

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การก่อกำเนิดที่สนับสนุนการใช้ไลน์อย่างต่อเนื่อง
ชื่อผู้เขียน	นางสาวพิชิตา แสนสุวรรณ
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร.สุพีชา พาณิชย์ปฐม
ปีการศึกษา	2558

บทคัดย่อ

ปัจจุบันเทคโนโลยีทำให้มนุษย์สามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ทำให้ช่องว่างระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารนั้นแคบลง เพราะมนุษย์ใช้เทคโนโลยีติดต่อสื่อสารกันได้ทุกที่ทุกเวลาด้วยอุปกรณ์และแอปพลิเคชันที่หลากหลาย ยกตัวอย่าง เช่น แอปพลิเคชันการสนทนาที่นิยมใช้ คือ ไลน์ โดยไลน์เป็นแอปพลิเคชันที่ไม่เสียค่าใช้จ่าย อย่างไรก็ตาม ผู้ให้บริการไลน์อาจต้องการขยายฐานลูกค้า โดยสร้างกลไกที่สนับสนุนให้ผู้ใช้งานเกิดการใช้งานใช้ไลน์อย่างต่อเนื่อง งานวิจัยนี้จึงศึกษาถึงการก่อกำเนิดที่สนับสนุนการใช้ไลน์อย่างต่อเนื่อง โดยเน้นพฤติกรรมหลังการยอมรับ (Post Accept Behavior) ซึ่งยึดโมเดลการใช้ระบบสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง (Post-Acceptance Model of IS Continuance) เป็นหลัก งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์สองประเด็นคือ (1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อนิสัยการใช้งานไลน์ (2) นิสัยการใช้งานไลน์และความพึงพอใจของผู้ใช้งานส่งผลต่อการใช้งานไลน์อย่างต่อเนื่องอย่างไร ปัจจัยที่ใช้ในการศึกษานี้ได้แก่ ปัจจัยการรับรู้ความคุ้มค่าทางการเงิน ความคุ้นเคย การรับรู้ความเป็นประโยชน์ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน นิสัยการใช้งานไลน์ และ การใช้งานไลน์อย่างต่อเนื่อง การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในประเทศไทย ขนาดกลุ่มตัวอย่าง คือ 280 ตัวอย่าง การประมวลผลข้อมูลใช้การวิเคราะห์ทางสถิติด้วยวิธีแบบ PLS-SEM ผลการวิจัยสรุปได้ว่า (1) ปัจจัยด้านการรับรู้ความคุ้มค่าทางการเงิน และความพึงพอใจของผู้ใช้งานส่งผลต่อนิสัยการใช้งานไลน์ โดยความพึงพอใจของผู้ใช้งานส่งผลต่อนิสัยการใช้งานไลน์มากกว่าการรับรู้ความคุ้มค่าทางการเงิน (2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งานไลน์อย่างต่อเนื่องมาจากผลโดยตรงจากนิสัยการใช้งานไลน์ และมาจากผลทางอ้อมของความพึงพอใจของผู้ใช้งานผ่านนิสัยการใช้งานไลน์ โดยที่ผลโดยตรงมีผลมากกว่า ดังนั้นถ้ามุ่งเน้นการใช้งานไลน์อย่างต่อเนื่องควรเน้นที่ปัจจัยนิสัยการใช้งานไลน์เป็นหลัก และหากผู้

ให้บริการไลน์ตระหนักถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดนิสัยการใช้งานไลน์แล้วจะทำให้ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันไลน์ สามารถออกแบบและพัฒนาฟังก์ชันการทำงานต่างๆของไลน์ที่สอดคล้องกับการก่อกำเนิดนิสัยของผู้ใช้งานได้

คำสำคัญ: การใช้งานไลน์อย่างต่อเนื่อง นิสัยการใช้งานไลน์ การรับรู้ความคุ้มค่าทางการเงิน
ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน การรับรู้ความเป็นประโยชน์ ความคุ้นเคย

Independent Study Title	THE HABIT FORMATION TO SUPPORT USING THE LINE APPLICATION CONTINUOUSLY
Author	Miss.Pichita Sansuwan
Degree	Master of Science Program (Management Information Systems)
Department/Faculty/University	Management Information Systems Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Assoc.Prof.Dr.Supeecha Panitpathom
Academic Years	2015

ABSTRACT

At the present, the technology makes people communicate more conveniently and rapidly to each other and narrows the gap between the senders and receivers because we can use communication technology anywhere and anytime with various devices and application. For example, people widely use one of popular communication application called Line. This Line application is free, however, Line provider might want to increase its market size by encouraging people to use line continuously. This research thus, aims study the habit formation to support using the line application continuously. By focusing on post acceptance behavior based on Post-Acceptance Model of IS Continuance prior research studies. This research analyze two issues are (1) Factors that influence habit in using line application. (2) How habit in using line and user satisfaction influence line continuance usage. Factors, included study are familiarity, perceived monetary value, perceived usefulness, user satisfaction, habit in using line and line continuance usage. This research is quantitative research by online questionnaire, device of data collection. The representative sample is the line application user in Thailand. There are 280 representative samples of this research by using the PLS-SEM for the analysis whose result concludes (1) Perceived monetary value factor and User satisfaction

factor influence the habit in using line. By user satisfaction influence the habit in using line more than perceived monetary value. (2) Habit in using line factor has direct effect to the line continuance usage and user satisfaction has indirect effect to the line continuance usage via the habit in using line by the result of direct effects are more than the result of indirect effects. Consequently, if you focus on line continuance usage, you should focus on the habit in using line prior research. If line application service provider is aware of factors that influence the habit in using line, who can be design and develop function of line application that accord with the habit formation of user.

Keywords: Line Continuance Usage, Habit in Using Line, Perceived Monetary Value, User satisfaction, Perceived Usefulness, Familiarity