

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันทรูไอดี และเอไอเอสเพลย์

Factors Affecting Technology Acceptance of TRUEID and AISPLAY Applications

รอมยพร กิติเวียง¹ และ สุตทิพงษ์ สุวรรณสาธิต²

Romyaporn Kitivieng¹ and Suttipong Suwannasatit²

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์^{1,2}

Rattanakosin College of Innovation Management^{1,2}

E-mail: ¹romyaporn.kit@rmutr.ac.th

Retrieved 16-04-2019; Revised 20-05-2019; Accepted 23-05-2019

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันของผู้ใช้แอปพลิเคชันทรูไอดีและเอไอเอสเพลย์ โดยมีกรอบแนวคิดของงานวิจัยประยุกต์จาก ทฤษฎีการกระทำแบบมีเหตุผล แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี และแนวคิดผลกระทบเครือข่ายภายนอก วิธีการสำรวจเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ จำนวน 442 คน จากผู้ใช้แอปพลิเคชันทรูไอดีและเอไอเอสเพลย์ เพื่อตอบแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันทรูไอดี และเอไอเอสเพลย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ประกอบด้วย การรับรู้จำนวนผู้ใช้งาน การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์มที่ใช้งาน การรับรู้ถึงองค์ประกอบที่สมบูรณ์ในการใช้งาน การรับรู้ถึงการใช้งานง่าย การรับรู้ถึงผลประโยชน์การให้บริการ การรับรู้ถึงความปลอดภัยในการใช้บริการทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี บรรทัดฐานของคนที่อยู่ใกล้ชิด บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อกับ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี; ทรูไอดี; เอไอเอสเพลย์

Abstract

The purposes of this research was to determine factors affecting technology acceptance of mobile application users on TRUEID and AISPLAY Conceptual framework was based on Theory Reason Action, Technology Acceptance Model, and Network Externality. Stratified random sampling technique was applied to select 442 application users to answer self-reported questionnaire. Data were analyzed by Linear Regression Model. Research findings revealed that factors that significantly affected level of technology acceptance of TRUEID and AISPLAY applications consisted of Perceived

Number of Peers, Perceived Number of Cross Platform, Perceived Complement, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Security, Attitude towards Technology, Descriptive Norm, Injunctive Norm, Subjective Norm, Behavior Intention.

Keywords: Technology Acceptance of Mobile Application; TRUEID; AISPLAY

บทนำ

ในปัจจุบันโลกของเราเป็นยุคที่เรียกว่า ยุคสมาร์ทโฟน หรือโทรศัพท์มือถือ ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตประจำวัน ของแต่ละคนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งทำให้กลายเป็นปัจจัยที่ 5 และยังเป็นปัจจัยสำคัญที่มีไว้เพื่อตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ในโลกยุคดิจิทัล ซึ่งผู้ใช้งานบางคนมีการใช้งานโทรศัพท์มือถืออยู่ตลอดเวลา ทั้งการใช้งานเพื่อสื่อสาร รับส่งข้อความ ฟังเพลง แต่โทรศัพท์มือถือในยุคนี้ไม่เพียงแต่จะใช้เพื่อการสื่อสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่รวมไปถึงการใช้เป็นส่วนลดค่าอาหาร ส่วนลดค่าโรงแรม ใช้เพื่อดูภาพยนตร์ รวมทั้งใช้เป็นอุปกรณ์ในการฟรีเซตงาน เรียกได้ว่าแค่มีสมาร์ทโฟนก็สามารถตอบโจทย์ได้ทุกไลฟ์สไตล์ จึงทำให้บริษัทที่ขายสินค้าและบริการต่าง ๆ เปลี่ยนมาทำการขายแบบออนไลน์ผ่านช่องทางที่เรียกว่าแอปพลิเคชันมากขึ้น รวมถึงความบันเทิงต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการดูรายการทีวี ภาพยนตร์ คอนเสิร์ต รายการกีฬา ก็สามารถรับชมผ่านช่องทางออนไลน์ ผ่านทางแอปพลิเคชันได้เช่นเดียวกัน

