



ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้งานบริการระบุตำแหน่ง
สำหรับผู้ใช้งานในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

โดย

นายกอบชัย มงคลนิมิตร

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2555

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานบริการระบุตำแหน่ง (LBS) ซึ่งได้ศึกษาจากทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม Diffusion of Innovation Theory (DOI) ในประเด็นของนวัตกรรมส่วนบุคคล และการตระหนักถึงความปลอดภัยในข้อมูลส่วนตัว โดยในงานวิจัยนี้จะเป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ได้แก่ผู้ที่เคยใช้งาน Mobile Application ประเภท LBS ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดนครปฐม จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดสมุทรสาคร

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อความคาดหวังเรื่องความพยายามในการใช้ ประกอบด้วย ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม และปัจจัยนวัตกรรมส่วนบุคคล สำหรับปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อความคาดหวังต่อประโยชน์ที่ได้รับ ประกอบด้วย ปัจจัยความคาดหวังเรื่องความพยายามในการใช้ ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม และปัจจัยนวัตกรรมส่วนบุคคล สำหรับปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจที่จะใช้งานบริการระบุตำแหน่ง ประกอบด้วย ปัจจัยความคาดหวังต่อประโยชน์ที่ได้รับ ปัจจัยความคาดหวังเรื่องความพยายามในการใช้ ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม และปัจจัยนวัตกรรมส่วนบุคคล โดยที่ปัจจัยนวัตกรรมส่วนบุคคล เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความคาดหวังเรื่องความพยายามในการใช้ ความคาดหวังต่อประโยชน์ที่ได้รับ และความตั้งใจที่จะใช้งานบริการระบุตำแหน่ง มากที่สุด อธิบายได้ว่า บริการระบุตำแหน่ง (LBS) ยังถือว่าเป็นเทคโนโลยีใหม่และการแพร่กระจายของเทคโนโลยียังอยู่ในขั้นเริ่มแรก ดังนั้นผู้มีระดับนวัตกรรมส่วนบุคคลสูงมีแนวโน้มที่ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆมากกว่าและรวดเร็วกว่าคนอื่น ๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดการเรียนรู้การใช้งานประโยชน์ที่ได้รับ และความตั้งใจที่จะใช้งานบริการระบุตำแหน่ง (LBS)

งานวิจัยนี้มีประโยชน์ในทางปฏิบัติ กล่าวคือ ได้ทราบถึงปัจจัยในด้านต่างๆที่สำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้งานบริการระบุตำแหน่ง (LBS) รวมไปถึงข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยในการใช้งาน นอกจากนี้พบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่ยังไม่ทราบถึงประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจที่ได้รับ ดังนั้นผู้ประกอบการหรือร้านค้าควรมีการประชาสัมพันธ์ให้เกิดการใช้งาน รวมไปถึงการทำการตลาดในบริการระบุตำแหน่ง (LBS) ให้มากยิ่งขึ้น

Abstract

This research studies the factors affecting intention to use location-based service (LBS), drawing upon the three IS theories, namely Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), Diffusion of Innovation Theory (DOI) and Privacy Concern. Survey approach is adopted, and questionnaires are used as a data collection tool.

The samples of this research are Location-based Mobile Application users, living in Bangkok Metropolitan Area, including Bangkok, Nakhon Pathom, Nonthaburi, Pathum Thani, Samut Prakan and Samut Sakhon.

The results show that factors that Social Influence and Personal Innovativeness directly affect the Effort Expectancy, and Effort Expectancy, Social Influence and Personal Innovativeness directly affect the Performance Expectancy. Factors that directly affect the Intention to use LBS are Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence and Personal Innovativeness. The results also show that Personal Innovativeness is the most influential factor affecting Effort Expectancy, Performance Expectancy and Intention to use LBS. It may well be that the location-based service (LBS) is a relatively new technology and its adoption is still in its early stages; therefore, the higher the personal innovativeness one has, the more likely it is that he or she adopt a new technology faster than those who have less personal innovativeness.

In practice, this research reveals various factors affecting an intention to use LBS. Furthermore, it highlights two main barriers to an intention to use LBS; they are concerns on security and privacy issues and a lack of perceived benefits. Therefore, commercial users could attract more LBS users by promoting their offers via the LBS services and highlighting additional benefits one will gain from using the services.