

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการบริการ
สำหรับรถยนต์รับจ้างสาธารณะ (แท็กซี่) ในเขต
กรุงเทพมหานคร

Factors Influencing the Acceptance Technology of
service to provide for passenger taxi in Bangkok

ชื่อผู้เขียน

นางอศุภทิพย์ คล่องแคล่ว

Ms. Asokthip Klongklaw

แผนกวิชา/คณะ

สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ดร.สมิทธิ์ ตุงคะสมิต

ปีการศึกษา

2552

บทสรุป

งานวิจัยค้นคว้าอิสระ เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการบริการ สำหรับรถยนต์รับจ้างสาธารณะ (แท็กซี่) ในเขตกรุงเทพมหานคร เกิดจากความเจริญก้าวหน้าในทุกด้านของกรุงเทพมหานคร ส่งผลให้เป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญทั้งในภาคราชการ ภาคเอกชน มีประชากรย้ายถิ่นฐานมาอยู่อาศัย เพื่อสะดวกในการประกอบอาชีพ จากสถิติของสำนักงานกลางทะเบียนราษฎร ณ ธันวาคม 2551 มีจำนวนประชากร 5,710,883 คนคิดเป็น 3,640.52 คนต่อตารางกิโลเมตร เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่มีจำนวนประชากรต่อตารางกิโลเมตรเท่ากับ 123.54 คน เท่านั้น สถิติจำนวนประชากรและความหนาแน่นของประชากรในกรุงเทพมหานคร ส่งผลต่อการจราจร เกิดอุบัติเหตุบริการสาธารณะรับ-ส่งผู้โดยสาร

รถแท็กซี่ หรือรถยนต์โดยสารสาธารณะ ผู้ต้องการใช้บริการสามารถเรียกใช้บริการได้ทุกสถานที่ตลอดเวลา ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว นับตั้งแต่กำเนิดรถแท็กซี่มิเตอร์ โดยพิจารณาได้จากสถิติของกรมการขนส่งทางบก ณ ธันวาคม 2551 พบว่ามียอดการจดทะเบียนรถแท็กซี่ สิ้นปี พ.ศ. 2550 มี 79,570 คัน คิดเป็นร้อยละ 0.31% จากทั้งหมด 25,618,447 คัน เปรียบเทียบกับสิ้นปี พ.ศ. 2551 มียอด 84,785 คัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.55 คิดเป็นร้อยละ 0.32% จากทั้งหมด 26,417,353 คัน โดยเป็นรถแท็กซี่ที่จดทะเบียนใหม่ ภายในปี พ.ศ. 2550 จำนวน 10,444 คันและภายในปี พ.ศ. 2551 จำนวน 10,973 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 5.07 จากยอดรถทั้งหมดที่จดทะเบียนใหม่ภายในปี พ.ศ. 2550, 2551 ตามลำดับ 25,618,447 และ 26,417,353 คัน แสดงให้เห็นว่ามีผู้ให้ความสนใจในอาชีพ

แท็กซี่มากขึ้นในปีที่ผ่านมา และพบว่ามีรถแท็กซี่ที่ค้างชำระภาษี ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ ณ สิ้นปี พ.ศ. 2551 จำนวน 4,563 คัน คิดเป็นร้อยละ 5.38 รวมเป็นเงิน 4,195,285.70 บาท จากยอดค้างทั้งสิ้น 3,287,919,212.16 บาท แสดงให้เห็นว่าอาจมีรถแท็กซี่ที่วิ่งรับผู้โดยสารแบบหลบเลี่ยงภาษีอยู่บนท้องถนน และตามสถิติการเปรียบเทียบปรับผู้ฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ และกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก ตลอดปี พ.ศ. 2550 พบว่ามีรถแท็กซี่จำนวน 5,949 ราย เงินค่าปรับ 5,638,000 บาท ตลอดปี พ.ศ. 2551 จำนวน 8,949 ราย เงินค่าปรับ 6,228,700 บาท อัตราการเปลี่ยนแปลง ผู้ฝ่าฝืนเพิ่มขึ้นร้อยละ 50.43 เงินค่าปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.48 แสดงให้เห็นว่ามีผู้ฝ่าฝืนกฎหมายมากขึ้น