แอปพลิเคชัน TRUEID ก็เป็นแอปพลิเคชันหนึ่งให้บริการเกี่ยวกับความบันเทิงออนไลน์ ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่กลุ่ม บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2560 โดยกลุ่มลูกค้าที่จะใช้บริการแอปพลิเคชัน ไม่จำเป็นต้องเป็นลูกค้าของทรูมูฟเอช (TruemoveH) เท่านั้น แต่เปิดโอกาสให้ลูกค้าที่ใช้เครือข่ายอื่นก็สามารถใช้งานได้ฟรีในแพ็คเกจแบบเริ่มต้น และมีค่าใช้จ่ายเมื่อต้องการใช้แพ็คเกจที่สูงขึ้น แต่สำหรับลูกค้าของทรูมูฟเอช (TruemoveH) จะมีสิทธิพิเศษคือสามารถใช้งานได้ฟรี 12 เดือน ภายในแอปพลิเคชัน TRUEID จะประกอบไปด้วยช่องฟรีทีวี ภาพยนตร์ กีฬา รายการเกี่ยวกับเพลง การ์ตูน ซีรีส์และวาไรตี้ ดูดวง สารคดี เป็นต้น ซึ่งผู้ใช้บริการจะได้รับชมภาพคมชัดระดับ HD สามารถรับชมได้ทั้งรายการสด และรายการย้อนหลัง

ส่วนแอปพลิเคชัน AISPLAY เป็นของกลุ่มบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่คล้ายกับ TRUEID กลุ่มลูกค้าก็ไม่จำเป็นต้องเป็นลูกค้าของเอไอเอส เพียงอย่างเดียว ไม่ว่าจะเป็นใช้บริการเครือข่ายไหนก็สามารถรับชมได้ฟรีในแพ็คเกจแบบเริ่มต้น เช่นเดียวกัน แต่แอปพลิเคชัน AISPLAY จะมีความเด่นในช่องของ HBO GO ซึ่งสามารถดูซีรีส์ หรือภาพยนตร์ในเครือของ HBO ได้ แต่ต้องเสียค่าบริการเป็นแบบรายเดือน ซึ่งผู้ใช้บริการจะได้รับชมภาพคมชัดระดับ HD เช่นเดียวกับแอปพลิเคชัน TRUEID

ทั้งแอปพลิเคชัน TRUEID และ AISPLAY สามารถใช้งานได้กับหลายอุปกรณ์ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ เว็บเบราว์เซอร์ โครมคราส รวมไปถึงดิจิทัลทีวี ถ้าทำการเปรียบเทียบกันอย่างละเอียด จะพบว่ารายการ หรือฟังก์ชันบางอย่างของทั้งแอปพลิเคชัน TRUEID และ AISPLAY มีความแตกต่างกันอยู่ในบางส่วน ซึ่งรายละเอียดจะของการให้บริการแอปพลิเคชัน TRUEID และ AISPLAY จะจำแนกได้ ดังนี้

ตารางที่ 1

การให้บริการ	TRUEID	AISPLAY
ใช้งานได้ฟรี	ใช่	ใช่
รับสิทธิ์ใช้งานได้ฟรีแบบพรีเมียม		
รีเมียม	12 เดือน	1 เดือน
ค่าใช้บริการเบื้องต้น	499 บาท / เดือน	99 บาท / เดือน
		499 บาท /
ค่าใช้บริการแบบพรีเมียม	499 บาท / เดือน	เดือน
การใช้งานร่วมกับกล่องรับสัญญาณทีวี	TRUEID TV	AIS PLAYBOX
รายการกีฬา	มี	มี
ฟังเพลง	มี	ไม่มี
การ์ตูน	มี	มี
ซีรีส์	มี	มี
ดูดวง	มี	ไม่มี
คอนเสิร์ต	มี	มี
รายการเกี่ยวกับการศึกษา	มี	มี
E-Sport	ไม่มี	มี
รายการท่องเที่ยว	มี	ไม่มี
สารคดี	มี	มี

