

## บทที่ 2

### ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดในการนำรูปแบบการให้บริการเชิงลักษณะอิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-Services เข้ามาประยุกต์ใช้กับองค์กรต่างๆ สามารถพบเห็นได้มากในปัจจุบัน เช่น การให้บริการทางการเงินเชิงอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคาร หรือการให้บริการซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นการให้บริการเชิงอิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้น เช่นเดียวกับบริษัทขนส่งบางรายที่มีการนำระบบการให้บริการจองพื้นที่ระหว่างสินค้าเชิงอิเล็กทรอนิกส์ หรือที่เรียกว่า E-Booking ซึ่งเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งในการเพิ่มช่องทางการให้บริการ อย่างไรก็ตาม บริษัทขนส่งบางรายได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการไปเป็นลักษณะการให้บริการเชิงอิเล็กทรอนิกส์โดยสิ้นเชิง ทำให้ผู้ใช้บริการจำเป็นต้องยอมรับเงื่อนไขนี้ โดยไม่อาจทราบได้เลยว่าการใช้บริการเลือกใช้บริการผ่านทางระบบ E-Booking นี้ เป็นเพราะความต้องการของผู้ใช้ หรือนโยบายของบริษัทที่ต้องการเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการไปจากเดิม จึงจำเป็นต้องนำโมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) เข้ามาเป็นตัวชี้วัดเพื่อให้ทราบถึงตัวแปรที่แท้จริงในการเลือกใช้บริการจองพื้นที่ระหว่างสินค้าผ่านทางระบบ E-Booking

#### 2.1 การให้บริการการจองพื้นที่ระหว่างสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking)

ธุรกิจการให้บริการมีมากมายหลายรูปแบบโดยผู้ประกอบการธุรกิจต้องอาศัยการบริการที่ดีเพื่อตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า และเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด นอกเหนือจากการให้บริการทางโทรศัพท์แล้ว เทคโนโลยีใหม่ๆ ก็ถูกนำมาเป็นปัจจัยพื้นฐานในการให้บริการด้วย เช่นเดียวกับการให้บริการเชิงอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service) ซึ่งเป็นระบบการให้บริการอย่างหนึ่งที่เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน เนื่องจากสามารถเข้าถึงได้ด้วยระบบอินเทอร์เน็ตและใช้งานผ่านทางเว็บไซต์จึงเป็นอีกบริการหนึ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจการให้บริการพึงจะมี เพื่อตอบสนองต่อการให้บริการอย่างเต็มประสิทธิภาพ โดยการให้บริการในลักษณะนี้สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า สมาชิก หรือพนักงานภายในองค์กร ซึ่งการบริการที่เห็นอยู่บ่อยครั้งในปัจจุบัน คือ การให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Banking : Electronic Banking Service) เป็นการให้บริการของธนาคาร โดยทางธนาคารจะทำการเปิดเว็บไซต์ขึ้นมาเพื่อให้บริการด้านธุรกรรมทางการเงินแก่ลูกค้าผ่านทางเว็บไซต์ที่ธนาคารได้จัดทำขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวก

ความสะดวกให้กับลูกค้าที่ต้องการใช้บริการในด้านต่างๆ เช่น การโอนเงิน ตรวจสอบยอดเงินคงเหลือ เป็นต้น เช่นเดียวกับการให้บริการการจองพื้นที่ระวางสินค้าผ่านทางเว็บไซต์หรือ E-Booking ซึ่งกำลังเข้ามาแทนที่การจองพื้นที่ระวางสินค้าในระบบเดิมซึ่งเป็นการส่งเมลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) หรือโทรศัพท์ไปยังบริษัทขนส่ง เพื่อแจ้งเจตจำนงในการจองพื้นที่ระวางสินค้า E-Booking จึงถือได้ว่าเป็นการให้บริการเชิงอิเล็กทรอนิกส์อีกลักษณะหนึ่งที่บริษัทขนส่งมีการเปิดให้ผู้ใช้บริการที่มีความประสงค์จะใช้บริการในการจองพื้นที่ระวางเพื่อใช้ในการขนส่งสินค้าได้เข้ามาทำการจองพื้นที่ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท โดยขั้นตอนการให้บริการสามารถกระทำได้นี้ (ภาพที่ 2.1)

ขั้นตอนที่ 1. ค้นหาตารางเวลาการเดินทาง

ขั้นตอนที่ 2. ใส่ชื่อท่าเรือต้นทาง (ในที่นี้กำหนดให้เป็น ท่าเรือแหลมฉบัง)

ขั้นตอนที่ 3. ใส่ชื่อท่าเรือปลายทาง (ในที่นี้กำหนดให้เป็น ท่าเรือที่ชิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย)

ขั้นตอนที่ 4. กำหนดวันเวลาที่เรือเข้ามาเทียบท่าที่ต้นทางเพื่อทำการค้นหาชื่อเรือ ในที่นี้ใส่วันที่ 27 มีนาคม ค.ศ.2009

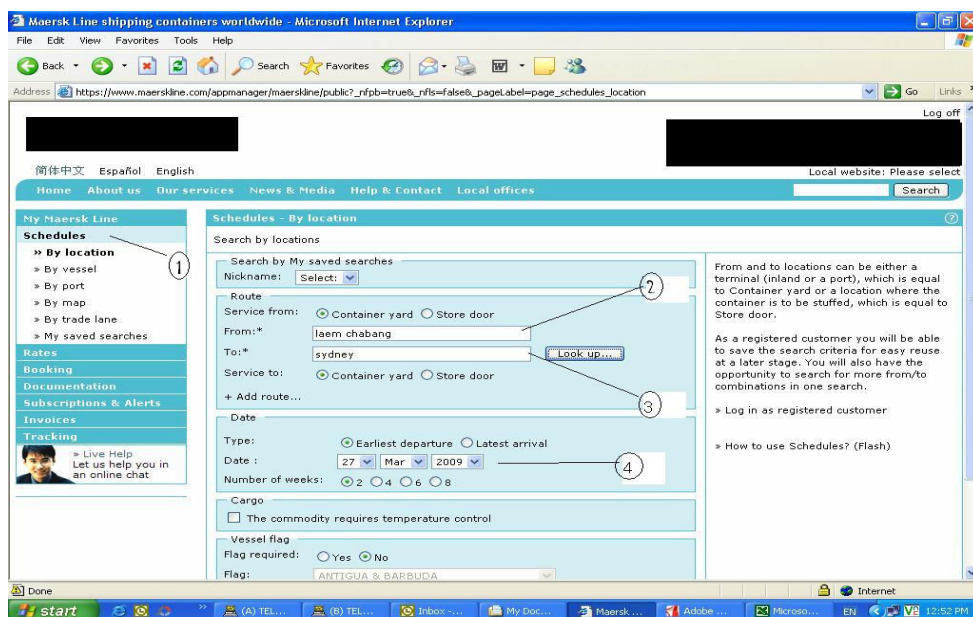
ขั้นตอนที่ 5. หากไม่ทราบว่าสะกดชื่อท่าเรือถูกหรือไม่ให้กดที่ Look up จะขึ้นหน้าจอ ดังภาพที่ 2.2

