

การตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ในเขตกรุงเทพมหานคร

THE DECISION TO USE SERVICES TAXI BY MOBILE APPLICATION IN BANGKOK

กมล สการะเศรษฐี¹, อภิวัฒน์ กรมเมือง²

Kamon Sakarasarane¹ and Apiwat Krommuang²

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ คณะการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

²อาจารย์ สาขาบริหารธุรกิจ คณะการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการที่เคยใช้บริการแท็กซี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชันในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 390 ตัวอย่าง โดยเครื่องมือสถิติที่ใช้ในการนำเสนอและวิเคราะห์ข้อมูล ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานในการทดสอบ ได้แก่ T-test และ One-Way ANOVA โดยผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการของ แกร็บ-แท็กซี่ สาเหตุสำคัญที่ตัดสินใจใช้บริการเพราะมีความสะดวกรวดเร็วในการเรียกแท็กซี่ ได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารจากสังคมออนไลน์/เว็บไซต์ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการในวันหยุดสุดสัปดาห์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ เลือกใช้บริการในช่วงเวลา 16.01 – 22.00 น. บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมากที่สุดคือ ตนเอง สถานที่นิยมเรียกใช้บริการมากที่สุด คือ ศูนย์การค้า/สถานที่ท่องเที่ยว โดยมีความถี่ในการใช้บริการ 1-7 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการมากกว่า 100-200 บาทต่อครั้ง และมีระยะเวลาในการรอคอยในการใช้บริการอยู่ที่ 5-10 นาที ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน สาเหตุสำคัญที่ใช้บริการ เวลาที่เลือกใช้บริการ และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจบริการแท็กซี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05

คำสำคัญ: การใช้บริการแท็กซี่, สมาร์ทโฟน, โมบายแอปพลิเคชัน, พฤติกรรมการใช้บริการ

Abstract

The purposes of this research were to study the factors affecting of using taxi service via mobile application in Bangkok. Researcher collected 390 samples data from customers that use taxi service by mobile application in Bangkok. The statistic tools used for data analysis is SPSS program, which is comprised descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, and the inferential statistics, including t-test and one-way ANOVA. Result of research as follows: Consumer behaviors, shows that most customers use Grab Taxi, Most importantly because it's fast and convenience to call a taxi also information always appear on social media, website. Most of customer use service on weekend or holiday at 4 a.m. – 10 p.m. The customers always make their own decision to use this service. The most popular location is shopping mall. Frequency of service around 1-7 times per month. The expenses range is 100-200 Thai Baht. Waiting time of service is around 5-10 minutes. The hypothesis test results showed that the different factors are frequency of service per month and service expenses per time. The differential decision use service taxi by mobile application with statistical significance at the levels of 0.01 and 0.05.

Keyword: Using service taxi by mobile applications, Smart Phones, Mobile Application and Behavior of Taxi riders

บทนำ

ในปัจจุบันกรุงเทพมหานครเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยว และเป็นเมืองแห่งเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย ทำให้มีจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครมีเป็นจำนวนมากจึงทำให้การคมนาคมนั้นมีความสำคัญ โดยภาครัฐได้พัฒนาระบบขนส่งสาธารณะต่าง ๆ ได้แก่ รถตู้โดยสารปรับอากาศ รถไฟฟ้าบีทีเอส รถไฟฟ้าใต้ดิน รถสองแถว รถแท็กซี่ เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ระบบขนส่งสาธารณะที่เป็นที่นิยมมากที่สุด นั่นคือ รถแท็กซี่ ซึ่งรถแท็กซี่ เป็นรถโดยสารที่ให้บริการคมนาคมขนส่งในเขตกรุงเทพมหานครอีกรูปแบบหนึ่ง ที่ตอบสนองต่อความต้องการเดินทางของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครได้เป็นอย่างดี (อสิศรา เสมชูโชติ, 2550) เพราะรถแท็กซี่นั้นจะมีการให้บริการคล้ายกับรถส่วนตัวมากที่สุด สามารถ รับ-ส่ง ผู้โดยสารถึงที่หมายปลายทางได้อย่างรวดเร็ว ถึงแม้ที่หมายนั้นจะไม่มีรถประจำทางผ่านก็ตาม ซึ่งมีความสะดวกสบายมากกว่าการขนส่งสาธารณะชนิดอื่น ๆ ทั้งนี้รถแท็กซี่ยังสามารถให้บริการเชื่อมต่อกับระบบขนส่งอย่างอื่น ได้แก่ ระบบโครงข่ายของถนน ระบบทางรถไฟ ระบบทางน้ำ และระบบทางอากาศ ทำให้มีผู้ใช้บริการแท็กซี่เป็นจำนวนมาก ซึ่งแท็กซี่ที่ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวน 103,881 คัน (กลุ่มสถิติการขนส่ง กองแผนงาน, 2557) โดยผู้ใช้บริการแท็กซี่จะเป็นบริษัทเอกชนทั้งหมด โดยเป็นรถของสหกรณ์แท็กซี่ หรือเป็นรถแท็กซี่ของตัวเอง ทำให้ภาครัฐเข้าไปควบคุมดูแลได้ยากในเรื่องของมาตรฐานการให้บริการ จึงทำให้เกิดปัญหาเรื่องเรียนมายังศูนย์คุ้มครองผู้โดยสารรถสาธารณะ ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ การที่แท็กซี่ปฏิเสธไม่รับผู้โดยสาร คิดเป็นร้อยละ 37.10 จากผู้ร้องเรียนทั้งหมด 33,718 คน (กลุ่มสถิติการขนส่ง กองแผนงาน, 2557) โดยทางกฎหมายหากแท็กซี่ปฏิเสธไม่รับผู้โดยสารได้ระบุว่า ผู้ขับขีรถแท็กซี่ปฏิเสธไม่รับจ้างบรรทุกคนโดยสาร โดยไม่มีเหตุอันควรถือเป็นความผิด มีโทษปรับไม่เกิน 1,000 บาท และในส่วนของกรมขนส่งทางบกนั้นได้มีบทลงโทษตามกฎหมาย คือ การตัดคะแนน ความประพฤติในการขับขีรถ 20 คะแนนและถูกพักใบอนุญาตขับขี 15 วัน (สำนักงานกฎหมาย กระทรวงการคลัง, 2522) จะเห็นได้ว่ามีกฎหมายมากมายที่นำมาใช้กับผู้ขับขีแท็กซี่ แต่ยังไม่สามารถแก้ไข ปัญหาเหล่านี้ได้

