/Reliability) อันสะท้อนความต่างของ “บริบทการเดินทาง” และ “ระดับความคาดหวังต่อความแม่นยำของข้อมูล” ระหว่างกลุ่มผู้ใช้ เช่น บุคลากร/อาจารย์ที่ใช้เพื่อการขับรถและพึ่งพาข้อมูลเวลาเดินทาง การจราจร มีแนวโน้มประเมินความน่าเชื่อถือเข้มข้นกว่านักศึกษาที่ใช้เพื่อเดินทางภายในวิทยาเขตหรือค้นหาอาคาร/จุดบริการ นอกจากนี้ ความคลาดเคลื่อนระหว่างเวลาเดินทางที่ระบบคาดการณ์กับเวลาเดินทางจริงในบางสถานการณ์อาจทำให้การรับรู้ความน่าเชื่อถือแตกต่างกันมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มที่ต้องตัดสินใจภายใต้ข้อจำกัดด้านเวลา (Peer, 2025) โดยสรุป ผลการวิจัยสะท้อนว่า ความพึงพอใจต่อ Google Maps ถูกขับเคลื่อนหลักโดย “ประโยชน์” และ “ความง่ายในการใช้งาน” ตามกรอบ TAM ขณะที่ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลมีแนวโน้มส่งผลเด่นต่อมิติ “ความน่าเชื่อถือ” เนื่องจากแต่ละกลุ่มผู้ใช้มีบริบทการเดินทางและความคาดหวังต่อความแม่นยำของข้อมูลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ.

5. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจ ในด้านต่างๆ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.05$) โดยพบเด่นในมิติ ด้านความน่าเชื่อถือ (สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และใบอนุญาตขับรถ) รองลงมาคือ ด้านการใช้งาน (อายุ สถานภาพ และใบอนุญาตขับรถ) และ ด้านประโยชน์ (อายุ และระดับการศึกษา) ขณะที่ เพศ ไม่พบอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญในทุกด้าน ผลลักษณะนี้สามารถอธิบายได้ว่า “ความน่าเชื่อถือ” เป็นมิติที่อ่อนไหวต่อบริบทชีวิตและประสบการณ์สะสม เช่น ผู้ที่เดินทางบ่อยหรือมีข้อจำกัดด้านเวลาอาจตั้งเกณฑ์การประเมินความถูกต้อง/ความเชื่อมั่นสูงกว่า จึงทำให้ตัวแปรส่วนบุคคลเข้าไปอธิบายความแตกต่างของ “ความน่าเชื่อถือ” ได้มากกว่ามิติอื่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Expectation-Confirmation Model ที่ชี้ว่า

ความพึงพอใจเกิดจากการที่ผลการใช้งาน “ยืนยัน/ไม่ยืนยันความคาดหวัง” และเมื่อความคาดหวังต่างกันตามบริบทของแต่ละบุคคล ระดับความพึงพอใจก็ย่อมต่างกัน (Bhattacharjee, 2001). นอกจากนี้ งานในบริบทแอปนำทางยังพบว่า ปัจจัยด้านประโยชน์/คุณภาพระบบและความเชื่อมั่นมีบทบาทต่อการประเมิน “ความไว้วางใจ/ความน่าเชื่อถือ” ของระบบนำทาง (Wen, 2020). ขณะที่ “เพศ” ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน Google Maps ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตในภาพรวม อาจสะท้อนว่าเมื่อควบคุมปัจจัยอื่นร่วมกันแล้ว เพศไม่ได้อธิบายความพึงพอใจได้โดยตรงมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับตรรกะของ UTAUT/UTAUT2 ที่มองว่าเพศมักทำหน้าที่เป็น “ตัวกำกับ” มากกว่าตัวทำนายหลักเมื่อมีตัวแปรเชิงบริบทอื่นร่วมอยู่ในโมเดล (Venkatesh et al., 2012)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- 1) มหาวิทยาลัยควรกำหนดหน่วยงานเจ้าภาพเพื่อกำกับดูแลข้อมูลสถานที่ภายในและรอบมหาวิทยาลัยให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และกำหนดบทบาทหน้าที่และอำนาจการอนุมัติการปรับปรุงข้อมูลอย่างชัดเจน เพื่อยกระดับความน่าเชื่อถือของข้อมูลเชิงสถานที่ในภาพรวม
- 2) มหาวิทยาลัยควรกำหนดช่องทางทางการสำหรับการแจ้งข้อมูลผิดพลาด/เสนอการแก้ไขจากบุคลากรและนักศึกษา พร้อมกำหนดหลักเกณฑ์การคัดกรองและการตอบกลับผลการดำเนินการ เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการปรับปรุงข้อมูลและเสริมความเชื่อมั่นของผู้ใช้
- 3) ควรปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอข้อมูลสถานที่ให้ชัดเจนและเข้าใจง่าย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งาน