ขั้นตอนที่ 6. เมื่อตรวจสอบชื่อ ท่าเรือปลายทางเรียบร้อยแล้วทำการกดที่ Search ข้อมูลเรือจะปรากฏขึ้นตามภาพที่ 2.3 โดยข้อมูลที่ปรากฏจะประกอบไปด้วย ชื่อเรือ วันที่เรือออกจากท่าเรือต้นทาง และวันที่เรือถึงปลายทาง

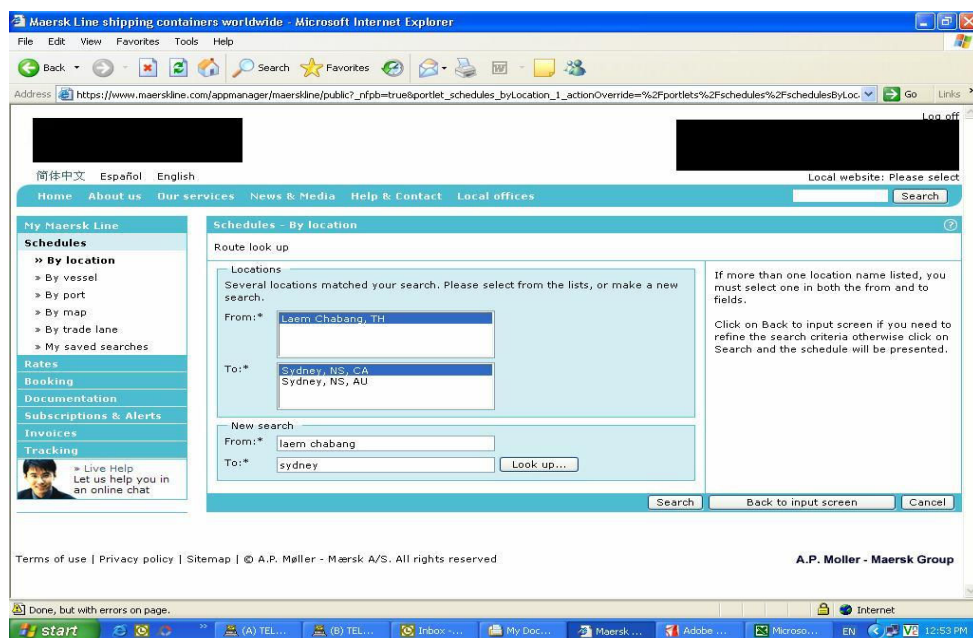
ขั้นตอนที่ 7. เมื่อได้เรือที่ต้องการก็ทำการจองระวางกับเรือโดยเข้าเมนู Booking >> New Booking ดังภาพที่ 2.4 แล้วกรอกรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า รวมไปถึงรายละเอียดของเรือที่ทำการเช็คจากตารางการเดินทาง

ขั้นตอนที่ 8. เมื่อใส่รายละเอียดของสินค้าและเรือเรียบร้อยแล้วให้ทำการกดที่เมนู Complete เพื่อเป็นการเสร็จสิ้นขั้นตอนการจองระวางเรือ ดังภาพที่ 2.5

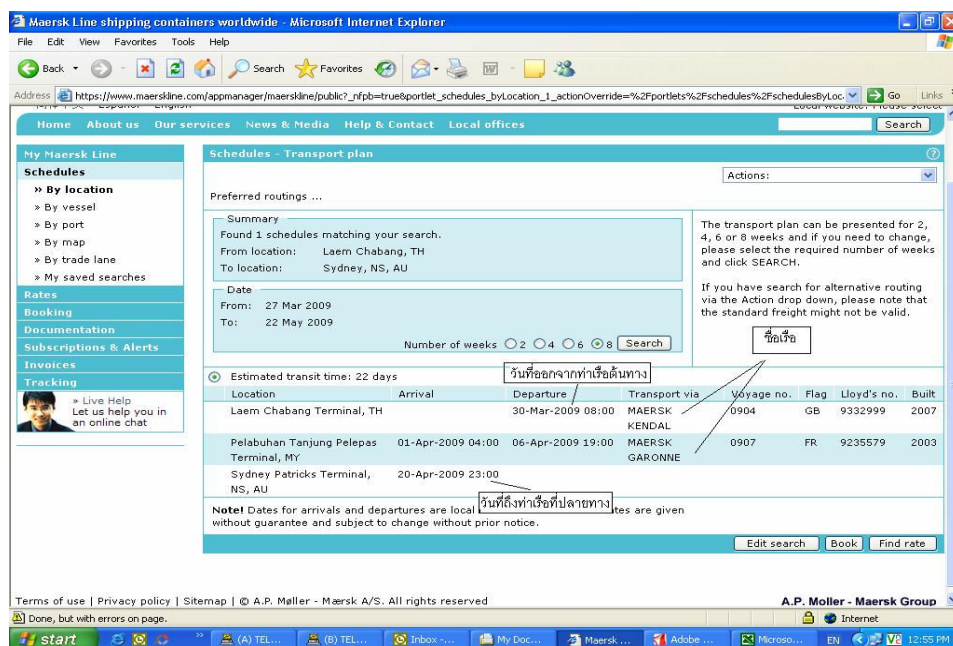
ขั้นตอนที่ 9. เมื่อได้รับการยืนยันในการจองพื้นที่ระวางสินค้าแล้วทางสายเรือจะทำการส่งใบ Booking Confirmation ดังภาพที่ 2.6 มาให้ทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ของผู้ให้บริการ



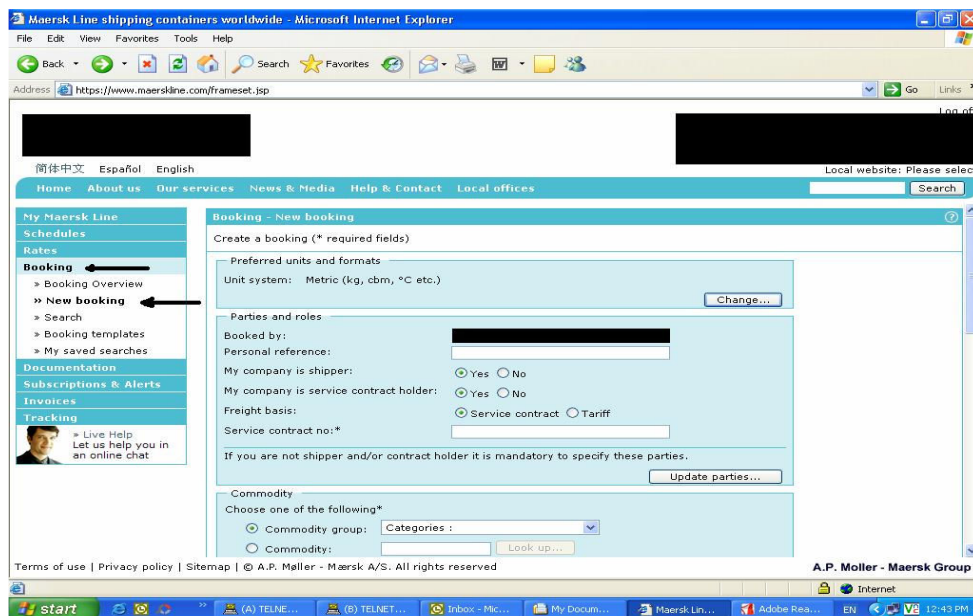
ภาพที่ 2.1.  
การใช้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้า



ภาพที่ 2.2.  
การใช้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้า, ขั้นตอนที่ 5



ภาพที่ 2.3.  
การใช้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้า, ขั้นตอนที่ 6



ภาพที่ 2.4.  
การใช้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้า, ขั้นตอนที่ 7

Maersk Line shipping containers worldwide - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Address <https://www.maerskline.com/frameset.jsp> Go Links

Log off

简体中文 Español English Local website: Please select

Home About us Our services News & Media Help & Contact Local offices

IO:\*  Look up...