การบริการเสริมของแท็กซี่ ไม่มีการกำหนดเป็นบทบัญญัติที่ชัดเจน ทำให้มีความคิดของกลุ่มคนหลากหลายที่มั่งคั่ง พยายามสร้างนวัตกรรมการบริการขึ้นมา เพื่อนำเข้าสู่ตลาด เช่น จุดจอดแท็กซี่อัจฉริยะ, แท็กซี่ VIP, แท็กซี่บริการสุนัข เป็นต้น จึงน่าสนใจในการศึกษาวิจัยว่า นวัตกรรมการบริการของแท็กซี่ที่เกิดขึ้น จึงไม่ได้รับการยอมรับหรือไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร และนวัตกรรมการบริการที่ต้องการและยอมรับคืออะไร การพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีเพื่อธุรกิจที่ผ่านมา เป็นการพัฒนาที่ขาดสมดุล หรือการพัฒนาในเชิงเดียว มุ่งเน้นให้ความสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นหลัก การดำเนินธุรกิจเพื่อผลกำไรเป็นเป้าหมายสูงสุด ละเลยต่อศีลธรรม จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ได้ปัจจัยทางเศรษฐกิจในการขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาในด้านอื่นๆ ตามมา ส่งผลเสียสะท้อนกลับ ต่อเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของประชากร

การศึกษาทฤษฎีและผลงานที่วิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) สามารถนำมาใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีได้ โดยทำการเพิ่มปัจจัยด้านการรับรู้ถึงค่าบริการ (Perceived Cost) และปัจจัยด้านการรับรู้ค่าความปลอดภัย (Perceived Security) ในทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีด้วย และจากการศึกษาทำให้ทราบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่ควรเก็บข้อมูล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สำหรับเป็นข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยภายนอกตามทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ที่ทำการศึกษา คือ พฤติกรรมการใช้บริการในด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเฉลี่ยต่อครั้ง

งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาจากการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการบริการ และข้อมูลกับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการแท็กซี่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 6 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ และข้อมูลส่วนตัวอื่นๆ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การมีผู้ที่ต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษ สัตว์เลี้ยง การสูบบุหรี่

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้นวัตกรรม

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการแท็กซี่

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ความสะดวกในการใช้บริการแท็กซี่ การรับรู้ประโยชน์ การพัฒนาบริการแท็กซี่ ทศนคติต่อการพัฒนาบริการของแท็กซี่ ทศนคติต่อการมีรูปแบบที่หลากหลายของแท็กซี่ ทศนคติต่อการจำกัดปริมาณแท็กซี่ และการรับรู้ค่าบริการ

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ความง่ายในการเข้าถึงนวัตกรรมบริการแท็กซี่ และการรับรู้ประโยชน์นวัตกรรมบริการแท็กซี่ ในเขตกรุงเทพมหานครและต่างประเทศ

ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับแนวโน้มการยอมรับการพัฒนานวัตกรรมบริการของแท็กซี่ ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการบริการของแท็กซี่

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรม SPSS ในการคำนวณค่าทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และใช้ทดสอบสมมติฐานทางสถิติต่างๆ จากประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการรถแท็กซี่ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยไม่จำกัดเพศ อายุ การศึกษา รายได้และอาชีพ เป็นกลุ่มตัวอย่างชนิดที่ไม่ทราบโอกาสหรือความน่าจะเป็นที่แต่ละหน่วยถูกเลือกมาเป็นตัวอย่าง (Non-Probability Sampling) ตามสถานที่ต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร

งานวิจัยนี้ได้กำหนดสมมติฐานงานวิจัยเป็น 11 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 พฤติกรรมการใช้บริการแท็กซี่ (Uses' Behavior: UB) มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความง่ายในการใช้บริการแท็กซี่ (Perceived Ease Of Use: PEOU)

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการแท็กซี่ (Uses' Behavior: UB) มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์การพัฒนาเทคโนโลยีการบริการแท็กซี่ (Perceived Usefulness: PU)

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ความง่ายในการใช้บริการแท็กซี่ (Perceived Ease Of Use: PEOU) มีผลกระทบเชิงบวกกับการรับรู้ประโยชน์การพัฒนาเทคโนโลยีการบริการแท็กซี่ (Perceived Usefulness: PU)