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

- 1) กำหนดบทบาทผู้รับผิดชอบหลัก ตรวจสอบ และอนุมัติการแก้ไขข้อมูลให้ชัดเจน เพื่อลดความซ้ำซ้อนและทำให้การจัดการข้อมูลต่อเนื่อง
- 2) กำหนดมาตรฐานข้อมูลขั้นต่ำของจุดสถานที่ (Minimum Dataset for POIs) เช่น ชื่อ-พิกัดที่ถูกต้อง ภาพถ่ายล่าสุด เวลาเปิด-ปิด จุดสังเกต และคำอธิบายการเข้าถึง เพื่อให้ข้อมูลชัดเจนและใช้งานได้ง่าย
- 3) จัดทำระบบติดตามผลและตัวชี้วัดการปรับปรุง (Tracking & KPI) โดยการสร้างช่องทางรับแจ้งปัญหาและติดตามสถานะการแก้ไข พร้อมสรุปผลเป็นรอบเวลา และใช้ KPI เพื่อควบคุมคุณภาพการดำเนินงาน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้หลากหลาย โดยเพิ่มสัดส่วนบุคลากรและกลุ่มอายุที่มากกว่า 25 ปี เพื่อให้ผลสะท้อนภาพรวมผู้ใช้ของมหาวิทยาลัยได้ครอบคลุมและลดอคติจากการกระจุกตัวของกลุ่มนักศึกษา
- 2) ควรพิจารณาเพิ่มตัวแปรอธิบายอื่นที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการใช้งานแอปนำทาง เช่น ทักษะติดต่อเทคโนโลยี ประสบการณ์ใช้งานแอปนำทาง และตัวแปรตามกรอบ Technology Acceptance Model (TAM) เพื่อเพิ่มความสมบูรณ์ในการอธิบายปัจจัยเชิงพฤติกรรม
- 3) ควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับเหตุผล ปัญหา และข้อเสนอแนะของผู้ใช้ อันจะช่วยอธิบายและสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณให้ชัดเจนขึ้น
- 4) ควรศึกษาวิจัยเชิงเปรียบเทียบระหว่างแอปนำทางหลายแพลตฟอร์ม เช่น Google Maps และ Apple Maps เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างด้านจุดเด่น จุดด้อย และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งานของผู้ใช้ในบริบทเดียวกัน

เอกสารอ้างอิง

ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2549). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์* (พิมพ์ครั้งที่ 16). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Ahmed, S. K. (2024). How to choose a sampling technique and determine sample size for research: A simplified guide for researchers. *Annals of Medicine and Surgery*, 86, 6501–6508.