Service to: ☒ Container yard ☐ Store door

Type: ☒ Earliest departure ☐ Latest arrival

Date:\* DD MM YYYY

☒ Standard transport plan  
☐ Transport plan based on vessel

Vessel:  View transport plan...

Specify references

Reference Type:  + Add reference...

Note to carrier...

Save as draft... Complete Cancel

Terms of use | Privacy policy | Sitemap | © A.P. Møller - Maersk A/S. All rights reserved A.P. Møller - Maersk Group

start (A) TEL... (B) TEL... Inbox... My Doc... Maersk... Adobe... Microsp... EN 12:44 PM

ภาพที่ 2.5.

การใช้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้า, ขั้นตอนที่ 8

**BOOKING CONFIRMATION**

Booking No.: 527688436 Print Date: 2009-03-24 02:28 UTC

Booked by Party	Service Mode	CVCY
Booked by Ref. No.	From	Larn Chang, Thailand
Service Contract	To	China
Contractual Container	Customer Cargo	ST REPS (THAILAND)
Ref. No.	Business Unit	Maersk (Singapore)

We thank you for your booking and enclose your booking details as follows:

CLOSING TIME: AFS MONDAY

ETD: FRI 12:00

OPS AT LKH1: FRI 17:00

CV AT SHCT: FRI 20:00

CV AT LCB: SAT 05:00

SI CUT OFF: MON 10:00

MOOP CUT OFF: FRI 12:00 MOOP = MULTIMODAL DO FORM

CONTACT AT LKH1: 66-2737001-3 CV: K.THERCHAI OPS: K.JARAN

CONTACT AT SHCT: 66-2754414 CV: K.KAMITA

CONTACT AT UNICON: 66-2758804 CV: K.JIT

CONTACT AT NHP: 66-2734500#22 CV: YUI

CONTACT CV AT LCB B1, A0: 66-3408800#22234 CV: K.WANIDA, K.SUPAWADEE

CONTACT AT KSC: 66-3445308#101 CV: K.CUNAN, K.EE

AFS - Problem ETD Monday

\*\*\* PLEASE RECHECK PICK UP AND RETURN DATE TO MATCH WITH ETD AND GIVEN FREE TIME TO AVOID DEMURRAGE AND DETENTION. \*\*\*

Quantity	Size/Type/Height	Wt (kg)	Collection	Sub. Equip.	Gross Weight	Pack. Qty/Unit	Cargo Volume
18	40 DRY 9'E				12000.000 KGS		48E/3000

From	To	Vessel	Voy No.	ETD	ETA
Larn Chang Port AD	Yokohama Terminal	MAERSK KONG	0901	2009-03-23	2009-03-24
Yokohama Terminal	Yokohama Terminal	MAERSK KONG	0901	2009-04-01	2009-04-08
Yokohama Terminal	Yokohama Terminal	MAERSK KONG	0901	2009-04-18	2009-04-21

Leg	Location	Release Date	Return Date	Time	Load Ref.
Empty Container	K.S.C. Container Depot	2009-03-18	00:00	00:00	
Return	Maersk Tung Saha Saha				
Return	Larn Chang Port AD				
Return	Larn Chang Port AD				
Return	Larn Chang Port AD				

Merchant Storage Release Reference: CASB

This document is subject to the terms, conditions and provisions of the governing Maersk Line Container Transport Bill of Lading. Please refer to the terms, conditions and provisions on the back of the Bill of Lading. The document is subject to the terms, conditions and provisions of the governing Maersk Line Container Transport Bill of Lading. Please refer to the terms, conditions and provisions on the back of the Bill of Lading. The document is subject to the terms, conditions and provisions of the governing Maersk Line Container Transport Bill of Lading. Please refer to the terms, conditions and provisions on the back of the Bill of Lading.

Page: 1/1

ภาพที่ 2.6.

การใช้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้า, ขั้นตอนที่ 9

ประโยชน์ของ E-Booking คือ ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถทราบข้อมูลตารางเวลาการขนส่ง รวมไปถึงลดข้อผิดพลาดอันเนื่องมาจากการไม่ได้รับข้อมูลของเจ้าหน้าที่รับจองพื้นที่ระวางสินค้าของบริษัทขนส่ง โดยปัจจุบันบริษัทขนส่งบางรายได้เริ่มมีการให้บริการในลักษณะนี้บ้างแล้ว ซึ่งจากการให้บริการในลักษณะนี้ย่อมเกิดผลกระทบต่อผู้ใช้บริการ กล่าวคือเปรียบเสมือนเป็นการบังคับให้ผู้ใช้บริการต้องเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้บริการไปจากเดิมเพื่อให้เข้ากับระบบของบริษัทขนส่งโดยปราศจากการศึกษาถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ ดังนั้นจึงเป็นที่มาของการใช้แบบจำลอง Technology Acceptance Model เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มในการยอมรับระบบ การให้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking) ของพนักงานในบริษัท K Kingdom ซึ่งเป็นบริษัทประกอบธุรกิจทางด้านตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ หรือ Freight Forwarder และเป็นผู้ให้บริการกับบริษัทขนส่งหลายๆ ราย เพื่อจองพื้นที่ระวางสินค้าให้กับบริษัทผู้ส่งออก

## 2.2 ผู้บริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder)

ผู้บริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) เป็นได้ทั้งกลุ่มบุคคลหรือบริษัทที่ให้บริการด้านการส่งสินค้าทั้งในประเทศ (Domestic or Local Freight Forwarder) และนอกประเทศ (International or foreign freight forwarder) โดยในการขนส่งภายในประเทศจะเป็นการจัดส่งสินค้าไปยังศุลกากรท้องถิ่นเพื่อการส่งออก หรือจัดส่งสินค้าจากศุลกากรท้องถิ่นไปยังลูกค้าในกรณีนำเข้า เป็นต้น (เพชรณี ดาวเรือง, 2548) ในกรณีการส่งสินค้าระหว่างประเทศ Freight Forwarder คือตัวแทนของผู้ส่งสินค้า (Shipper/Exporter) ในการดำเนินกิจกรรมเพื่อนำสินค้าจากผู้ส่งสินค้าไปมอบให้กับบริษัทผู้ขนส่ง (Common Carrier/Carrier) เพื่อให้บริษัทผู้ขนส่งดำเนินการนำสินค้าไปส่งมอบให้กับผู้รับสินค้า หรือที่เรียกว่า ผู้รับตราส่ง (Consignee/Importer) (สมศักดิ์ วิเศษเรืองโรจน์, 2550) โดยสามารถสรุปขั้นตอนการทำงานของบริษัท Freight Forwarder ได้ดังนี้ (ภาพที่ 2.7)