ที่มา: <http://home.trueid.net/> และ <http://www.ais.co.th>

แอปพลิเคชัน TRUEID และ AISPLAY ต่างก็เป็นแอปพลิเคชันที่มีไว้สำหรับเพิ่มความบันเทิงออนไลน์ โดยมีรูปแบบการใช้งานที่คล้ายกัน คือมีทั้งการดูช่องฟรีทีวีออนไลน์ ดูทีวีย้อนหลัง ภาพยนตร์ คอนเสิร์ต กีฬาถ่ายทอดสด ฟุตบอล เป็นต้น และมีทั้งการใช้งานฟรี และการใช้งานแบบเสียค่าบริการ ขึ้นอยู่กับว่าผู้ให้บริการมีความชอบให้บริการในรูปแบบไหน และแอปพลิเคชันไหนที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้งานมากที่สุด

ด้วยเหตุข้างต้น จึงเกิดคำถามขึ้นว่า ปัจจัยใดบ้างส่งผลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน TRUEID และ AISPLAY ดังนั้น งานวิจัยนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับ และพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน TRUEID และ AISPLAY โดยงานวิจัยนี้มีขอบเขตครอบคลุมสำรวจกลุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้ออปพลิเคชัน TRUEID และ AISPLAY โดยใช้การสำรวจข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน ของผู้ใช้ออปพลิเคชันทรูไอดีและเอไอเอสเพลย์

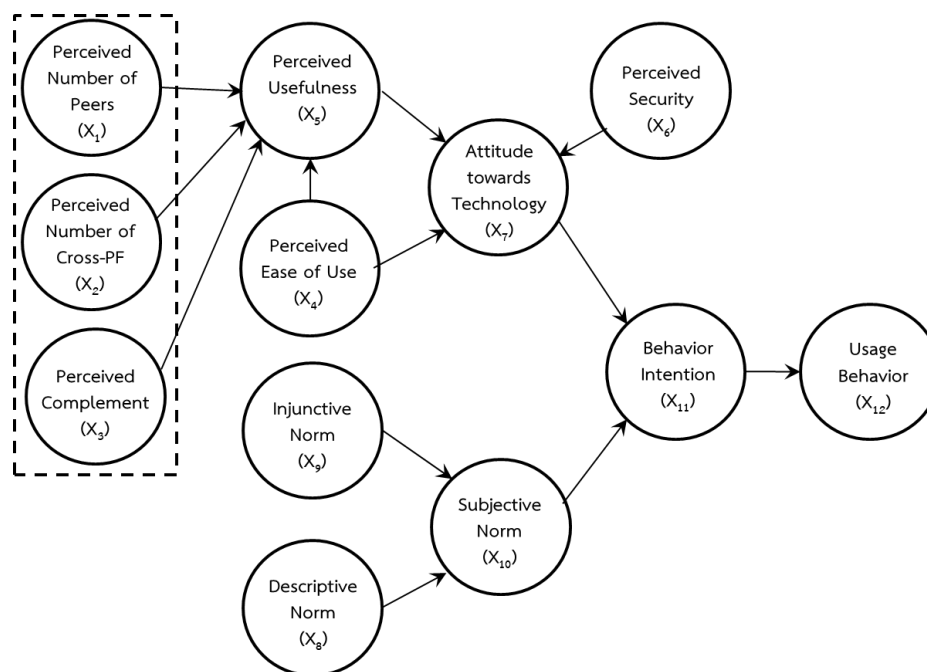
กรอบแนวคิดงานวิจัย

แนวคิดของงานวิจัยนี้ ประยุกต์จากทฤษฎีการกระทำแบบมีเหตุผล (Theory Reason Action) ทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) และแนวคิดผลกระทบเครือข่ายภายนอก (Network Externalities)

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) โดย Davis, Bagozzi และ Warshaw นั้นเป็นทฤษฎีทางระบบสารสนเทศซึ่งเป็นแบบจำลองแสดงถึงการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของผู้บริโภค ซึ่งแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีนั้นได้มีการพัฒนามาจาก ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) (Ajzen & Fishbein, 1980) ซึ่งทฤษฎีนี้จะเป็นการทำนายพฤติกรรมของบุคคล โดยทฤษฎีนี้มีสมมติฐานที่ว่า มนุษย์เป็นผู้ที่มีเหตุผล ในการที่จะลงมือกระทำอะไรก็ตาม จะเป็นการเน้นในเรื่องของการอธิบายสาเหตุของความสนใจในพฤติกรรม