- Amin, M., Rezaei, S., & Abolghasemi, M. (2014). User satisfaction with mobile websites: The impact of perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEOU) and trust. *Nankai Business Review International*, 5(3), 258–274. <https://doi.org/10.1108/NBRI-01-2014-0005>
- Baker-Eveleth, L., & Stone, R. W. (2020). User's perceptions of perceived usefulness, satisfaction, and intentions of mobile application. *International Journal of Mobile Communications*, 18(1), 1–18. <https://doi.org/10.1504/IJMC.2020.104431>
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model. *MIS Quarterly*, 25(3), 351–370.
- Brooke, J. (1996). SUS: A “quick and dirty” usability scale. In P. W. Jordan, B. Thomas, B. A. Weerdmeester, & I. L. McClelland (Eds.), *Usability evaluation in industry* (pp. 189–194). Taylor & Francis.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Crutzen, R., Peters, G.-J. Y., & Noijen, J. (2017). Using confidence interval-based estimation of relevance to select social-cognitive determinants for behavior change interventions. *Frontiers in Public Health*, 5, Article 165.
- Culnan, M. J., & Bies, R. J. (2003). Consumer privacy: Balancing economic and justice considerations. *Journal of Social Issues*, 59(2), 323–342.
- DataReportal. (2025). *Digital 2025: Thailand*. Retrieved December 7, 2025, from <https://datareportal.com/reports/digital-2025-thailand>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30.
- Gelashvili, V., Martínez-Navalón, J. G., DeMatos, N., & de Brito Correia, M. (2024). Technological transformation: The importance of E-WOM and perceived privacy in the context of opinion platforms. *Technological Forecasting and Social Change*, 205, 123472. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123472>
- Google. (2024). *Google Maps updates: Gemini arrives, Immersive View expands and more*. Google Blog. Retrieved December 7, 2025, from <https://blog.google/products-and-platforms/products/maps/gemini-google-maps-navigation-updates/>
- Google. (2025). *Privacy Policy*. Retrieved December 7, 2025, from <https://policies.google.com/privacy>
- Google. (2025). *Read Google's 10th annual Environmental Report*. Google Blog. Retrieved December 7, 2025, from <https://blog.google/company-news/outreach-and-initiatives/sustainability/environmental-report-2025/>
- Google. (2025). *Travel more sustainability in Europe with Google Maps*. Google Blog. Retrieved December 7, 2025, from <https://blog.google/products-and-platforms/products/maps/new-maps-updates-for-sustainable-travel-europe/>
- Google Account Help. (2025). *Find & control your Web & App Activity*. Retrieved December 7, 2025, from <https://support.google.com/accounts/answer/54068>
- Google Maps Help. (2025). *Manage your Google Maps Timeline*. Retrieved December 7, 2025, from <https://support.google.com/maps/answer/6258979>
- Google Privacy & Terms. (2025a). *How Google uses location information*. Retrieved December 7, 2025, from <https://policies.google.com/technologies/location-data?hl=en>

- International Organization for Standardization. (2018). *ISO 9241-11:2018 Ergonomics of human-system interaction—Part 11: Usability: Definitions and concepts*. Author.
- Lohr, S. L. (2021). *Sampling: Design and analysis* (3rd ed.). Chapman and Hall/CRC.
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing and validating trust measures for e-commerce: An integrative typology. *Information Systems Research*, 13(3), 334–359.
- MSPoweruser. (2023, November 29). Google Maps statistics: 25+ surprising facts. *MSPoweruser*. <https://mspoweruser.com/google-maps-statistics/>
- Oghuma, A. P., Libaque-Saenz, C. F., Wong, S. F., & Chang, Y. (2016). An expectation-confirmation model of continuance intention to use mobile instant messaging. *Telematics and Informatics*, 33(1), 34–47. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.05.006>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Phuangsuwan, P., Siripipatthanakul, S., Chaiprakarn, S., & Puangsang, M. (2024). Investigating intentions to use Google Maps for travelling among users. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 19(1), 89–106. <https://doi.org/10.60101/rmuttgber.2024.270317>
- Suhud, U., Allan, M., Sari, D. P., & Hapsoro, B. B. (2022). Customers' continuance intention in using a mobile navigation app in the tourism context: What factors will lead? *Academica Turistica*, 14(2), 137–148. <https://doi.org/10.26493/2335-4194.14.137-148>
- Tam, C., Santos, D., & Oliveira, T. (2020). Exploring the influential factors of continuance intention to use mobile apps: Extending the expectation confirmation model. *Information Systems Frontiers*, 22(1), 243–257. <https://doi.org/10.1007/s10796-018-9864-5>
- Uakarn, C., Chaokromthong, K., & Sintao, N. (2021). Sample size estimation using Yamane and Cochran and Krejcie and Morgan and Green formulas and Cohen statistical power analysis by G*Power and comparisons. *APHEIT International Journal*, 10, 76–86.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Veronika, S., Lee, M. S. W., Lang, B., & Putra, P. (2025). A systematic review and future agenda on continuance intentions in mobile apps. *International Journal of Information Management Data Insights*, 5(2), 100352. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2025.100352>
- Wolman, B. B. (Ed.). (1973). *Dictionary of behavioral science*. Van Nostrand Reinhold.