ขั้นตอนการทำงานของ Freight Forwarder (สุพจน์ ขววิวรรณ, 2549)

### 2.2.1. การให้บริการแก่ผู้ส่งออก

1. เลือกเส้นทางตลอดจนรูปแบบการขนส่ง และบริษัทผู้ขนส่ง (Carrier) ที่น่าเชื่อถือให้แก่ผู้ส่งออก

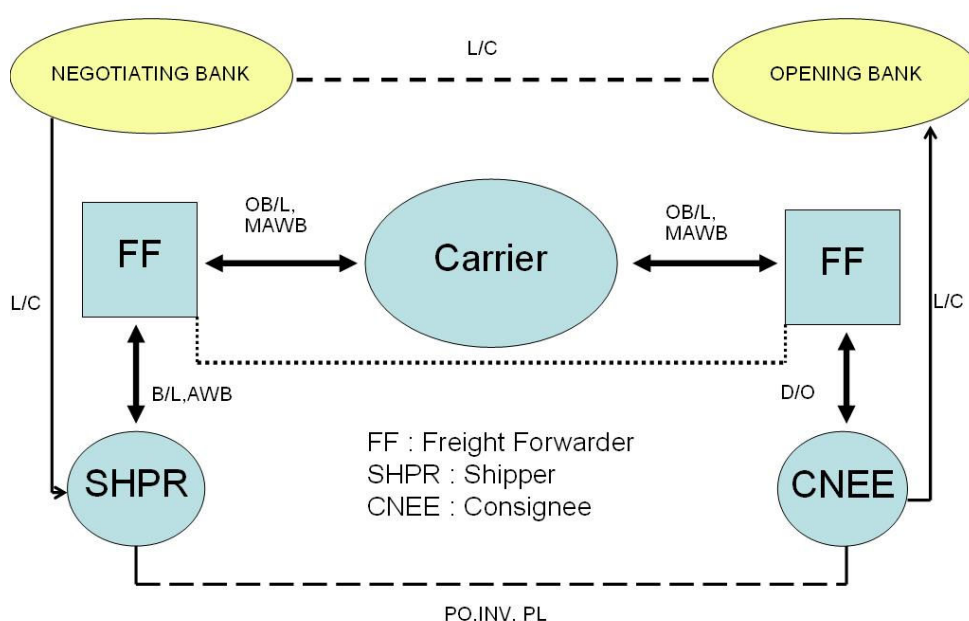
2. จอระวางเรือ เครื่องบิน ให้แก่ผู้ส่งออก
3. ส่งสินค้าและออกเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น B/L (ใบตราส่งสินค้าทางทะเล) Forwarder's Certificate of Receipt และ Forwarder's Certificate of Transport (ใบรับประกันการขนส่งสินค้าจากบริษัทตัวแทนขนส่ง) ฯลฯ ให้แก่ผู้ส่งออก
4. ศึกษาวิธีการจัดทำ L/C (เอกสารค้ำประกันสินค้า) กับธนาคาร และศึกษากฎระเบียบต่างๆของรัฐบาลที่บังคับใช้กับการส่งออกสินค้าในประเทศของผู้ส่งออก และในประเทศผู้นำเข้าตลอดจนในประเทศต่างๆเพื่อจัดเตรียมเอกสารต่างๆให้แก่ผู้ส่งออกอย่างครบถ้วน
5. บรรจุสินค้าให้แก่ผู้ส่งออก (ในกรณีที่ผู้ส่งออกมิได้บรรจุสินค้ามา) โดยคำนึงถึงเส้นทางที่สินค้าต้องผ่าน และธรรมชาติของสินค้า ตลอดจนกฎระเบียบต่างๆที่บังคับใช้ในประเทศของผู้ส่งออก (ถ้ามี) และประเทศที่สินค้าต้องผ่านเข้าไป จนถึงประเทศปลายทาง
6. จัดหาโกดังเพื่อเก็บสินค้า
7. วัดและชั่งน้ำหนักสินค้า
8. ทำประกันสินค้าให้ในกรณีที่ผู้ส่งออกต้องการ
9. ทำการส่งสินค้าไปยังท่าเรือ หรือ ท่าอากาศยาน และจัดแจงด้านพิธีการศุลกากร ตลอดจนดำเนินการเรื่องเอกสารต่างๆแก่ผู้ส่งออก
10. ชำระค่าธรรมเนียมและบริการอื่นๆรวมถึงค่าระวางแทนผู้ส่งออกไปก่อน
11. ตรวจสอบความถูกต้องในรายละเอียด ของเอกสารระหว่าง บริษัทผู้ขนส่ง (Carrier) และ ผู้ส่งออก ว่าตรงกันหรือไม่
12. รับใบตราส่งต้นฉบับ OB/L (ต้นฉบับใบตราส่งสินค้าทางทะเล) หรือ MAWB (ต้นฉบับใบตราส่งสินค้าทางอากาศ) จากบริษัทผู้ขนส่ง
13. ออกใบตราส่ง B/L(ใบตราส่งสินค้าทางทะเล) หรือ AWB (ใบตราส่งสินค้าทางอากาศ) ให้แก่ ผู้ส่งออก
14. ติดตามสินค้าที่จัดส่งไปตลอดเส้นทางเดินทางไปถึงมือผู้รับสินค้าที่ปลายทาง โดยการติดต่อสอบถามจากบริษัทผู้ขนส่ง (Carrier) และบริษัท Freight Forwarder ซึ่งเป็นตัวแทนบริษัทของเราเองที่ปลายทางตลอดเวลาการขนส่ง
15. บันทึกความเสียหายและความสูญหายที่เกิดขึ้นกับสินค้า (ถ้ามีเหตุการณ์เกิดขึ้น)
16. ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ส่งสินค้าในการดำเนินการเรียกร้องเงินค่าเสียหายจากผู้ขนส่งหรือบริษัทประกันภัยสำหรับความเสียหาย และสูญหายของสินค้าที่เกิดขึ้น

