

การยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันสั่งและส่งอาหารของลูกค้า
ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Technology Acceptance of Food Application to Order and Deliver
of Customer in Bangkok and Metropolitan Region

ติณณมินทร์ สุขสมัย¹ และเกียรติศักดิ์ สัมครสมาน²

Tinnamin Suksamai¹ and Kiattisak Smaksman²

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์^{1,2}

Rattanakosin College of Innovation Management^{1,2}

E-mail: ¹tinnamin.suk@rmutr.ac.th

Retrieved 10-03-2019; Revised 03-05-2019; Accepted 21-05-2019

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันสั่งอาหารและส่งอาหารของลูกค้าจำแนกตาม กลุ่มอายุและระดับรายได้ โดยมีกรอบแนวคิดของงานวิจัยประยุกต์จาก ทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีและมุมมองความสะดวกและปลอดภัยของช่องทางการชำระเงิน วิธีการสำรวจ เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ 432 คน จากผู้ที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน Lineman เพื่อตอบแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการวิเคราะห์ตัวแปรทวินามและวิเคราะห์ แบบจำลองสมการถดถอยโลจิสต์ ผลการวิจัยพบว่า ด้านการเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันสั่งและส่งอาหาร พบว่า กลุ่มอายุและระดับรายได้ มีระดับการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชัน แตกต่าง กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของลูกค้าที่สั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ประกอบด้วย การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้การเติมเต็ม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ความปลอดภัย ทศนคติที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน บรรทัดฐานของคนใกล้ชิด คนในครอบครัว และเพื่อนฝูง บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย บรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง ความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน และพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า มุมมองต่อความสะดวกและปลอดภัย การชำระเงินผ่านช่องทางเงินสด E-Wallet และ Mobile Banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี; การตัดสินใจเลือกใช้; มุมมองความสะดวกและความปลอดภัย

Abstract

The purposes of this research were to determine factors acceptance level of buying delivery food application for customer classified age group and income level. Conceptual Framework was based on perception on convenience and security of the payment channel and Technology Acceptance Model. Stratified random sampling technique was applied to select 432 persons who choose to access buying delivery lineman application to answer self-reported questionnaire. Data were analyzed by bivariate analysis and Logit regression model analysis. Research findings revealed that major factor determining selecting on buying delivery lineman behavior to mobile application to customers in Bangkok and metropolitan region, consisted of perceived number of peers, perceived number of cross platforms, Perceived complementarity, perceived usefulness, perceived security, attitude towards technology, descriptive norm, injunctive norm, subjective norm and behavior intention and factors affecting the decision to choose electronic payment, it was found that convenience to buy and safety. Payments through Cash E-Wallet and Mobile Banking were statistically significant.

