

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการยอมรับเทคโนโลยีการสำรองที่นับบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียในเขตกรุงเทพมหานคร ของผู้ที่เคยใช้ และจะใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่น่าสนใจในการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ในการแจกแบบสอบถามนั้น ได้ทำการแจกให้ผู้ที่ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียไปทั้งสิ้น 384 ชุด โดยแบ่งเป็นการแจกแบบสอบถามแบบออนไลน์ จำนวน 192 ชุด และอีก 192 ชุด เป็นการแจกแบบสอบถาม ณ สนามบินสุวรรณภูมิ

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

เป็นการวิเคราะห์คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ที่ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย โดยตัวแปรที่นำมาอธิบายในส่วนนี้ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และอาชีพ

ตารางที่ 4.1

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล

ลักษณะประชากร		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	114	29.7
	หญิง	270	70.3
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	2	.5
	21-30 ปี	268	69.8
	31-40 ปี	98	25.5
	41-50 ปี	16	4.2

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

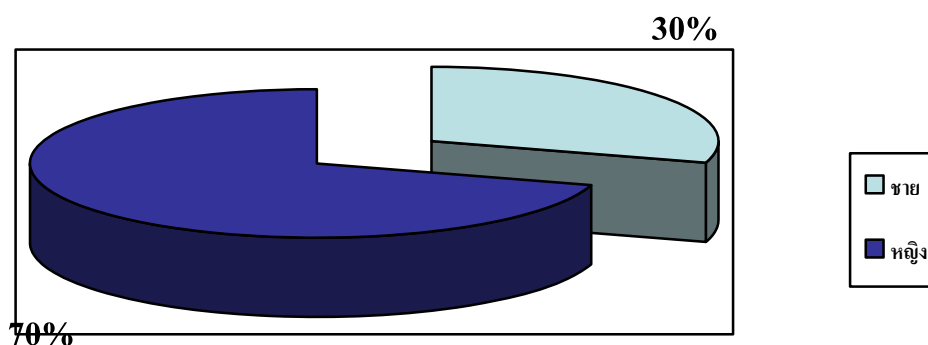
ลักษณะประชากร		จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	54	14.1
	10,000-30,000 บาท	249	64.8
	30,001-50,000 บาท	61	15.9
	50,001-70,000 บาท	10	2.6
	70,001-90,000 บาท	6	1.6
	90,001-110,000 บาท	2	0.5
	สูงกว่า 110,000 บาท	2	0.5
ระดับการศึกษาสูงสุด	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	9	2.3
	อนุปริญญา/ปวส.	5	1.3
	ปริญญาตรี	291	75.8
	ปริญญาโท	79	20.6
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	66	17.2
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	27	7.0
	พนักงานบริษัท/ห้างร้านของเอกชน	258	67.2
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	24	6.2
	รับจ้างงานอิสระ	9	2.3
เหตุผลในการเดินทาง	ท่องเที่ยว	284	74.0
	ธุรกิจ/ทำงาน	56	14.6
	เยี่ยมญาติ	28	7.3
	ศึกษา	8	2.1
	พักผ่อน	8	2.1

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นถึงข้อมูลทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 384 คน จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลได้ดังนี้

เพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาคือเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศจำนวนหญิง 270 คน คิดเป็นร้อยละ 70 ส่วนเพศชายมีจำนวน 114 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 30 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ภาพที่ 4.1

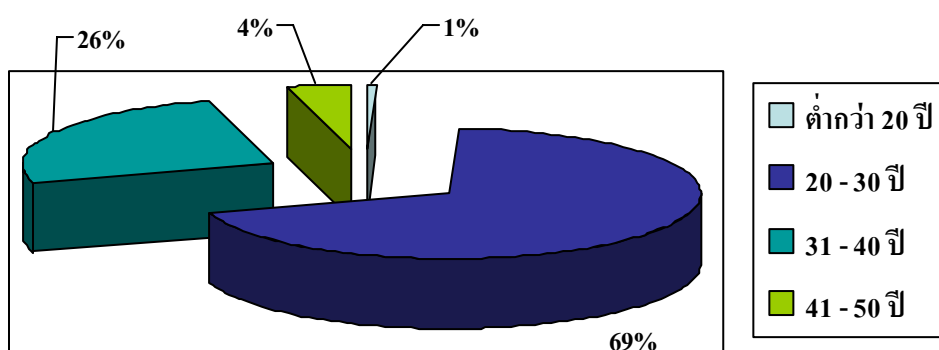
ค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการในเรื่องของเพศ



อายุ พบว่าข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เลือก มีช่วงอายุอยู่ในกลุ่ม 20-30 ปี มากที่สุด โดยมีจำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 69 โดยรองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 31-40 ปี มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 26 กลุ่มอายุ 41-50 ปี มีจำนวน 16 คนคิดเป็นร้อยละ 4 และกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 1