### 2.2.2. การให้บริการแก่ผู้รับสินค้า

1. ติดตามสินค้าแทนผู้รับสินค้าเมื่อผู้รับสินค้าเป็นผู้รับผิดชอบในการขนส่งสินค้า
2. ตรวจสอบเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการส่งสินค้า
3. รับสินค้าจากผู้ส่งสินค้า และชำระค่าระวางไปก่อน
4. ตรวจสอบความถูกต้องในรายละเอียด ของเอกสารระหว่าง Carrier และ ผู้นำเข้าว่าตรงกันหรือไม่
5. ดำเนินพิธีการศุลกากรและชำระเงินภาษี ค่าธรรมเนียม และค่าใช้จ่ายต่างๆ แก่ศุลกากรตลอดจนเจ้าหน้าที่ของทางอื่นๆ แทนผู้รับสินค้าไปก่อน
6. จัดการเรื่องการเก็บสินค้าเข้าโกดังระหว่างทาง ในกรณีที่สินค้าต้องมีการหยุดพักระหว่างทาง
7. จัดส่งสินค้าที่ผ่านพิธีการศุลกากรแล้ว ให้แก่ผู้รับสินค้า
8. ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ส่งสินค้าในการดำเนินการเรียกร้องเงินค่าเสียหายจากผู้ขนส่งหรือบริษัทประกันภัยสำหรับความเสียหาย และสูญหายของสินค้าที่เกิดขึ้น

ภาพที่ 2.7

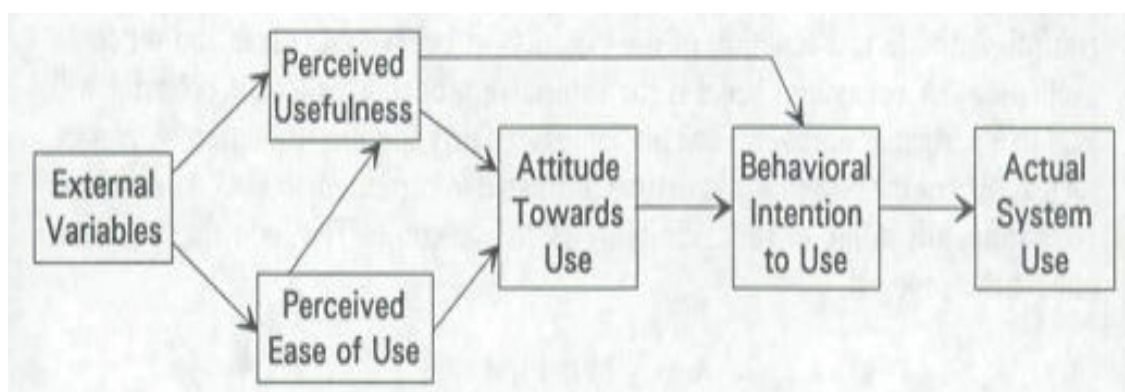
ความสัมพันธ์ในการทำงานของ Freight Forwarder



### 2.3 Technology Acceptance Model (TAM)



Technology Acceptance Model (TAM) ถูกพัฒนาขึ้นโดย Davis, F.D. (1989) ซึ่งเป็นการขยายองค์ความรู้ต่อจากทฤษฎี Theory of Reasoned Action (TRA) ของ Ajzen's และ Fishbein (1975) ที่เชื่อว่าการที่บุคคลจะลงมือประกอบพฤติกรรมใดนั้น สามารถทำนายได้จากการวัดความเชื่อ (Beliefs) ทศนคติ (Attitudes) และความตั้งใจกระทำ (Intention) ซึ่งท้ายสุดผลของความตั้งใจที่จะกระทำก็จะส่งผลให้เกิดการกระทำนั้นขึ้น และเพื่อใช้ในการอธิบาย หรือทำนายพฤติกรรมของผู้ใช้ในการยอมรับ หรือต้องการที่จะใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศนั้นๆ (Information Technology) Davis จึงนำมาศึกษาต่อจนได้เป็นแบบจำลอง TAM แสดงดังภาพที่ 2.8 โดยแบบจำลอง TAM สามารถอธิบายได้ถึงความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงระหว่างปัจจัยทั้งสองโครงสร้าง นั่นคือ



ภาพที่ 2.8

Technology Acceptance Model by Fred D.Davis, 1989, *MIS Quarterly*, 13, 3, 319-340

โครงสร้างที่ 1 ประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือ การรับรู้ว่ามีประโยชน์ (Perceived Ease of Use: PEOU) และการรับรู้ว่าย่่ายต่อการใช้ (Perceived Userfulness: PU)

โครงสร้างที่ 2 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร คือ ทศนคติของผู้ใช้ (Attitude Towards Use), ความตั้งใจที่จะใช้ (Behavioral Intention to use: BI) และพฤติกรรมการใช้จริง (Actual System Use)

1. Perceived ease of use (PEOU) คือ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

เป็นปัจจัยหลักที่สำคัญของ TAM ซึ่งหมายถึง ความเชื่อของผู้ใช้ที่คาดหวังต่อระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นมาใหม่และเป็นเป้าหมายจะใช้ ต้องมีความง่ายในการเรียนรู้ที่จะใช้งานและมีความเป็นอิสระจากประสบการณ์ (ไม่ใช่ที่เคยใช้อยู่บ่อยๆ แล้วจึงคิดว่าไม่ยาก)

## 2. Perceived Usefulness (PU) คือ การรับรู้ถึงประโยชน์

เป็นปัจจัยหลักที่สำคัญของ TAM อีกปัจจัย ซึ่งหมายถึง การวัดระดับขั้นของบุคคลที่เชื่อว่า ถ้าหากมีการใช้ระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นมาใหม่ ระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นมาใหม่นั้นจะทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานภายใต้บริบทขององค์กรที่ทำงานอยู่นั้นดียิ่งขึ้น

## 3. Attitude Towards Use คือ ทศนคติของผู้ใช้

เป็นเจตนาที่เกิดขึ้นจากผลของการรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ระบบ ซึ่งหากผู้ใช้รับรู้ว่าคุณประโยชน์หรือใช้งานง่าย ผู้ใช้ก็จะเกิดทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีนั้นซึ่งจะส่งผลต่อไปยังความตั้งใจที่จะใช้งานเทคโนโลยีนั้น (BI) ด้วย และท้ายที่สุดผู้ใช้อีกจะเห็นสมควรให้มีการใช้เทคโนโลยีนั้นจริง (Actual System Use)

ดังนั้นแบบจำลอง TAM จึงเป็นตัวบอกให้ทราบว่า การรับรู้ว่าคุณประโยชน์ (PU) และการรับรู้ความง่ายในการใช้ระบบ (PEOU) จะเป็นตัวทำนายทัศนคติที่มีต่อการใช้ระบบ ซึ่งหมายถึง ความสามารถทำนายความต้องการของผู้ใช้ที่มีต่อระบบ นอกจากนั้น PU ยังเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้ระบบ และความตั้งใจที่จะใช้ระบบก็จะเป็นตัวทำนายการยอมรับในการใช้ระบบจริง (Davis et al. 1989, Davis F.D. and Venkatesh V. 1995, Paul et al, 1999, Legris et al. 2003)