Keywords: technology adoption Decision to use Views for convenience and safety

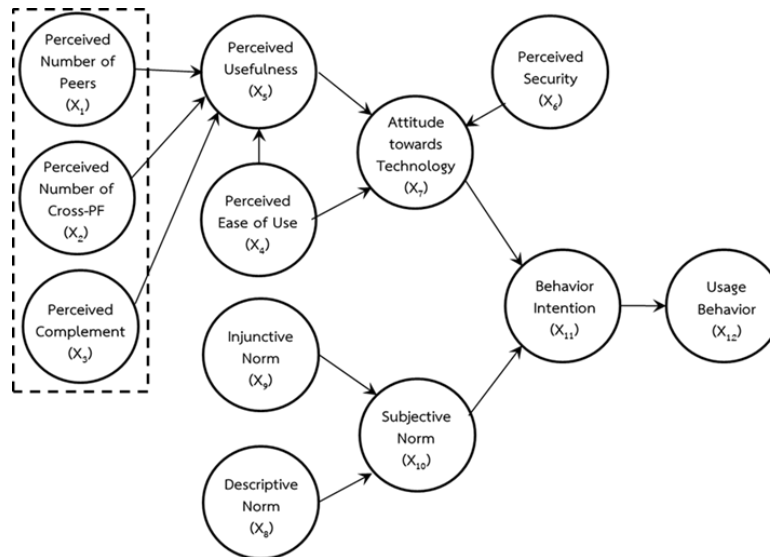
บทนำ

พฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนในสังคมเมืองกรุงเทพมหานคร ด้วยรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันที่ถูกจำกัดในเรื่องของเวลาจึงทำให้ต้องวางแผนการทำงาน การเดินทาง รวมไปถึงเวลาในการรับประทานอาหารที่ต้องคำนึงถึงความเร็ว สะดวกสบาย การสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยตอบสนองความต้องการได้ ปัจจุบันธุรกิจต่าง ๆ จึงเริ่มมีการปรับตัวตาม โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจ E-Commerce และ ธุรกิจสั่งซื้ออาหารออนไลน์ เพราะว่าสมาร์ตโฟนจะมีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนไทยมากขึ้น โดยช่องทางออนไลน์จะเข้ามาช่วยแก้ปัญหาในด้านของข้อจำกัดเวลางบประมาณ และสร้างทางเลือกในการเข้าถึงสินค้าและบริการได้อย่างครอบคลุม นอกจากนั้น การทำธุรกรรมทางการเงินก็ได้พัฒนาระบบการชำระเงินออกมาในรูปแบบของ E-payment และเริ่มเปลี่ยนแปลงจากสังคมเงินสดไปสู่การชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payments) ในการชำระค่าบริการสินค้าและบริการ รวมทั้งจำนวนผู้ใช้สมาร์ตโฟนและรูปแบบการใช้ชีวิตติดิจิทัลได้มีการพัฒนา ซึ่งสามารถรองรับการทำธุรกรรมทางการเงินที่ทันสมัยผ่านระบบ Mobile banking และ Internet banking โดยงานวิจัยของบุญญา ด้าน อัญชลีพร บุญชู และเกตุวดี สมบูรณ์ทวี (2561, หน้า 363) ได้ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันสั่งและส่งอาหารของลูกค้า Line พบว่ามีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ทั้งหมด 5 ด้าน คือ ด้านความคาดหวังที่ได้ใช้งาน (Performance expectancy: PE) ด้านอิทธิพลของสังคม (Social Influence: SI) ด้านความกังวล (Anxiety: AN) ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี (Perceived Usefulness:

PU) และด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้เทคโนโลยี (Perceive Ease of Use: PEU) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน Wongnai ของ Lineman และ อิสราวลี เนียมศรี (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Lineman ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากในด้านการรับรู้ประโยชน์ รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ใช้งานง่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับมาก โดยเห็นด้วยมากในเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน Lineman เป็นหนึ่งทางเลือกจากหลากหลายทางเลือก รวมถึง ทวีวรรณ คงนิษฐ์วาล และธนอมศักดิ์ สุวรรณน้อย (2562, บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความตั้งใจในการเลือกใช้ออปพลิเคชัน การจ่ายเงินรหัส QR ผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจในการเลือกใช้ออปพลิเคชันการจ่ายเงิน รหัส QR ผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน ได้แก่ การรับรู้ถึงการใช้งานง่าย การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความเสี่ยง บรรทัดฐานของคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัว และเพื่อนฝูง บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจใช้ และพฤติกรรมการใช้ และ ชยาภรณ์ กิตติสิทธิชัย (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัด กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานครมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน (UF) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เพราะการใช้บริการซื้อสินค้าด้วยระบบ E- Wallet ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟนสามารถใช้ได้ทุกที่ทุกเวลาแบบทันที และน้อยที่สุดคือด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน (TR) เพราะ ระบบรักษาความปลอดภัยในข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งาน จะต้องสามารถสร้างความมั่นใจในการใช้งานได้ และ Bovee, Houston & Thrill (1995) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง ความโน้มเอียงในด้านบวก (Positive) หรือความโน้มเอียงในด้านลบ (Negative inclination) ของบุคคลากรที่มีต่อตราสินค้า บุคคล สถานที่ แนวคิด หรือประเด็นต่าง ๆ ซึ่งทัศนคติมีความสำคัญต่อการตลาดมาก เพราะทัศนคติมีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการซื้อ และการกระทำการซื้อของผู้บริโภคทั้งหลาย ดังนั้นจากการกล่าวข้างต้น จึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาแอปพลิเคชัน Lineman (ไลน์แมน) ซึ่งสามารถสั่งอาหารจากร้านดังกว่า 10,000 ร้านทั่วกรุงเทพฯ การเข้าใช้งานไลน์แมนสามารถล็อกอินผ่านไลน์ไอดีได้อย่างง่าย ตรวจสอบสถานะและรายละเอียดคำสั่งซื้อแบบเรียลไทม์ ผู้ใช้สามารถชำระเงินด้วยเงินสดหรือระบบ E-payment ที่สร้างขึ้นมาเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในปัจจุบัน พิรานันท์ แก่งกล้า, (2562) ซึ่งพาร์ทเนอร์หลักๆของ Lineman ในส่วนของ Food Delivery นั่นก็คือ Lalamove และ Wongnai ที่ช่วยในการเข้าถึงข้อมูลของร้านอาหารและผู้บริโภค พาร์ทเนอร์ของ Lineman ยังเป็นจุดแข็งสำคัญอีกด้วย