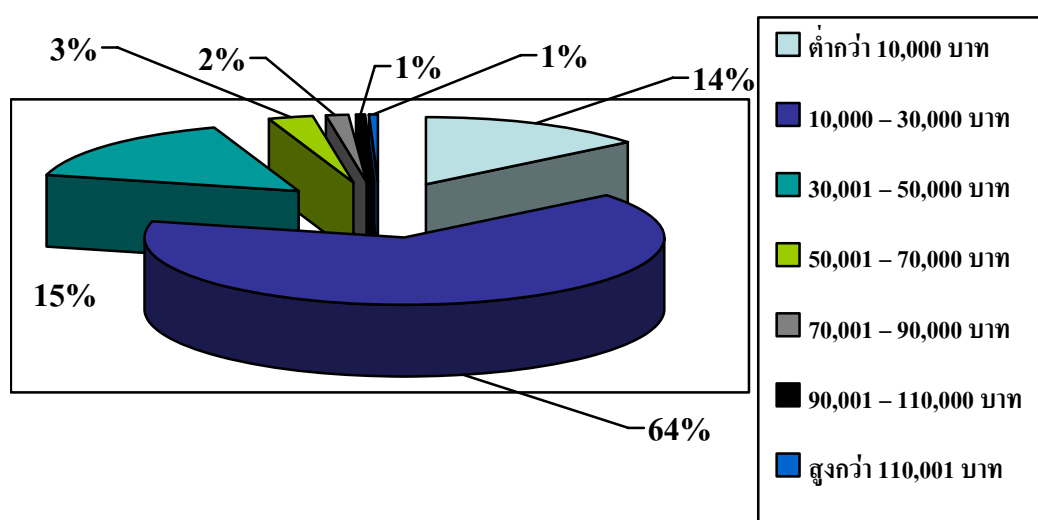
ภาพที่ 4.2

ค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการในเรื่องของอายุ



รายได้ส่วนบุคคล (ต่อเดือน) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีรายได้ส่วนบุคคล 10,000-30,000 บาท มีมากที่สุด โดยมีจำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมารายได้ส่วนบุคคล 30,001-50,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15 รายได้ส่วนบุคคล ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14 รายได้ส่วนบุคคล 50,001-70,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3 รายได้ส่วนบุคคล 70,001-90,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2 รายได้ส่วนบุคคล 90,001-110,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1 และ รายได้ส่วนบุคคลสูงกว่า 110,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1 เช่นกัน

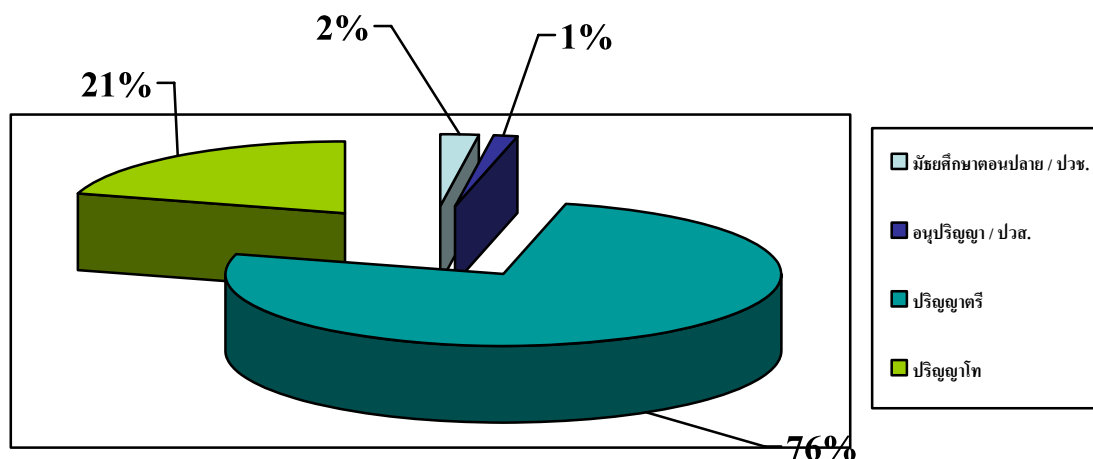
ภาพที่ 4.3
ค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการในเรื่องของ
รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน



ระดับการศึกษาสูงสุด พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี มากที่สุด โดยมีจำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 76 รองลงมาเป็นระดับปริญญาโท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 21 การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2 และ การศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1