## 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัจจุบันมีหลายการศึกษาที่พบว่า TAM สามารถอธิบายและวัดคุณลักษณะของกลุ่มของผู้ใช้ ตัวเทคโนโลยี และองค์กร ที่แตกต่างกัน โดยผลที่ได้คือความสัมพันธ์ของ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (PEOU) และการรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) ที่ส่งผลต่อทัศนคติ (Attitude) และความตั้งใจที่จะใช้ (BI) ซึ่งผลของความสัมพันธ์ที่ได้ก็จะขึ้นอยู่กับ กลุ่มตัวอย่าง และรูปแบบของเทคโนโลยีด้วย ซึ่งสามารถศึกษาจากงานวิจัยที่ผ่านมาได้ดังนี้

Davis F.D. (1989), ได้คิดค้นแบบจำลอง TAM โดยปรับเปลี่ยนจากทฤษฎีของ Ajzen's และ Fishbein (1975) ที่ว่าด้วยเหตุผลของการกระทำ (Theory of Reasoned Action: TRA) โดยเลือกศึกษาผลของการใช้โปรแกรม Text-Editor กับนักศึกษาคณะ MBA จำนวน 107 ราย เพื่อคาดหวังการยอมรับ หรือปฏิเสธของผู้ใช้ในช่วงระยะเวลาสั้นๆ โดยพบว่าลักษณะของระบบ

มีผลอย่างมากต่อพฤติกรรมการใช้ภายใต้แบบจำลอง TAM ซึ่งปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันจากการศึกษาพบว่า

การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ (PEOU) จะส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) และทัศนคติ (Attitude) ของผู้ใช้ รวมไปถึงการรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) ด้วย

การรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) จะส่งผลโดยตรงกับทัศนคติ (Attitude) ของผู้ใช้ และการใช้จริงด้วย โดยทัศนคติก็นำมาซึ่งผลโดยตรงต่อการใช้อ้างอิงด้วยเช่นกัน

ซึ่งผลการวิจัยพบว่า รูปแบบของระบบที่ใช้งานได้ง่ายและมีประโยชน์จะมีผลทำให้ผู้ใช้เกิดทัศนคติที่ดีต่อระบบและเห็นว่าระบบนั้นสมควรแก่การนำมาใช้จริง

Subramanian G.H. (1994), ได้ใช้แบบจำลอง TAM เพื่อศึกษาถึงวัตถุประสงค์ที่ว่า

1. แบบจำลองนี้สามารถใช้ได้กับรูปแบบของระบบที่แตกต่างกัน
2. การรับรู้ถึงประโยชน์ และความง่ายในการใช้งาน จะถูกใช้เป็นตัวทำนายถึงการใช้

เทคโนโลยีสารสนเทศในอนาคต

โดยเลือกใช้เทคโนโลยี ระบบการบันทึกเสียงสนทนา (Voice mail system: ซึ่งจัดอยู่ในรูปแบบสนทนา) ศึกษากับพนักงาน 75 ราย และ ระบบการบันทึกข้อความภายหลังจากการสนทนาเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการอ้างอิง (Customer dial-up system: ซึ่งจัดอยู่ในรูปแบบของการเขียน) ศึกษากับ พนักงาน 104 ราย โดยผลจากการศึกษาพบว่า ทั้งสองระบบให้ผลที่ได้ออกมาในลักษณะเดียวกันภายใต้แบบจำลอง TAM คือ ความรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ (PEOU) ไม่มีผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) และ ความตั้งใจที่จะใช้ (BI) มีแต่เพียงการรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) ที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะใช้ (BI) ระบบทั้งสองเท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) เท่านั้นที่เป็นตัวปัจจัยสำคัญในการทำนายถึงการใช้ระบบในอนาคต โดยที่แบบจำลอง TAM สามารถประยุกต์ใช้ได้กับระบบที่แตกต่างและให้ผลออกมาคล้ายกัน

Lederer et al. (2000), ใช้แบบจำลอง TAM เพื่อศึกษาถึงจุดประสงค์ของผู้ที่ใช้บริการเว็บไซต์ (World-Wide-Web) ในการสืบค้นข้อมูลจำนวน 163 ราย โดยผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้

1. รูปแบบการนำเสนอของเว็บไซต์ (World-Wide-Web) ที่ง่ายแก่การเข้าใจและง่ายแก่การสืบค้นจะเป็นตัวทำนายถึงความง่ายในการใช้

2. คุณภาพของเนื้อหาในเว็บไซต์ (World-Wide-Web) จะเป็นตัวทำนายถึงประโยชน์ของเว็บไซต์ (World-Wide-Web)

จากการศึกษาพบว่า การศึกษาในครั้งสนับสนุนแบบจำลอง TAM กล่าวคือ การที่ผู้ใช้เลือกที่จะใช้เว็บไซต์ได้นั้น ขึ้นอยู่กับประโยชน์ของเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอที่ง่ายแก่การเข้าใจ ซึ่งตัวแปรทั้งสองจะส่งผลต่อ การรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) และการรับรู้ความง่ายในการใช้ (PEOU) ตามลำดับอีกด้วย

Igbaria et al. (1995), ศึกษาถึงว่าทำไมผู้คนถึงตัดสินใจที่จะใช้คอมพิวเตอร์กัน อย่างแพร่หลาย ทั้งตัวบุคคลเองและองค์กร สาเหตุที่ใช้แบบจำลอง TAM มาศึกษาถึงปัจจัยขั้นพื้นฐานที่ทำให้ผู้ใช้คอมพิวเตอร์เกิดการยอมรับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เนื่องมาจากมีงานวิจัยหลายงานที่ศึกษาถึงตัวแบบจำลองนี้ และด้วยเหตุผลที่ว่าผู้วิจัยต้องการที่จะทราบว่าสาเหตุหลักที่ผู้ใช้ส่วนใหญ่เลือกใช้คอมพิวเตอร์เนื่องมาจากว่า ใช้เพราะเทคโนโลยีนั้นให้ความบันเทิงหรือใช้เพราะเห็นว่ามันมีประโยชน์จึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยเลือกใช้แบบจำลอง TAM โดยเลือกศึกษากับผู้ใช้คอมพิวเตอร์จำนวน 450 ราย

ผลที่ได้พบว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งานคอมพิวเตอร์ (PEOU) และการรับรู้ถึงประโยชน์ของคอมพิวเตอร์ (PU) มีความสัมพันธ์ในทางบวกไปในทางเดียวกัน โดยที่ประชากรส่วนใหญ่เลือกใช้คอมพิวเตอร์เนื่องด้วยเห็นว่า คอมพิวเตอร์มีประโยชน์ที่จะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้เช่น เพิ่มผลผลิต เป็นต้น และพบว่าการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ (PEOU) จะส่งผลต่อการใช้คอมพิวเตอร์โดยตรงและมีผลในทางอ้อมต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) กล่าวคือ ผู้ใช้เห็นว่าเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ใช้งานง่ายก็น่าจะเป็นประโยชน์ต่อตัวผู้ใช้เองด้วย

Liao Z. and Landry R. Jr. (2000), ศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรพื้นฐานที่ส่งผลต่อการตอบรับ และนำไปสู่การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในองค์กรทางการเงิน โดยใช้มุ่งศึกษาปัจจัยทางด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) และการรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) ภายใต้แบบจำลอง TAM เป็นหลักโดยทำการส่งแบบสอบถามให้กับพนักงานธนาคารต่างๆ จำนวน 80 ราย ซึ่งแยกตัวแปรในแบบสอบถามได้ดังนี้