จนได้เข้ามาสู่ในยุคที่ไม่สามารถที่จะปฏิเสธได้เลยว่าเทคโนโลยีไม่มีความจำเป็นสำหรับการดำเนินชีวิตของมนุษย์ เพราะทุกคนล้วนใช้เทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกในชีวิตในทุก ๆ ด้าน ตั้งแต่การตื่นนอนจนถึงการเข้านอน ดังนั้นเทคโนโลยีจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่อาศัยอยู่ในเมืองที่ชีวิตประจำวันมีแต่ความเร่งรีบต้องแข่งขันกับเวลา การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งความเจริญก้าวหน้าและการเติบโตอย่างรวดเร็ว ทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีการสื่อสารได้เปลี่ยนวิถีการดำเนินชีวิต การดำเนินธุรกิจ และการสื่อสารของคน ในสังคมไปอย่างมาก ปัจจุบัน โทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับติดต่อสื่อสารอีกอย่างหนึ่งที่เป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญสำหรับผู้คนจำนวนมาก โดยการใช้งานอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาในปัจจุบันคงจะหนีไม่พ้นสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ต ที่มีอัตราการเติบโตทั้งในตลาดโลกและตลาดประเทศไทย ภาคเอกชนได้เล็งเห็นประโยชน์จากการนำสมาร์ตโฟนซึ่งเป็นเทคโนโลยีใหม่ที่อัตราการเติบโตที่สูง ทำให้เกิดการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนที่สามารถเรียกใช้บริการแท็กซี่ได้ เพื่อเป็นการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของแท็กซี่ให้ดีขึ้น และยังเป็นการแก้ไขปัญหา โดยเฉพาะปัญหาการ

ปฏิเสธผู้โดยสารที่เป็นปัญหาที่มีผู้ร้องเรียนมากที่สุด ซึ่งการให้บริการแท็กซี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนนั้น สามารถเรียกใช้บริการแท็กซี่ให้มารับ ณ จุดต่าง ๆ ได้ ซึ่งเป็นระบบการให้บริการเรียกรถแท็กซี่สำหรับผู้โดยสารรวมถึงบริการกระจายงานการเรียกรถแท็กซี่ไปยังคนขับผ่านระบบโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน

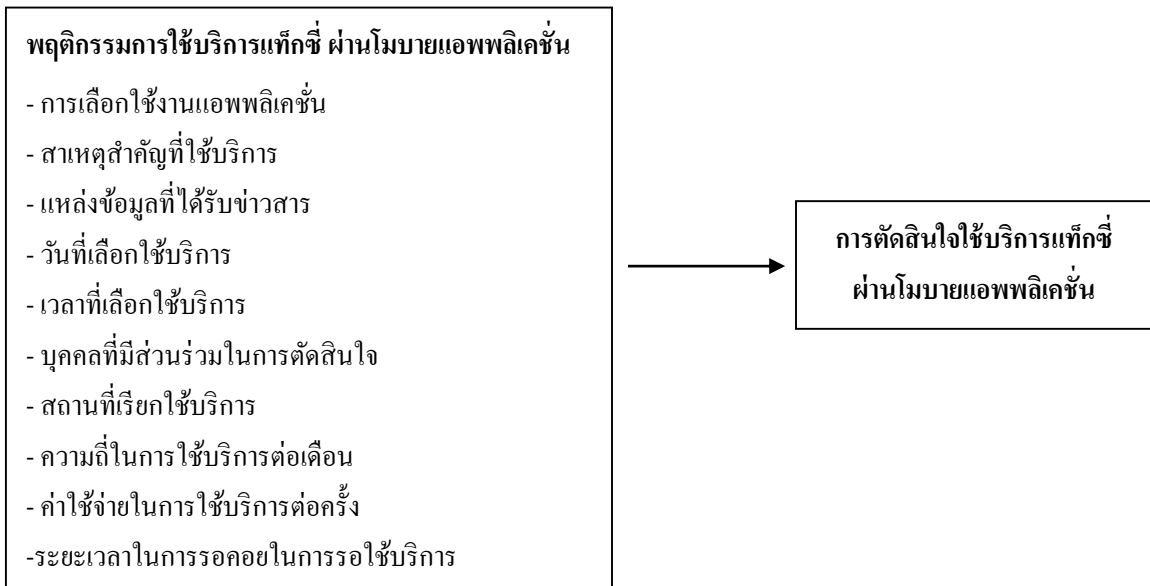
อย่างไรก็ตามการให้บริการแท็กซี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชันนั้นถือเป็นมิติใหม่ของการให้บริการแท็กซี่ในประเทศไทย ที่จะทำให้ผู้โดยสารมีทางเลือกในการใช้แท็กซี่มากขึ้น และเป็นส่วนหนึ่งของการแก้ไขปัญหาการให้บริการแท็กซี่ ในเขต กรุงเทพมหานคร แต่วิธีการที่จะช่วยลดปัญหาการให้บริการแท็กซี่ได้อย่างแท้จริงนั้น จะต้องดูพฤติกรรมการใช้บริการแท็กซี่ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเป็นหลัก ว่ามีความต้องการที่จะใช้บริการแท็กซี่ในรูปแบบใด และมีปัจจัยใดที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชันมากขึ้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่องการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชันในเขตกรุงเทพมหานคร ในปัจจัยดังต่อไปนี้ ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยทางด้านพฤติกรรม ผู้ใช้บริการนั้น มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชันหรือไม่ ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้จะช่วยให้ผู้ให้บริการแท็กซี่ต่าง ๆ เข้าใจถึงพฤติกรรมและ ทราบความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการแท็กซี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชัน เพื่อที่จะได้นำผลการวิจัยมาเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพ สร้างสรรค์กลยุทธ์ และมาตรฐาน ใหม่ ๆ ของการให้บริการของ แท็กซี่ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงประเด็น พร้อมทั้งกำหนดทิศทางมาตรฐานการให้บริการแท็กซี่ ในอนาคตได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้บริการ ในการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชัน ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชัน โดยใช้ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้บริการ แท็กซี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชัน ในเขตกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ ผ่าน โมบายแอปพลิเคชัน ใน กรุงเทพมหานคร ได้ทำการพัฒนากรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรม โดยจะทำการศึกษาปัจจัยด้าน พฤติกรรมการใช้บริการ เป็นตัวแปรอิสระ และนำมาทดสอบการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ ผ่าน โมบายแอปพลิเคชัน ในกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นตัวแปรตาม โดยกรอบแนวความคิดในการวิจัยสามารถแสดงได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ที่เคยใช้บริการแท็กซี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชัน ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยได้คำนวณหาตัวอย่าง โดยใช้สูตรในการคำนวณกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของ Yamane (Yamane, 1973) ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 390 คน หลังจากนั้นใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายด้วยวิธีการจับฉลากเพื่อเลือกตัวแทนเขต จากเขตในกรุงเทพมหานครทั้งหมด โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sample) กระจายตามเขตพื้นที่ 6 เขตจากประชากรที่ศึกษาโดยแบ่งตัวอย่างกระจายตามเขตพื้นที่ และทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Random Sampling) ในแต่ละเขตที่จับฉลากได้ เพื่อเลือกกลุ่มประชากรที่ใช้ในงานวิจัย แบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น Cronbach's alpha เท่ากับ 0.950 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการศึกษา

จากการตอบแบบสอบถามของผู้ที่เคยใช้บริการแท็กซี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชันในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 63.60 มีอายุมากกว่า 20-35 ปี จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 74.40 ส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด จำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ 86.10 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 270 คนคิดเป็นร้อยละ 69.30 มีอาชีพพนักงาน/นักศึกษา จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 46.90 มีรายได้ไม่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทต่อเดือน จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 44.40

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการครั้งนี้ มีการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ (Grab Taxi) จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 มีการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่าน โฆษณาแอปพลิเคชันสาเหตุมาจาก มีความสะดวก รวดเร็วในการเรียกแท็กซี่ จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 มีการรู้จักการใช้บริการแท็กซี่ผ่าน โฆษณาแอปพลิเคชันจากสังคมออนไลน์/เว็บไซต์ จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 52.60 ผู้ใช้บริการแท็กซี่ผ่าน โฆษณาแอปพลิเคชัน ใช้บ่อยในช่วงวันหยุดสุด สัปดาห์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 55.40 และใช้ในช่วงเวลา 16.01 – 22.00 น. จำนวน 155 คน คิด เป็นร้อยละ 39.70 บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ คือ ตนเอง จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 52.10 สถานที่เรียกใช้ บริการมากที่สุดคือ จากศูนย์การค้า/สถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 50.80 ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือนอยู่ที่ 1 – 7 ครั้งต่อเดือน จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 64.60 โดยมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง มากกว่า 100 – 200 บาท จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 58.20 และมีระยะเวลาในการรอคอยในการใช้บริการ มากกว่า 5 – 10 นาที จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 45.40