สมมติฐานที่ 4 การรับรู้ค่าบริการแท็กซี่ (Perceived cost: PC) มีผลกระทบเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการพัฒนาเทคโนโลยีการบริการของแท็กซี่ (Attitude: ATT)

สมมติฐานที่ 5 การรับรู้ความปลอดภัย (Perceived Security: PS) มีผลกระทบเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการพัฒนาเทคโนโลยีการบริการของแท็กซี่ (Attitude: ATT)

สมมติฐานที่ 6 การรับรู้ความง่ายในการใช้บริการแท็กซี่ (Perceived Ease Of Use: PEOU) มีผลกระทบเชิงบวกต่อ ทศนคติต่อการพัฒนาเทคโนโลยีการบริการของแท็กซี่ (Attitude: ATT)

สมมติฐานที่ 7 การรับรู้ประโยชน์การพัฒนาเทคโนโลยีการบริการแท็กซี่ (Perceived Usefulness: PU) มีผลกระทบเชิงบวกต่อ ทศนคติต่อการพัฒนาเทคโนโลยีการบริการของแท็กซี่ (Attitude: ATT)

สมมติฐานที่ 8 การรับรู้ความง่ายในการใช้บริการแท็กซี่ (Perceived Ease Of Use: PEOU) มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มการยอมรับเทคโนโลยีการบริการแท็กซี่ (Behavior Intention: BI)

สมมติฐานที่ 9 การรับรู้ประโยชน์การพัฒนาเทคโนโลยีการบริการแท็กซี่ (Perceived Usefulness: PU) มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มการยอมรับเทคโนโลยีการบริการแท็กซี่ (Behavior Intention: BI)

สมมติฐานที่ 10 ทศนคติต่อการพัฒนาเทคโนโลยีการบริการของแท็กซี่ (Attitude: ATT) มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มการยอมรับเทคโนโลยีการบริการแท็กซี่ (Behavior Intention: BI)

สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานที่ 1-2 ทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลสำหรับตัวแปรที่มีกลุ่มตัวอย่าง ตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้วิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้บริการ (UB) กับ การรับรู้ความง่าย (PEOU)
2. พฤติกรรมการใช้บริการ (UB) กับ การรับรู้ประโยชน์ (PU)

สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานที่ 3-7 ทำการวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ด้วย Correlation จากนั้น จึงทำการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) ใช้ในการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างระหว่างตัวแปร 2 ตัว หรือมากกว่า เพื่อที่จะอธิบายตัวแปรตามในรูปของฟังก์ชันของตัวแปรอิสระ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การรับรู้ความง่าย (PEOU) ที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ (PU)
2. การรับรู้ค่าบริการ (PC) การรับรู้ความปลอดภัย (PS) การรับรู้ความง่าย (PEOU) และการรับรู้ประโยชน์ ที่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติ (ATT)

สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานที่ 8-10 ทำการวิเคราะห์ผลต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน (Independent-Sample T Test Analysis) ในการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ดังนี้

1. การรับรู้ค่าบริการ (PC) กับแนวโน้มการยอมรับเทคโนโลยีการบริการ (BI)
2. การรับรู้ความปลอดภัย (PS) กับแนวโน้มการยอมรับเทคโนโลยีการบริการ (BI)
3. การรับรู้ประโยชน์ (PU) กับแนวโน้มการยอมรับเทคโนโลยีการบริการ (BI)

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอัตราค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้ง อยู่ระหว่าง 101-150 บาท มากที่สุด จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาอัตราค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้ง อยู่ระหว่าง 51-100 บาท จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 อัตราค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้ง อยู่ระหว่าง 151-200 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11 อัตราค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งเกิน 200 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4 และอัตราค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งไม่เกิน 50 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4

กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มต่อการยอมรับต่อเทคโนโลยีการบริการของแท็กซี่ คิดเป็นร้อยละ 92.8 ซึ่งสอดคล้องกับการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นจากการพัฒนาเทคโนโลยีการบริการแท็กซี่ในระดับมากเช่นกัน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการบริการของแท็กซี่ สรุปได้ดังนี้ พฤติกรรมการใช้บริการแท็กซี่ (UB) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้บริการแท็กซี่ (PEOU) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการพัฒนาเทคโนโลยีการบริการของแท็กซี่ ได้แก่ การรับรู้ความปลอดภัย (PS) และการรับรู้ประโยชน์เพิ่มขึ้น (PU) ปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้บริการแท็กซี่ (PEOU) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์เพิ่มขึ้น (PU) จากผลการทดสอบ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการยอมรับเทคโนโลยีการบริการของแท็กซี่ ได้แก่ การรับรู้ค่าบริการที่เพิ่มขึ้น (PC) และทัศนคติที่มีต่อการพัฒนาเทคโนโลยีการบริการของแท็กซี่