PU: การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เพิ่มประสิทธิผล โดยมองแค่สามส่วนคือ การยอมรับขององค์กร ความพึงพอใจของพนักงาน และ ความพึงพอใจของลูกค้า

PEOU: ความง่ายของการใช้งาน โดยมองที่สองส่วนคือ ความน่าเชื่อถือ และความรู้สึกเคยชินกับระบบ

โดยพบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) มีผลต่อผู้ใช่มากกว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้ (PEOU) ซึ่งอาจหมายถึงว่าพนักงานมีการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศเพราะเชื่อว่าจะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับตนเองและองค์กร ซึ่งเหตุผลหลักมาจากพนักงานมีความเชื่อว่า เทคโนโลยีใหม่จะมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ในขณะที่การรับรู้ความง่ายในการใช้ระบบ (PEOU) พบว่าความเคยชินกับระบบน่าจะสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้

Davis F.D. (1993), ได้ใช้แบบจำลอง TAM แสดงให้เห็นถึง กลไกที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้ในการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยอ้างเหตุผลที่ว่า เป้าหมายขององค์กรส่วนใหญ่เชื่อว่าการใช้ IT จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน แต่ถ้าเกิดผู้ใช้เลือกที่จะปฏิเสธระบบ IT ก็เท่ากับประสิทธิภาพในการทำงานก็จะสูญเสียไปโดยสิ้นเชิง ดังนั้นงานวิจัยของ Davis นี้จึงใช้ TAM มาศึกษาว่าทำไมผู้ใช้ถึงเลือกที่จะใช้ หรือปฏิเสธระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) และระบบ IT ลักษณะใดที่จะตอบสนองต่อการยอมรับของผู้ใช้มากที่สุดโดยเลือกศึกษากับผู้เชี่ยวชาญและหัวหน้าพนักงานจำนวน 112 ราย โดย IT ที่ใช้เป็นตัวอย่างคือเมลอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) และโปรแกรมพิมพ์งาน ซึ่งผู้วิจัยเชื่อว่าภายใต้แบบจำลอง TAM แล้ว การรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ (PEOU) น่าจะมีผลโดยตรงกับทัศนคติของผู้ใช้ซึ่งก็จะส่งผลต่อการใช้งานจริงด้วย ดังนั้นการออกแบบระบบ ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก ก็น่าจะมีผลทางอ้อมต่อทัศนคติและพฤติกรรมการใช้งานจริง เนื่องจากการออกแบบระบบจะมีผลโดยตรงต่อ PU และ PEOU

ผลที่ได้พบว่า การออกแบบระบบมีผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้ (PEOU) และการรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) และทัศนคติ (Attitude) ของผู้ใช้ และยังพบว่า การออกแบบระบบผู้ออกแบบระบบควรพิจารณาถึงความง่ายในการใช้งานด้วย และงานวิจัยครั้งนี้บ่งบอกอีกว่าไม่ใช่เพียงความง่ายในการเรียนรู้รูปแบบการใช้งานของตัวระบบเท่านั้น แต่ประโยชน์ของระบบก็มีส่วนในการตัดสินใจที่จะเลือกใช้อีกด้วย

Paul et al (1999). ได้ศึกษาเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ TAM ในการวัดผลของการยอมรับเทคโนโลยี โทรเวช (telemedicine) ของแพทย์ โดยสาเหตุที่เลือกใช้ TAM เนื่องจากมีงานวิจัยหลายๆ งานที่นำแบบจำลองตัวนี้ไปทดสอบกับตัวเทคโนโลยีกับกลุ่มผู้ใช้นั้นๆ ที่แตกต่าง

กัน แล้วได้ผลออกมาในลักษณะเดียวกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกที่จะนำแบบจำลองตัวนี้มาศึกษาถึงผลของการยอมรับในการใช้ โทรเวช ของแพทย์ และเนื่องด้วย TAM มีความสมบูรณ์ในการวัดเกี่ยวกับ การทดสอบทางจิตวิทยา จึงใช้แบบจำลองตัวนี้เพื่อจะตรวจสอบหาปัจจัยที่ทำให้แพทย์ยอมรับเทคโนโลยีโทรเวช ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) จะส่งผลโดยตรงต่อทัศนคติ (Attitude) ในขณะที่ส่วนของการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) ไม่ส่งผลต่อทัศนคติของแพทย์ ซึ่งผู้วิจัยได้ชี้แจงว่าถ้าแพทย์มีความเห็นว่า เทคโนโลยีโทรเวช มีประโยชน์จริง (PU) ก็ จะส่งผลต่อทัศนคติที่ดีของแพทย์แล้วจึงส่งผลให้แพทย์มีความตั้งใจที่จะใช้ โทรเวช ส่วนความยากง่ายในการใช้เทคโนโลยีโทรเวช ผู้วิจัยเห็นว่าแพทย์เป็นวิชาชีพที่สามารถเรียนรู้ได้เร็ว ความยากง่ายในการใช้เทคโนโลยีโทรเวชสำหรับแพทย์ จึงไม่น่าส่งผลต่อทัศนคติของแพทย์แต่อย่างใด และเนื่องด้วยเห็นว่าขั้นตอนในการทำให้เกิดการยอมรับที่ยากที่สุดคือช่วงแรก ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงเลือกศึกษาถึงแค่ ความตั้งใจที่จะใช้ เทคโนโลยีโทรเวชเท่านั้น

Chau et al. (2002), ได้ใช้แบบจำลอง TAM ศึกษาถึงผลที่สืบเนื่องมาจากการรับรู้ในการใช้ เทคโนโลยีโทรเวช (telemedicine) ในเชิงประจักษ์ กับแพทย์จำนวน 421 ราย พบว่าการรับรู้ถึงคุณประโยชน์ (PU) จะส่งผลต่อ ทัศนคติ (Attitude) และความตั้งใจที่จะใช้ (BI) โดยความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยีโทรเวช (BI) ก็มีผลมาจากทัศนคติ (Attitude) ด้วยเช่นกัน

Davis F.D. and Venkatech V. (1995), ได้ศึกษาถึงการวัดค่าของตัวแปรในส่วนของการรับรู้ถึงประโยชน์ของโปรแกรม Wordperfect และความยากง่ายในการใช้โปรแกรม Wordperfect โดยเลือกศึกษากับนักศึกษาจำนวน 195 ราย โดยแบ่งเป็นสองกลุ่มในการตอบแบบสอบถามเพื่อวัดผลของความแตกต่างในส่วนของความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของตัวแปร โดยผลของการศึกษาพบว่า ความเชื่อมั่น และความเที่ยงตรงของคำถาม ไม่ได้เกิดจากกลุ่มของนักศึกษา แต่เป็นผลเนื่องมาจากโครงสร้างของคำถามที่นำมาจากแบบจำลอง TAM เอง ซึ่งง่ายแก่การเข้าใจ โดยผลที่ได้ยังสนับสนุนแบบจำลอง TAM อีกด้วย กล่าวคือ การรับรู้ความง่ายในการใช้ (PEOU) มีผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) และความตั้งใจที่จะใช้ (BI) ในขณะที่การรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) ก็ยังส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้ (BI) ซึ่งท้ายสุดความตั้งใจที่จะใช้โปรแกรมก็สนับสนุนให้มีการใช้จริง (Usage)