ตารางที่ 1 การทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่าน โฆษณาแอปพลิเคชัน ในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการใช้บริการแท็กซี่ผ่าน โฆษณาแอปพลิเคชัน	<i>n</i>	\bar{X}	S.D.	ค่าสถิติ F (p-value)
การเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน				
อีซี่แท็กซี่ (Easy Taxi)	103	4.25	0.33	1.782
แกร็บแท็กซี่ (Grab Taxi)	234	4.25	0.32	(p=0.170)
อลไทยแท็กซี่ (All Thai Taxi)	53	4.16	0.30	
สาเหตุสำคัญที่ใช้บริการ				
มีแอปพลิเคชันติดตั้งฟรี	77	4.18	0.34	
การใช้บริการมีความปลอดภัย	87	4.30	0.33	2.717
มีโปรโมชันส่วนลด	61	4.17	0.36	(p=0.030)*
มีความสะดวกรวดเร็วในการเรียกแท็กซี่	158	4.25	0.29	
อื่นๆ	7	4.46	0.24	
แหล่งข้อมูลที่ได้รับข่าวสาร				
โทรทัศน์/วิทยุ/สื่อสิ่งพิมพ์	67	4.24	0.34	
สังคมออนไลน์/เว็บไซต์	205	4.24	0.31	1.301
บุคคลอื่น	104	4.25	0.35	(p=0.273)
อื่นๆ	14	4.07	0.25	
วันที่เลือกใช้บริการ				
วันธรรมดา	174	4.20	0.32	0.044
วันหยุดสุดสัปดาห์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์	216	4.26	0.32	(p=0.834)

ตารางที่ 1 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชัน	<i>n</i>	\bar{X}	S.D.	ค่าสถิติ F (p-value)
เวลาที่เลือกใช้บริการ				
04.01 – 10.00 น.	52	4.31	0.35	3.343 (p=0.019)*
10.01 – 16.00 น.	116	4.19	0.33	
16.01 – 22.00 น.	155	4.28	0.32	
22.01 – 04.00 น.	67	4.16	0.29	
บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ				
ตนเอง	203	4.23	0.34	0.711 (p=0.546)
บุคคลรอบข้าง เช่น เพื่อน	128	4.23	0.3	
สมาชิกในครอบครัว	42	4.3	0.31	
อื่นๆ	17	4.2	0.3	
สถานที่เรียกใช้บริการ				
สถานที่ทำงาน/สถานศึกษา	93	4.26	0.35	0.223 (p=0.880)
ศูนย์การค้า/สถานที่ท่องเที่ยว	198	4.23	0.32	
ที่อยู่อาศัย	90	4.24	0.33	
อื่นๆ	9	4.25	0.4	
ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน				
ใช้บริการ 1-7 ครั้ง/เดือน	252	4.19	0.33	6.599 (p=0.000)**
ใช้บริการ 8-15 ครั้ง/เดือน	58	4.26	0.26	
ใช้บริการ 16-23 ครั้ง/เดือน	40	4.36	0.34	
ใช้บริการมากกว่า 23 ครั้ง/เดือน	40	4.38	0.3	
ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง				
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท	63	4.2	0.3	3.231 (p=0.022)*
มากกว่า 100 – 200 บาท	227	4.24	0.33	
มากกว่า 200 – 300 บาท	60	4.33	0.3	
มากกว่า 300 บาท	40	4.14	0.34	

ตารางที่ 1 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชัน	<i>n</i>	\bar{X}	S.D.	ค่าสถิติ F (p-value)
ระยะเวลาในการรอคอยในการใช้บริการ				
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 นาที	50	4.15	0.3	2.054 (p=0.106)
มากกว่า 5 – 10 นาที	177	4.27	0.31	
มากกว่า 10 – 15 นาที	102	4.23	0.34	
มากกว่า 15 นาที	61	4.21	0.34	

หมายเหตุ : *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน แหล่งข้อมูลที่ได้รับข่าวสาร วันที่เลือกใช้บริการ บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ สถานที่เรียกใช้บริการ และระยะเวลาในการรอคอยในการใช้บริการ พบว่ามีค่า p-value มากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยที่มีค่า p-value น้อยกว่าเท่ากับ 0.01 และ 0.05 ประกอบด้วย สาเหตุสำคัญที่ใช้บริการ เวลาที่ใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05

ดังนั้นจึงทำการทดสอบความแตกต่างเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้ใช้บริการในการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุที่ใช้บริการ เวลาที่ใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง ที่แตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี Least Significant Different (LSD) ผลการเปรียบเทียบแสดงไว้ดังตารางที่ 2 – ตารางที่ 5