กรอบแนวคิด

จากการบูรณาการแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดงานวิจัยเพื่อทำการศึกษาศักยภาพที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันสั่งและสั่งอาหารของลูกค้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนี้



รูปที่ 1 ทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี(Technology Acceptance Model)

จากกรอบแนวคิดข้างต้น งานวิจัยนี้กำหนดสมมติฐานของงานวิจัยดังนี้

H₁ : การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย (PNPeer) การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม (PNCPlat) การรับรู้การเติมเต็ม (PCom) และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (PEOU) ส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของแอปพลิเคชัน (PU)

H₂ : การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (PEOU) การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ (PU) และการรับรู้ความปลอดภัย (PSecure) ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน (ATT)

H₃ : บรรทัดฐานของคนใกล้ชิด คนในครอบครัว และเพื่อนฝูง (DNorm) และบรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย (INorm) ส่งผลในเชิงบวกต่อบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง (SNorm)

H₄ : ทัศนคติที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน (ATT) และบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง (SNorm) ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งาน แอปพลิเคชัน (BI)

H₅ : ความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน (BI) ส่งผลในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน (U)

วิธีการศึกษา

กลุ่มตัวอย่าง

ทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ร่วมกับการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) จากผู้ที่เคยใช้บริการใช้แอปพลิเคชันสั่งและสั่งอาหาร Lineman ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 432 คน โดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์

ตารางที่ 1 องค์ประกอบของกลุ่มตัวอย่าง

	เงินสด	E- Payment	Total
Gen Z – Y	187	109	296
	63.18%	36.82%	100.00%
Gen X – BB	59	77	136
	43.38%	56.62%	100.00%
Total	246	186	432
	56.94%	43.06%	100%

จากตารางที่ 1 ผู้ใช้แอปพลิเคชัน Lineman จำนวน 432 คน ส่วนใหญ่ผู้ใช้แอปพลิเคชันอยู่ใน Gen Z – Y จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 68.52% โดยมีผู้ชำระเงินสด จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 63.18% ชำระผ่าน E – payment จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 36.82% รองลงมาคือ Gen X – BB จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 31.48 % โดยมีผู้ชำระเงินสด จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 43.38% ชำระผ่าน E – payment จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 56.62% ตามลำดับ

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 สะท้อนข้อมูลส่วนบุคคล และพฤติกรรมในการใช้บริการ และส่วนที่ 3 เป็นมาตรวัด Likert Scale เพื่อวัดระดับการยอมรับแอปพลิเคชันและพฤติกรรมการใช้ แอปพลิเคชัน

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการศึกษาของงานวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ด้วยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัยหลัก (Principal Component Analysis : PCA) และการวิเคราะห์ Cronbach's Alpha และทำการทดสอบด้วยวิธี Independent Sample t-test สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 กลุ่ม และการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยดำเนินการทดสอบด้วยการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตั้งแต่สองตัวแปร