Szajna B. (1996), ใช้แบบจำลอง TAM ทดสอบกับการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ของนักศึกษาจำนวน 61 ราย โดยแบ่งการทดสอบออกเป็นสองขั้นตอนของลักษณะ คือ วัดทัศนคติก่อนที่จะมีการใช้จริง กับวัดทัศนคติหลังจากมีการใช้จริง และเปรียบเทียบสิ่งที่วัดจากการรายงานการใช้โดยผู้ใช้อีก กับการวัดจากการใช้งานจริงของผู้ใช้

โดยภายหลังจากการศึกษาพบว่า ทัศนคติที่มีต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งก่อนและหลังการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ของนักศึกษาให้ผลสอดคล้องไปในทางเดียวกันคือ การรับรู้ความง่ายในการใช้ (PEOU) มีผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) และความตั้งใจที่จะใช้ (BI) ในขณะที่การรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) ก็ยังส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้ (BI) แต่การรับรู้ความง่ายในการใช้ (PEOU) และการรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) จะไม่ส่งผลต่อการนำมาใช้จริง (Usage) ดังนั้นงานวิจัยนี้ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า การบอกการใช้งานด้วยตัวเองอาจไม่สามารถนำมาใช้เป็นตัววัดการใช้งานจริงได้เสมอไป เพราะประสบการณ์ในการใช้งานจริงถือเป็นส่วนสำคัญต่อการวัดการใช้งานจริงภายใต้แบบจำลอง TAM

Legris et al. (2003), ได้ศึกษาแบบจำลอง TAM จากงานวิจัยอื่นๆ เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ 3 อย่างคือ

1. หาข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการวิธีการวิเคราะห์ผล
2. หาส่วนที่สอดคล้องหรือแตกต่างกัน
3. เพื่อแสดงให้เห็นถึงค่าที่ถูกแปลผลโดยแบบจำลองโดยผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า

ส่วนของการรับรู้ประโยชน์ (PU) พบว่าผลที่ได้เกิดจากความเชื่อที่ว่า

1. การใช้ระบบจะเพิ่มผลผลิตให้กับผู้ใช้
2. การใช้ระบบ จะเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน
3. การใช้ระบบจะเพิ่มความสะดวกสบายในการทำงาน
4. โดยรวมคือ ระบบมีประโยชน์ต่อการทำงาน

ส่วนของการรับรู้ความง่ายในการใช้ระบบ (PEOU) พบว่าผลที่ได้เกิดจากความเชื่อที่ว่า

1. การเรียนรู้ระบบจะทำให้การใช้ระบบง่ายขึ้น
2. ระบบจะใช้งานง่ายขึ้นเมื่อผู้ใช้รู้ว่าตนต้องการจะทำอะไร
3. การที่ระบบเข้มงวดหรือยืดหยุ่นจะมีผลต่อ ความง่ายในการใช้งาน

จากงานวิจัยเหล่านี้ จะเห็นได้ว่า ปัจจัยทั้ง 2 ปัจจัยหลักภายใต้แบบจำลอง TAM คือ การรับรู้ความง่ายในการใช้ (PEOU) และการรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) จะส่งผลที่แตกต่างกันต่อทัศนคติของผู้ใช้งานเทคโนโลยีนั้นๆ (Attitude) และความตั้งใจของตัวผู้ใช้งานที่จะใช้เทคโนโลยีนั้นๆ (Behavioral Intention) ก็ต่อเมื่อมีการปรับเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่าง และรูปแบบของเทคโนโลยีที่แตกต่างกัน โดยแต่ละงานวิจัยสามารถสรุปถึงผลที่ได้ ดังตารางที่ 2.1



ตารางที่ 2.1  
ผลที่ได้จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมา

ผู้วิจัย (ปีตีพิมพ์)	ตัวเทคโนโลยี	กลุ่มตัวอย่าง	ผลที่ได้
Davis F.D.(1989)	Text-editor	นักศึกษา 107 ราย	PU→Attitude, PU→Usage, PEOU→Attitude, PEOU→PU
Subramanian G.H. (1994)	Voice mail system, Customer dail-up system	พนักงาน 75 ราย	PU→BI, PU→Usage
Lederer et al. (2000)	World-Wide-Web	ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ 163 ราย	PU→Usage, PEOU→Usage
Davis F.D.(1993)	E-mail, Text-editor	ผู้จัดการและผู้เชี่ยวชาญ 112 ราย	PU→Attitude, PEOU→Attitude, PU→BI, Attitude→BI, BI→usage
Paul et al.(1999)	Telemedicine	แพทย์ 407 ราย	PU→Attitude, PEOU→Attitude, PU→BI, Attitude→BI
Chau et al. (2002)	Telemedicine	แพทย์ 421 ราย	PU→Attitude, PU→BI, Attitude→BI
Igbaria et al.(1995)	Micro-computer	ผู้ใช้คอมพิวเตอร์ 450 ราย	PEOU→PU, PEOU→Usage, PU→Usage
Liao and Landry (2000)	Information Technology in organization	พนักงานธนาคาร 80 ราย	PEOU→PU, PEOU→Usage, PU→Usage,
Davis and Venkatech (1995)	Wordperfect	นักศึกษา 195 ราย	PEOU→PU, PEOU→BI, PU→BI, BI→Usage
Szajna B. (1996)	E-mail	นักศึกษา 61 ราย	PEOU→PU, PEOU→BI, PU→BI, BI→Usage

ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้ จึงต้องการประยุกต์ใช้ตัวแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี หรือ TAM ว่าเมื่อมีการปรับเปลี่ยนในส่วนของคุณลักษณะเทคโนโลยีและกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผลของ PEOU และ PU ที่มีต่อ Attitude และ Behavioral Intention จะสอดคล้องกับงานวิจัยอื่นหรือไม่ และจะมีปัจจัยอะไรบ้างที่จะส่งผลต่อแนวโน้มการยอมรับการใช้เทคโนโลยี E-Booking นี้ ทางผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานขึ้นมาดังนี้ (แสดงดังภาพที่ 2.9)

H1: การรับรู้ถึงประโยชน์ของการให้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking) (PU) จะมีผลต่อทัศนคติ (Attitude) ในการใช้ระบบ การให้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking)

H2: การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ การให้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking) (PEOU) จะส่งผลต่อทัศนคติ (Attitude) ในการใช้ระบบ การให้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking)

H3: ทัศนคติ (Attitude) ที่มีต่อการใช้ระบบการให้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking) จะมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะใช้ระบบ การให้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking)

ภาพที่ 2.9

สมมติฐานของกรอบการวิจัย