โดยงานวิจัยนี้จะทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน TRUEID และ AISPLAY โดยมีตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับ มุมมองจำนวนผู้ใช้ (Perceived Number Of Peers) มุมมองการใช้ข้ามแพลตฟอร์ม (Perceived Number Of Cross-Platform) มุมมองผลประโยชน์ (Perceived Number Of Complement) มุมมองการใช้ง่าย (Perceived Ease Of Use) มุมมองประโยชน์ (Perceived Usefulness) มุมมองความปลอดภัยของแอปพลิเคชัน (Perceived Security) บรรทัดฐานจากบุคคลใกล้เคียง (Descriptive Norm) บุคคลที่ติดต่อด้วย (Injunctive Norm) บรรทัดฐานของสังคม (Subjective Norm) ทศนคติ (Attitude towards Technology) ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน (Behavior Intention) และพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน (Usage Behavior)

โดยกรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้ สามารถแสดงได้ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

วิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน TRUEID และ AISPLAY” เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและการเลือกใช้บริการภาพยนตร์ออนไลน์แบบสตรีมมิ่ง โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อใช้ในการสรุปผลการวิจัย โดยการวิจัยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่าง

ทำการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) จากผู้ใช้แอปพลิเคชัน TRUEID และ AISPLAY จำนวน 442 คน โดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์

ตารางที่ 2 องค์ประกอบของกลุ่มตัวอย่าง

	TRUEID	AISPLAY	รวม
อายุน้อยกว่า 23 ปี	73	70	143
	51.00%	49.00%	100.00%
อายุ 24 – 37 ปี	77	76	153
	50.30%	49.70%	100.00%
อายุ 38 – 53 ปี	52	31	83
	62.70%	37.30%	100.00%

	TRUEID	AISPLAY	รวม
อายุ 54 ปีขึ้นไป	30	33	63
	47.60%	52.40%	100.00%
รวม	232	210	442
	52.50%	47.50%	100.00%

องค์ประกอบของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ทำการจัดเก็บข้อมูล จะมาจากผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TRUEID และ AISPLAY ซึ่งจะประกอบไปด้วย 4 กลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งตามช่วงอายุดังนี้ อายุต่ำกว่า 23 ปี, อายุ 24 – 37 ปี, อายุ 38 – 53 ปี และ อายุ 54 ปีขึ้นไป โดยแต่ละกลุ่มตัวอย่าง จะมีจำนวนไม่น้อยกว่า 30 ตัวอย่าง ต้องเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ดี และเชื่อถือได้ เพราะจะใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนของประชากร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

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

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการศึกษาของงานวิจัยนี้ ประยุกต์การประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง (Linear Regression Model) เพื่อทดสอบสมมุติฐานของงานวิจัย โดยแบบจำลองตามกรอบแนวคิดของงานวิจัย สามารถแสดงได้ ดังนี้

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

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

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

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

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

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน TRUEID และ AISPLAY ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ดีและมีความเชื่อถือได้ โดยมีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 442 คน ประกอบไปด้วย ช่วงอายุน้อยกว่า 23 ปี จำนวน 143 คน, ช่วงอายุ 24 – 37 ปี จำนวน 153 คน, ช่วงอายุ 38 – 53 ปีจำนวน 83 คน และ ช่วงอายุ 54 ปีขึ้นไป จำนวน 63 คน โดยกลุ่มตัวอย่างจะต้องไม่น้อยกว่า 30 ตัวอย่าง

ผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันจากแบบสอบถาม โดยแสดงผลไว้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง

	x5	x7	x10	x11	x12
x1	0.225***				
x2	0.119**				
x3	0.389***				
x4	0.276***	0.217***			
x5		0.423***			
x6		0.433***			
x7				0.317***	
x8			0.443***		
x9			0.530***		
x10				0.489***	
x11					0.950***
		-			
Constant	-0.0266	0.0884***	0.0170	0.178***	0.0218
Obs.	442	442	442	442	442
RSS	3.885	3.155	2.542	4.340	6.752
F-test	338.5	628.7	1377.4	523.9	864.1
R-squares	0.756	0.812	0.863	0.705	0.663
Adjust R-squares	0.754	0.810	0.862	0.703	0.662