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้ใช้บริการในการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีความถี่การใช้บริการต่อเดือนที่ต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน	\bar{X}	ใช้บริการ 1-7 ครั้ง/เดือน	ใช้บริการ 8-15 ครั้ง/เดือน	ใช้บริการ 16-23 ครั้ง/เดือน	ใช้บริการ มากกว่า 23 ครั้ง/ เดือน
ใช้บริการ 1-7 ครั้ง/เดือน	4.19	-	0.116	0.001**	0.001**
ใช้บริการ 8-15 ครั้ง/เดือน	4.26	-	-	0.126	0.085
ใช้บริการ 16-23 ครั้ง/เดือน	4.36	-	-	-	0.862

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน	\bar{X}	ใช้บริการ 1-7 ครั้ง/เดือน	ใช้บริการ 8-15 ครั้ง/เดือน	ใช้บริการ 16-23 ครั้ง/เดือน	ใช้บริการ มากกว่า 23 ครั้ง/ เดือน
ใช้บริการมากกว่า 23 ครั้ง/เดือน	4.38	-	-	-	-

หมายเหตุ : **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 2 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมผู้ให้บริการในการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความถี่ในการใช้บริการต่อเดือนแตกต่างกัน พบว่ามีผลการประเมินเฉลี่ยแตกต่างกันจำนวน 2 คู่ ได้แก่

ผู้ให้บริการ 1-7 ครั้ง/เดือน มีพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันแตกต่างจากผู้ให้บริการ 16-23 ครั้ง/เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยผู้ให้บริการ 1-7 ครั้ง/เดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ซึ่งน้อยกว่าผู้ให้บริการ 16-23 ครั้ง/เดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36

และผู้ให้บริการ 1-7 ครั้ง/เดือน มีพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันแตกต่างจากผู้ให้บริการมากกว่า 23 ครั้ง/เดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยผู้ให้บริการ 1-7 ครั้ง/เดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ซึ่งน้อยกว่าผู้ให้บริการมากกว่า 23 ครั้ง/เดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38

ซึ่งผู้ให้บริการมากกว่า 23 ครั้ง/เดือน เป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 4.38 ซึ่งรองลงมาคือ ผู้ให้บริการ 16-23 ครั้ง/เดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ผู้บริการ 8-15 ครั้ง/เดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และผู้ให้บริการ 1-7 ครั้ง/เดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้ให้บริการในการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสาเหตุสำคัญที่ให้บริการที่แตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

สาเหตุสำคัญที่ให้บริการ	\bar{X}	มี แอปพลิเคชัน ติดตั้งฟรี	การใช้ บริการมี ความ ปลอดภัย	มี โปรโมชั่น ส่วนลด	มีความ สะดวก รวดเร็วใน การเรียก แท็กซี่	อื่นๆ
มีแอปพลิเคชันติดตั้งฟรี	4.18	-	0.024*	0.903	0.143	0.031*
การใช้บริการมีความปลอดภัย	4.30	-	-	0.025*	0.263	0.201
มีโปรโมชั่นส่วนลด	4.17	-	-	-	0.136	0.028*
มีความสะดวกรวดเร็วในการเรียกแท็กซี่	4.25	-	-	-	-	0.092
อื่นๆ	4.46	-	-	-	-	-

หมายเหตุ : *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมผู้ใช้บริการในการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่าน
 โมบายแอปพลิเคชันในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสาเหตุสำคัญที่ใช้บริการแตกต่างกัน พบว่ามีผลการประเมินเฉลี่ยแตกต่างกัน
 จำนวน 4 คู่ ได้แก่

ผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุสำคัญที่ใช้บริการจากมีแอปพลิเคชันติดตั้งฟรี มีพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่าน
 โมบายแอปพลิเคชันแตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุสำคัญที่ใช้บริการจากการให้บริการมีความปลอดภัย อย่างมีนัยสำคัญทาง
 สถิติที่ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุสำคัญที่ใช้บริการจากมีแอปพลิเคชันติดตั้งฟรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ซึ่งน้อยกว่าผู้ใช้บริการ
 ที่มีสาเหตุสำคัญที่ใช้บริการจากการให้บริการมีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30

ผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุสำคัญที่ใช้บริการจากมีแอปพลิเคชันติดตั้งฟรี มีพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่าน
 โมบายแอปพลิเคชันแตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุสำคัญที่ใช้บริการจากเหตุผลอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดย
 ผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุสำคัญที่ใช้บริการจากมีแอปพลิเคชันติดตั้งฟรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ซึ่งน้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุ
 สำคัญที่ใช้บริการจากสาเหตุอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46

ผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุสำคัญที่ใช้บริการจากการให้บริการมีความปลอดภัย มีพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่
 ผ่าน โมบายแอปพลิเคชันแตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุสำคัญที่ใช้บริการจากโปรโมชันส่วนลด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุสำคัญที่ใช้บริการจากการให้บริการมีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ซึ่งมากกว่าผู้ใช้บริการ
 ที่มีสาเหตุสำคัญที่ใช้บริการจากโปรโมชันส่วนลด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

และผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุสำคัญที่ใช้บริการจากโปรโมชันส่วนลด มีพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่านโม
 บายแอปพลิเคชันแตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุสำคัญที่ใช้บริการจากสาเหตุอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดย
 ผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุสำคัญที่ใช้บริการจากโปรโมชันส่วนลด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ซึ่งน้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุสำคัญที่ใช้
 บริการจากสาเหตุอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46

ซึ่งเหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจใช้บริการจากสาเหตุอื่น ๆ เป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 4.46 อาจจะเป็นเพราะเหตุผล
 ในการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชัน มีจำนวนผู้ใช้บริการเลือกตอบน้อย ทำให้มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ ที่
 มีผู้ใช้บริการเลือกตอบมาก ซึ่งรองลงมาคือ การให้บริการมีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 มีความสะดวกรวดเร็วในการเรียก
 แท็กซี่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 มีแอปพลิเคชันติดตั้งฟรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และมีโปรโมชันส่วนลดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ตามลำดับ
 โดยสาเหตุอื่น ๆ ผู้ใช้บริการให้เหตุผลว่าที่ตัดสินใจใช้บริการเพราะอยากทดลองใช้บริการแท็กซี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชัน เป็น
 ต้น

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้ใช้บริการในการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในเขต
 กรุงเทพมหานคร ที่มีเวลาที่เลือกใช้บริการที่แตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

เวลาที่เลือกใช้บริการ	\bar{X}	04.01 – 10.00	10.01 – 16.00	16.01 – 22.00	22.01 – 04.00
		น.	น.	น.	น.
04.01 – 10.00 น.	4.31	-	0.040*	0.594	0.020*
10.01 – 16.00 น.	4.19	-	-	0.036*	0.569
16.01 – 22.00 น.	4.28	-	-	-	0.019*
22.01 – 04.00 น.	4.16	-	-	-	-

หมายเหตุ : *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมผู้ใช้บริการในการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเวลาที่เลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน พบว่ามีผลการประเมินเฉลี่ยแตกต่างกันจำนวน 4 คู่ ได้แก่

ผู้ใช้บริการที่เลือกใช้บริการช่วงเวลา 04.01 – 10.00 น. มีพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันแตกต่างจากผู้ใช้บริการที่เลือกใช้บริการช่วงเวลา 10.01 - 16.00 น. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่เลือกใช้บริการช่วงเวลา 04.01 – 10.00 น. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ซึ่งมากกว่าผู้ใช้บริการช่วงเวลา 10.01 – 16.00 น. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19

ผู้ใช้บริการที่เลือกใช้บริการช่วงเวลา 04.01 – 10.00 น. มีพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันแตกต่างจากผู้ใช้บริการที่เลือกใช้บริการ 22.01 – 04.00 น. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่เลือกใช้บริการช่วงเวลา 04.01 – 10.00 น. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ซึ่งมากกว่าผู้ใช้บริการช่วงเวลา 22.01 – 04.00 น. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

ผู้ใช้บริการที่เลือกใช้บริการช่วงเวลา 10.01 – 16.00 น. มีพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันแตกต่างจากผู้ใช้บริการที่เลือกใช้บริการ 16.01 – 22.00 น. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่เลือกใช้บริการช่วงเวลา 04.01 – 10.00 น. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ซึ่งน้อยกว่าผู้ใช้บริการช่วงเวลา 16.01 – 22.00 น. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28

และผู้ใช้บริการที่เลือกใช้บริการช่วงเวลา 16.01 – 22.00 น. มีพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันแตกต่างจากผู้ใช้บริการที่เลือกใช้บริการช่วงเวลา 22.01 – 04.00 น. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่เลือกใช้บริการช่วงเวลา 16.01 – 22.00 น. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ซึ่งมากกว่าผู้ใช้บริการช่วงเวลา 22.01 – 04.00 น. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

ซึ่งผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการช่วงเวลา 04.01 – 10.00 น. เป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 4.31 ซึ่งรองลงมาคือช่วงเวลา 16.01 – 22.00 น. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ช่วงเวลา 10.01 – 16.00 น. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และช่วงเวลา 22.01 – 04.00 น. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้ใช้บริการในการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งที่แตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งที่	\bar{X}	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท	มากกว่า 100 – 200 บาท	มากกว่า 200 – 300 บาท	มากกว่า 300 บาท
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท	4.20	-	0.465	0.026*	0.327
มากกว่า 100 – 200 บาท	4.24	-	-	0.040*	0.079
มากกว่า 200 – 300 บาท	4.33	-	-	-	0.003**
มากกว่า 300 บาท	4.14	-	-	-	-

หมายเหตุ : *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 5 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมผู้ใช้บริการในการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันในเขตกรุงเทพมหานครที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งแตกต่างกัน พบว่ามีผลการประเมินเฉลี่ยแตกต่างกันจำนวน 3 คู่ ได้แก่