อภิปรายผลการวิจัย จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการบริการสำหรับผู้โดยสารรถยนต์รับจ้างสาธารณะ (แท็กซี่) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

1. การรับรู้ค่าบริการ (PC) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี แต่ไม่มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการพัฒนาเทคโนโลยีการบริการแท็กซี่ (ATT) แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างแสดงทัศนคติต่อการพัฒนาเทคโนโลยีการบริการแท็กซี่ โดยไม่คำนึงถึงค่าบริการที่จะเพิ่มขึ้น แต่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อค่าบริการที่เพิ่มขึ้นหากมีการพัฒนาเทคโนโลยีการบริการแท็กซี่ ดังนั้น จึงควรพัฒนาเทคโนโลยีการบริการของแท็กซี่ ด้วยความเหมาะสม และต้องให้ความสำคัญต่อการปรับค่าบริการที่เพิ่มขึ้น

2. การรับรู้ความปลอดภัย (PS) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการพัฒนาเทคโนโลยีการบริการแท็กซี่ (ATT) แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยในการใช้บริการแท็กซี่ ดังนั้น ในการพัฒนาเทคโนโลยีการบริการแท็กซี่ ควรเน้นเทคโนโลยีที่ส่งผลดีต่อความปลอดภัยของผู้ใช้บริการแท็กซี่ด้วย

3. การรับรู้ความง่าย (PEOU) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ในการพัฒนาเทคโนโลยีบริการ (PU) แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อประโยชน์ที่จะได้รับการพัฒนาเทคโนโลยีการบริการของแท็กซี่ ที่เกี่ยวข้องกับความสะดวกสบาย และความรวดเร็ว

4. การรับรู้ประโยชน์ (PU) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการพัฒนาเทคโนโลยีบริการของแท็กซี่ (ATT) แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างแสดงความเห็นด้วยต่อประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้นหากมีการพัฒนาเทคโนโลยีการบริการของแท็กซี่ ในด้านความสะดวกสบาย และความเร็ว

5 ทัศนคติที่มีต่อการพัฒนาเทคโนโลยีการบริการของแท็กซี่ (ATT) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการยอมรับเทคโนโลยีการบริการของแท็กซี่ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติดีต่อการพัฒนาเทคโนโลยีการบริการของแท็กซี่ ทำให้มีแนวโน้มการยอมรับเทคโนโลยีการบริการของแท็กซี่ ดังนั้น จึงควรทำการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลดีต่อทัศนคติที่มีต่อการพัฒนาเทคโนโลยีบริการของแท็กซี่ เพื่อให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจสูงสุดต่อผู้ใช้บริการแท็กซี่

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาหาความสัมพันธ์เพิ่มเติม เพื่อนำไปสู่เทคโนโลยีการบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารรถยนต์รับจ้างสาธารณะ (แท็กซี่) ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการรับบริการจากรถยนต์รับจ้างสาธารณะ (แท็กซี่) เช่น การศึกษาแนวทางการกำหนดมาตรการ เพื่อควบคุมความปลอดภัยร่วมกันระหว่างผู้ขับขี่กับผู้โดยสาร การศึกษาพฤติกรรมกรให้บริการของผู้ขับขี่แท็กซี่กับช่วงเวลาที่แตกต่างกัน การศึกษาความเป็นไปในการบังคับใช้สัญญาณ GPS ในรถแท็กซี่ เป็นต้น

ข้อจำกัดในการวิจัย ช่วงเวลาที่ทำการศึกษาเป็นช่วงเวลาสั้น และข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามอาจบิดเบือนจากความเป็นจริง ทั้งนี้ ขึ้นกับปัจจัยหลายประการ เช่น การปิดบังข้อมูลส่วนตัว, อารมณ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการแสดงความคิดเห็น เป็นต้น