จากการวิเคราะห์ผลในตารางที่ 3 สามารถอธิบายเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน TRUEID และ AIS PLAY ได้ดังนี้

มุมมองด้านจำนวนผู้ใช้ (x1), มุมมองด้านการใช้ข้ามแพลตฟอร์ม (x2), มุมมองด้านผลประโยชน์ (x3) และมุมมองด้านการใช้จ่าย (x4) พบว่าส่งผลโดยตรงต่อการรับรู้ถึงมุมมองด้านประโยชน์ของการใช้งาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.225, 0.119, 0.389 และ 0.276 ตามลำดับ โดยตัวแปรที่ x1, x3 และ x4 มีระดับนัยสำคัญทางสถิติคือ 0.01 และตัวแปรที่ x2 มีระดับนัยสำคัญทางสถิติคือ 0.05

มุมมองด้านการใช้จ่าย (x4), มุมมองด้านประโยชน์ (x5) และมุมมองด้านความปลอดภัยของแอปพลิเคชัน (x6) ส่งผลโดยตรงต่อทัศนคติในการใช้งานแอปพลิเคชัน (x7) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.217, 0.423 และ 0.433 ตามลำดับ

มุมมองด้านบรรทัดฐานจากบุคคลใกล้ชิด (x8) และบุคคลที่ติดต่อด้วย (x9) ส่งผลโดยตรงต่อบรรทัดฐานของสังคม (x10) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.443 และ 0.530 ตามลำดับ

ด้านทัศนคติในการใช้งานแอปพลิเคชัน (x7) และบรรทัดฐานของสังคม (x10) จะส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน (x11) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.317 และ 0.489 ตามลำดับ และความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน (x11) ยังส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน (x12) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.950

สรุปผลและอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง พบว่าปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน TRUEID และ AIS PLAY คือ ทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน และ บรรทัดฐานของสังคมต่อแอปพลิเคชัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผล (TRA) ของ Ajzen และ Fishbein (1980) ส่วนปัจจัยทางอ้อม ได้แก่ มุมมองการรับรู้จำนวนผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน มุมมองการรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม มุมมองการรับรู้ถึงองค์ประกอบที่สมบูรณ์ มุมมองการรับรู้ถึงการใช้งานง่าย มุมมองรับรู้ประโยชน์การใช้บริการ บรรทัดฐานของบุคคลใกล้ชิด บรรทัดฐานของบุคคลที่ติดต่อด้วย ซึ่งสอดคล้องกับใช้ทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) สอดคล้องตามแนวคิดและทฤษฎีที่ได้กล่าวในแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยีของ Davis (1989) และ Venkatesh และ Bala (2008) กล่าวถึง การยอมรับเทคโนโลยีของบุคคลเกิดจากปัจจัยด้านบรรทัดฐานแต่ละบุคคลเชื่อว่าการใช้งานเทคโนโลยีจะคล้อยตามคนรอบข้างที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี

ดังนั้นผู้จัดทำแอปพลิเคชัน TRUEID และ AIS PLAY ควรให้ความสำคัญกับการสร้างทัศนคติที่ดีต่อผู้ใช้งาน จะส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยีของแอปพลิเคชัน ซึ่งสามารถทำได้โดย เพิ่มฟังก์ชันการใช้งาน มีการจัดทำโปรโมชั่นส่วนลดต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้บริการปัจจุบันแนะนำ หรือเชิญชวนให้ครอบครัวเพื่อน รวมถึงคนใกล้ชิดให้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Davis, F.D. (1985). *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: theory and results* (Unpublished Ph.D. dissertation). Massachusetts Institute of Technology, Sloan School of Management.
- Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13 (3), 319–339.

Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision Science*, 39(2), 273–315.