ขึ้นไปกับตัวแปรตามหนึ่งตัวแปร เพื่อทดสอบสมมุติฐานของงานวิจัย โดยแบบจำลองตามกรอบแนวคิดของงานวิจัยสามารถแสดงได้ดังนี้

$$X_5 = \beta_{5,0} + \beta_{5,1}X_1 + \beta_{5,2}X_2 + \beta_{5,3}X_3 + \beta_{5,4}X_4 + u_5$$

$$X_7 = \beta_{7,0} + \beta_{7,4}X_4 + \beta_{7,5}X_5 + \beta_{7,6}X_6 + u_7$$

$$X_{10} = \beta_{10,0} + \beta_{10,8}X_8 + \beta_{10,9}X_9 + u_{10}$$

$$X_{11} = \beta_{11,0} + \beta_{11,7}X_7 + \beta_{11,10}X_{10} + u_{11}$$

$$X_{12} = \beta_{12,0} + \beta_{12,11}X_{11} + u_{12}$$

โดยที่

X_1 =การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย (Perceived Number of Peers)

X_2 =การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม (Perceived Number of Cross Platform)

X_3 =การรับรู้การเติมเต็ม (Perceived Complementarity)

X_4 =การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use)

X_5 =การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness)

X_6 =การรับรู้ความปลอดภัย (Perceived Security)

X_7 =ทัศนคติที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน (Attitude toward Application)

X_8 =บรรทัดฐานของคนใกล้ชิด คนในครอบครัว และเพื่อนฝูง (Descriptive Norm)

X_9 =บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย (Injunctive Norm)

X_{10} =บรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง (Subjective Norm)

X_{11} =ความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน (Behavior Intention)

X_{12} =พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน (Usage Behavior)

β_j =สัมประสิทธิ์ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรต้น (j) และตัวแปรตาม (i)

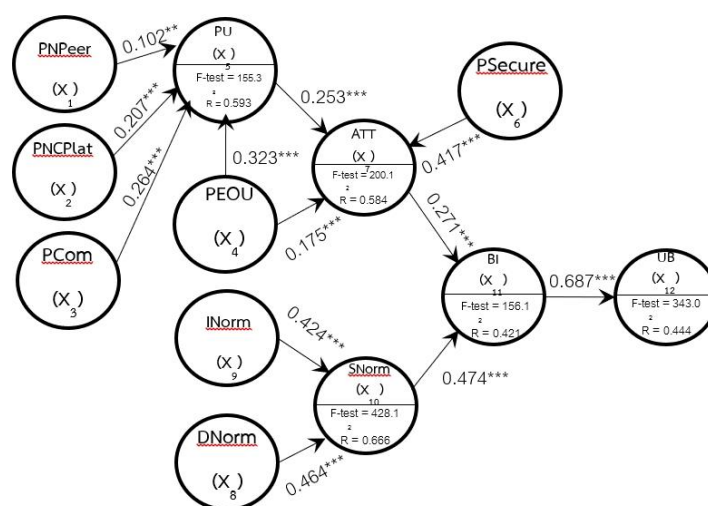
u_i =ค่าความผิดพลาด (Error Term)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันสั่งและสั่งอาหารของลูกค้าจำแนกตามกลุ่มอายุและระดับรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุต่างกัน ที่อยู่ในช่วงวัย 39 – 54 ปี ให้ความสำคัญกับการรับรู้ความปลอดภัย บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย ความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน และพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน มากกว่ากลุ่มตัวอย่างในช่วงวัยอื่น ๆ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงวัย 24 – 38 ปี ให้ความสำคัญกับ การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างในช่วงวัยอื่น ๆ และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001 – 50,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญกับ การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย การรับรู้การเติมเต็ม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน บรรทัดฐานของคนใกล้ชิด คนในครอบครัว และ

เพื่อนฝูง บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย บรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง ความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน อาจเป็นผลมาจาก ผู้ใช้บริการที่มีกำลังซื้อค่อนข้างมีรายได้ดี จะสั่งอาหารเดลิเวอรี่เพื่อความสะดวก สามารถสั่งมาทานที่บ้านได้และไม่ต้องเสียเวลาไปรอที่ร้าน สามารถสั่งอาหารได้หลายร้าน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญกับการรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์มการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ความปลอดภัยทัศนคติที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน โดยผู้ให้บริการในกลุ่มตัวอย่างนี้ ก็ยังต้องการความสะดวกสบายไม่ต้องเสียเวลาไปรออาหารที่ร้าน มีรายได้ปานกลาง มีกำลังซื้อ แต่ยังคำนึงถึงความปลอดภัยในการจ่ายเงินและคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการส่งอาหารเดลิเวอรี่ในแต่ละครั้ง

ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานของแอปพลิเคชันสั่ง และส่งอาหาร ของกลุ่มผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันสั่งและส่งอาหาร ได้แก่ การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้การเติมเต็ม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ความปลอดภัย ทัศนคติที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน บรรทัดฐานของคนใกล้ชิด คนในครอบครัวและเพื่อนฝูง บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย บรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง ความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน และพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 432 คนโดยแสดงผลไว้ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ของแอปพลิเคชันสั่งและส่งอาหาร Lineman

ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ โดย มีกรอบแนวคิดของงานวิจัยประยุกต์จากมุมมองความสะดวกและปลอดภัยของช่องทางการชำระเงิน และแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) อภิปรายผลได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลเชิง บวกต่อแบบจำลองการตัดสินใจเลือกชำระเงินด้วยช่องทาง เงินสด มีค่าเฉลี่ย 1.3560 มีนัยสำคัญทาง สถิติที่ 95% โดย Gen Z Gen BB และ Low income มีนัยสำคัญทางสถิติ และปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อแบบจำลองการตัดสินใจเลือก

ชำระเงินด้วยช่องทาง E-wallet มีค่าเฉลี่ย 1.6297 มีนัยสำคัญทางสถิติ 99% ใน Gen Z มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 95% และ Low income มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 99% แต่ค่าเฉลี่ยติดลบ อาจมีผลมาจากความไม่สะดวกในการใช้และมีความยุ่งยาก และปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อแบบจำลองการตัดสินใจเลือกชำระเงินด้วยช่องทาง M-Banking มีค่าเฉลี่ย 1.0270 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 90% โดย Female มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 99% ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประมาณค่าแบบจำลองโลจิส การเลือกช่องทางการชำระเงินแอปพลิเคชัน Lineman

	(Y1) Cash	(Y2) Credit	(Y3) e-Wallet	(Y4) MBanking
P. Cash	1.3560**			
P. Credit		0.4099		
P. e-Wal.			1.6297***	
P. MBank.				1.0270*
Female	0.0417	-	-0.2235	0.8532***
GenZ	0.8650***	-0.0321	-1.1662**	-0.3725
GenBB	0.7811**	0.3857	-0.4905	-0.8961
Low Income	0.8916***	-0.0987	-1.0737***	-0.0474
Constant	-2.3751***	-	-1.6380***	-2.4268***
N	432	432	432	432
Log-likelihood	-	-	-	-
Chi-square Test	36.525***	9.597***	39.254***	20.660***
Pseudo R-square	0.0636	0.0227	0.0883	0.0459

อภิปรายผล

ผลการศึกษาเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันสั่งและสั่งอาหารของลูกค้าจำแนกตามกลุ่มอายุและระดับรายได้ ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า ระดับการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันสั่งและสั่งอาหารของลูกค้า Lineman ของกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงวัย 39 – 54 ปี มีการยอมรับในทุกปัจจัยสูงกว่าช่วงวัยอื่น ๆ ยกเว้นปัจจัยการรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับในช่วงวัย 24 – 38 ปี มีการยอมรับรองลงมา ผลที่ได้สอดคล้องกับการยอมรับการใช้เทคโนโลยีส่งผลต่อความตั้งใจสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน Wongnai โดยบริการของ Lineman ในงานวิจัยของ ปุณยภา ด้าน อัญชลีพร บุญชู และเกตุวดี สมบูรณ์ทวี (2561) เนื่องจากผู้ใช้บริการอยู่อายุระหว่าง 30–39 ปี มีรายได้ต่อเดือน 15,001–20,000 บาท มีการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันสั่งและสั่งอาหารของลูกค้า Line man โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง จึงอาจสรุปได้ว่ามีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน Wongnai ของ Lineman แบ่งตามช่วงวัยที่แตกต่างกันได้ และ สำหรับการวิเคราะห์ผลจากผู้ที่เคยใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งและสั่งอาหารของลูกค้า Lineman โดยทำการแบ่งกลุ่มตามรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการ ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001 – 50,000 บาท/เดือน มีค่าเฉลี่ย