ผู้ใช้บริการที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท มีพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันแตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งมากกว่า 200 – 300 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ซึ่งน้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งมากกว่า 200 – 300 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33

ผู้ใช้บริการที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งมากกว่า 200 – 300 บาท มีพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันแตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งมากกว่า 300 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งมากกว่า 200 – 300 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ซึ่งมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งมากกว่า 300 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14

และผู้ใช้บริการที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งมากกว่า 100 – 200 บาท มีพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันแตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งมากกว่า 200 – 300 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งมากกว่า 100 – 200 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ซึ่งน้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งมากกว่า 200 – 300 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33

ซึ่งผู้ใช้บริการที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งมากกว่า 200 – 300 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด 4.33 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายมากกว่า 100 – 200 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ค่าใช้จ่ายน้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และ ค่าใช้จ่ายมากกว่า 300 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ตามลำดับ

การอภิปรายผลการศึกษาและสรุปผล

ผลการวิจัยด้านพฤติกรรมผู้ใช้บริการ ได้แก่ สาเหตุสำคัญที่ใช้บริการ ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อคูลย์ จาตุรงค์กุล (2549) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมผู้ใช้บริการเป็นปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้ผลิตภัณฑ์รวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนปฏิกริยาต่าง ๆ จนเกิดเป็นพฤติกรรม

ด้านความถี่ในการซื้อ พบว่าผู้ใช้บริการที่ใช้บริการใช้บริการ 1-7 ครั้ง/เดือน มีการใช้บริการที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการ 16-23 ครั้ง/เดือน และมากกว่า 23 ครั้ง/เดือน อาจเป็นเพราะผู้ใช้บริการที่มีความถี่ของการใช้บริการมากกว่า 23 ครั้ง/เดือน และมากกว่า 16 – 23 ครั้ง/เดือน เป็นผู้ใช้บริการที่มีอัตราการใช้บริการอยู่ในระดับที่สูงต่อเดือน จัดว่าเป็นผู้ใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันเป็นประจำ จึงทำให้มีค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจที่สูงกว่าผู้ใช้บริการที่ใช้บริการ 1-7 ครั้ง/เดือน และทำให้มีการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันที่แตกต่างกัน

ด้านสาเหตุสำคัญของการใช้บริการ พบว่าเหตุผลในการเลือกใช้บริการ อื่น ๆ เช่นรถเสีย เป็นต้น นั้นมีระดับการตัดสินใจใช้บริการสูงกว่าเหตุผลอื่น อาจเป็นเพราะว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบเหตุผล อื่น ๆ นั้นมีผู้จำนวนผู้ใช้บริการคอบน้อยกว่า

เหตุผลอื่น และผู้ที่ตอบเหตุผล อื่น ๆ นั้น อาทิเช่น รถเสีย เขาอาจคิดว่าการใช้บริการแท็กซี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชันนั้น เป็นการให้บริการที่สามารถทดแทนการใช้รถส่วนบุคคลได้ เนื่องจากรถนั้นได้ทำการซ่อมแซมอยู่ จึงเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ระดับการตัดสินใจใช้บริการนั้นมีค่าสูงกว่าเหตุผลอื่น

ด้านช่วงเวลา que เลือกใช้บริการ พบว่าผู้ใช้บริการในช่วงเวลา 04.01 – 10.00 น. และช่วงเวลา 16.01 – 22.00 น. มีการตัดสินใจใช้บริการแตกต่างกับผู้ใช้บริการในช่วงเวลา 10.01 – 16.00 น. และ 22.01 – 04.00 น. อาจเป็นเพราะว่าในช่วงเวลา 04.01 – 10.00 น. และช่วงเวลา 16.01 – 22.00 น. เป็นช่วงเวลาในตอนเช้าและตอนเย็น ที่ผู้คนในกรุงเทพมหานครที่จะต้องออกมาทำงานในตอนเช้า และกลับบ้านในตอนเย็น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการใช้รถมากกว่าในช่วงเวลา 10.01 – 16.00 น. และช่วงเวลา 22.01 – 04.00 น. ที่ไม่ใช่เวลาในการไปทำงาน และกลับบ้าน จึงทำให้มีระดับการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชันที่มากกว่า

ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง พบว่าผู้ใช้บริการที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการมากกว่า 200 - 300 บาท มีการตัดสินใจใช้บริการที่แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท มากกว่า 100 – 200 บาท และมากกว่า 300 บาท อาจเป็นเพราะว่าผู้ใช้บริการที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการมากกว่า 200 - 300 บาท เมื่อใช้บริการแล้วรู้สึกว่าเกิดความคุ้มค่าในการใช้บริการกับค่าใช้จ่ายที่เสียไป จึงทำให้มีค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจที่มาก และทำให้มีการตัดสินใจในการใช้บริการที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชำรง อุดมไพจิตรกุล (2547) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคล ในการจัดหา การซื้อ การใช้ประโยชน์จากสินค้าและบริการที่ซื้อมาเพื่อตอบสนองความต้องการทั้งด้านพื้นฐานและด้านจิตใจด้วยรายได้ที่มีจำกัด

และผลการวิจัยยังพบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรม ได้แก่ การเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน แหล่งข้อมูลที่ได้รับข่าวสาร วันที่เลือกใช้บริการ บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ สถานที่เรียกใช้บริการ และระยะเวลาในการรอคอยการให้บริการ ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชันที่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะว่าตัวแอปพลิเคชันนั้นไม่ว่าจะเป็นแอปพลิเคชันของบริษัทใด ก็มีการใช้งานหรือรูปแบบที่เหมือนกันทำให้ไม่สามารถสร้างความแตกต่างได้ จึงทำให้การตัดสินใจที่ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ พบว่าปัจจัยด้านสาเหตุสำคัญที่ใช้บริการ ด้านเวลาที่เลือกใช้บริการ ด้านความถี่ในการเลือกใช้บริการ และด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง นั้นมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแท็กซี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชัน ดังนั้นผู้ใช้บริการควรให้ความสำคัญกับด้านเหล่านี้ เพื่อพัฒนาการให้บริการได้ตรงตามผู้ใช้บริการ เช่น ด้านความถี่ในการใช้บริการ จะเห็นได้ว่ายิ่งผู้ใช้บริการเป็นผู้ที่ใช้บริการบ่อยเท่าไร จะมีการตัดสินใจใช้บริการที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นเราควรมีโปรโมชั่นให้กับลูกค้าที่ใช้บริการ เป็นประจำเพื่อที่จะได้ดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการของเราอย่างสม่ำเสมอเป็นต้น ด้านสาเหตุสำคัญที่ใช้บริการจะเห็นได้ว่าลูกค้าที่ตัดสินใจใช้บริการเพราะมีความปลอดภัยในการใช้บริการ มีระดับการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด ทำให้เราต้องให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ และจะต้องให้ความสำคัญกับผู้ขับรถแท็กซี่ด้วย จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้ให้บริการ และเป็นการสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการอีกด้วย

บรรณานุกรม

- กลุ่มสถิติการขนส่ง กองแผนงาน. (2557). สรุปจำนวนแท็กซี่ในเขตกรุงเทพมหานคร ประจำปี 2557. กรุงเทพฯ : กระทรวงคมนาคม
- กลุ่มสถิติการขนส่ง กองแผนงาน. (2557). สรุปผลสำรวจปัญหาการแท็กซี่ที่ถูกร้องเรียนผ่านศูนย์คุ้มครองผู้โดยสารรถสาธารณะ ประจำปี 2557. กรุงเทพฯ : กระทรวงคมนาคม
- เกศินี ศรีฟ้า และคณะ. (2548). พฤติกรรมการเลือกใช้บริการแท็กซี่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ สาขาบริหารธุรกิจ(การตลาด), มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
- เฉลิมขวัญ ชันนุช. (2556). การใช้บริการรถยนต์โดยสารส่วนบุคคลประเภทแท็กซี่มิเตอร์ ของผู้ใช้บริการบริเวณท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่ วิทยานิพนธ์ สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- ชญัญญา วาลี. (2555). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการบริษัทนครชัยแอร์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาคนิพนธ์ สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
- ธำรง อุดมไพจิตรกุล. (2547). เศรษฐศาสตร์การจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: คณะสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- นันทวี ถาวรพานิช. (2550). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถเมล์โดยสารเอกชนร่วมบริการองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ในกรุงเทพมหานคร การศึกษาค้นคว้าอิสระ สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- บุษบง พาณิชผล. (2555). ความพึงพอใจในการใช้บริการแอร์พอดริวลิ้งค์ กรณีศึกษาการรถไฟแห่งประเทศไทย วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทางวิศวกรรม, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- วราภรณ์ สุทธิประภา. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศกรุงเทพ-ขอนแก่น การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- สำนักงานกฎหมาย กระทรวงการคลัง. (2522). พ.ร.บ.จราจรทางบกปี2522มาตรา 93. กรุงเทพฯ : กระทรวงการคลัง
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2549). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อลิศรา เสมชูโชติ. (2550). ลักษณะการใช้บริการรถแท็กซี่ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิศวกรรมโยธา, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- Erkan Celik, , Ozge Nalan Bilisik, , Melike Erdogan, , Alev Taskin Gumus. and Hayri Baraclı. (2013). An integrated novel interval type-2 fuzzy MCDM method to improve customer satisfaction in public transportation for Istanbul. *Transportation Research Part E*. 58 (2013) : 28–51
- Khaled Shaaban and Rania F. Khalilb. (2013). Investigating the customer satisfaction of the bus service in Qatar. *Social and Behavioral Sciences*. 104 (2013) : 865 – 874
- Michal Jas'kiewicz and Tomasz Besta. (2014). Heart and mind in public transport: Analysis of motives, satisfaction and psychological correlates of public transportation usage in the Gdan' sk–Sopot–Gdynia Tricity Agglomeration in Poland. *Transportation Research Part F*. 26 (2014) : 92–101

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd. New York: Harper and Row Publications.