สูงที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศราวลี เนียมศรี (2559) ที่ทำการศึกษาเรื่องการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Lineman ในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน Lineman ในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Lineman ค่อนข้างสูง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานของแอปพลิเคชันสั่งและส่งอาหารมีระดับการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันสั่งและส่งอาหาร lineman พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันสั่งและส่งอาหาร ได้แก่ การรับรู้จำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่าย การรับรู้จำนวนการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม การรับรู้การเติมเต็ม การรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ความปลอดภัย ทศนคติที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน บรรทัดฐานของคนใกล้ชิด คนในครอบครัว และเพื่อนฝูง บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อกับ บรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง ความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน และพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทวีวรรณ คงมณีชัชวาล และ ธนอมศักดิ์ สุวรรณน้อย (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความตั้งใจในการเลือกใช้อุปกรณ์ชำระเงิน QR ผ่านโทรศัพท์มือถือ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจในการเลือกใช้อุปกรณ์ชำระเงิน รหัส QR ผ่านโทรศัพท์มือถือ ได้แก่ การรับรู้ถึงการใช้งานง่าย การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความเสี่ยง บรรทัดฐานของคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อกับ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจใช้ และพฤติกรรมการใช้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีกรอบแนวคิดของงานวิจัยประยุกต์จากมุมมองความสะดวกและปลอดภัยของช่องทางการชำระเงิน และแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) พบว่าปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อแบบจำลองการตัดสินใจเลือกชำระเงินด้วยช่องทาง e-Wallet คือ มุมมองต่อความสะดวกและปลอดภัยของการชำระเงินผ่านช่องทาง e-Wallet และ Mobile Banking มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 99% ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชยาภรณ์ กิตติสิทธิชัย (2559) ที่ได้ทำการศึกษาในหัวข้อปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้จ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึง ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ด้านการรับรู้ความเสี่ยง มีอิทธิพลต่อทัศนคติ และยังพบว่า ทัศนคติมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งาน E-Wallet อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

โดยผลการศึกษาในระดับการยอมรับการใช้งานระหว่างแอปพลิเคชันสั่งและส่งอาหารของลูกค้า Lineman พบว่า มีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ความปลอดภัยมีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้อุปกรณ์และบรรทัดฐานของคนใกล้ชิด คนในครอบครัว และเพื่อนฝูง มีอิทธิพลต่อกลุ่มคนอ้างอิง ซึ่งกลุ่มคนอ้างอิงนี้ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันมากกว่า จนเกิดพฤติกรรมการใช้งานแอป

พลีเคชั่น ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Lineman ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นผู้ประกอบการหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องควรพัฒนาระบบการให้บริการที่มีความปลอดภัย ง่ายต่อการใช้บริการมากขึ้น ทำให้เพิ่มความสะดวก ความง่ายในการเรียกใช้บริการ รวมไปถึงการเพิ่มจำนวนร้านค้าในแถบปริมณฑล และการสร้างเครือข่ายกลุ่มคนที่ติดต่อกับที่ผู้ใช้บริการให้ความสนใจและเชื่อถือ จะช่วยให้ผู้ใช้บริการเกิดความคล้อยตาม

เอกสารอ้างอิง

- ชยาภรณ์ กิตติสิทธิชัย. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ทวิวรรณ คงนิษฐ์ชาวล และณอมศักดิ์ สุวรรณน้อย (2562). *ความตั้งใจในการเลือกใช้ออปพลิเคชันการจ่ายเงินรหัส QR ผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุขฎีบัณฑิต)*. วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- บุญญา ด่าน และอัญชลีพร บุญชู และเกตุวดี สมบูรณ์ทวี. (2561). *การยอมรับการใช้เทคโนโลยีส่งผลต่อความตั้งใจสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน Wongnai โดยบริการของ Lineman*. การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 18 และลำปางวิจัย ครั้งที่ 4, มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 354–548.
- พิรานันท์ แกล่งกล้า. (2562). *การวิเคราะห์คุณลักษณะของบริการแอปพลิเคชันเพื่อการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ในกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อิสราวลี เนียมศรี. (2559). *การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Lineman ในกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Bovee, Courtland., Michael J. Houston & John V. Thrill, (1995). *Marketing*. (2nded.) New York: McGraw-Hill.