ภาพที่ 4.4

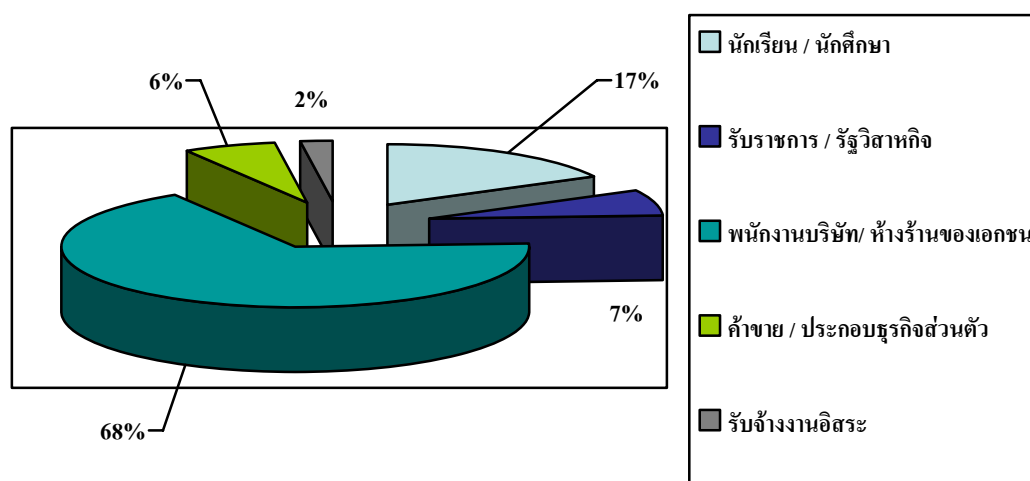
ค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการในเรื่องของระดับการศึกษาสูงสุด



อาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดคืออาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้านของเอกชน ซึ่งมีจำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 68 รองลงมาเป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 17 กลุ่มที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7 กลุ่มค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6 และกลุ่มสุดท้ายเป็นกลุ่มรับจ้างอิสระ มีจำนวน 9 คิดเป็นร้อยละ 2

ภาพที่ 4.5

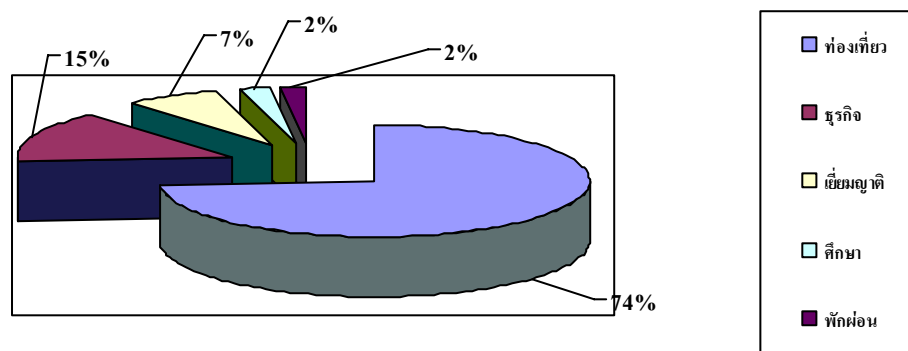
ค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้งานในเรื่องของอาชีพ



เหตุผลในการเดินทาง พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดคืออาชีพ ท่องเที่ยว ซึ่งมีจำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 74 รองลงมาเป็นธุรกิจ/ทำงาน มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 15 กลุ่มที่เยี่ยมญาติ มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7 กลุ่มศึกษาและพักผ่อน มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 เท่ากัน

ภาพที่ 4.6

ค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้งานในเรื่องของเหตุผลในการเดินทาง



การวิเคราะห์ระดับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อเจตนาในใช้บริการ

คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการจากการใช้บริการ (Perceived Usefulness) การรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้บริการ (Perceived Ease of Use) การคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการของบริการ (Security Concerns) การคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการ ของการให้บริการ (Privacy Concerns) การรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการ (Perceived Risk) และ เจตนาในใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย (Intention to Use) ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เป็น 5 ระดับ (Likert Scale) ในการประเมินค่าที่กำหนดคะแนนแต่ละระดับดังนี้

ระดับ 1 คะแนน	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับ 2 คะแนน	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ระดับ 3 คะแนน	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
ระดับ 4 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วย
ระดับ 5 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้ดังนี้		

1.00-1.80 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” ต่อปัจจัยกระทบกับทัศนคติในการตัดสินใจเลือกสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

1.81-2.60 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น “ไม่เห็นด้วย” ต่อปัจจัยกระทบกับทัศนคติในการตัดสินใจเลือกสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

2.61-3.40 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น “ไม่แน่ใจ” ต่อปัจจัยกระทบกับทัศนคติในการตัดสินใจเลือกสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

3.41-4.20 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น “เห็นด้วย” ต่อปัจจัยกระทบกับทัศนคติในการตัดสินใจเลือกสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

4.21-5.00 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” ต่อปัจจัยกระทบกับทัศนคติในการตัดสินใจเลือกสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

ปัจจัยการรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้บริการ (Perceived Ease of Use)

ตารางที่ 4.2

คะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย เกี่ยวกับระดับ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยการรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้บริการ

การรับรู้ถึงความสะดวก ในการใช้บริการ	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	ความหมาย
	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง			
คะแนนเฉลี่ยรวม						3.64	0.783	เห็นด้วย
1.1 ท่านคิดว่าการเรียนรู้ ขั้นตอนในการสำรอง ที่นั่งบัตรโดยสาร เครื่องบินทางเว็บไซต์ ของสายการบินไทย แอร์เอเชียเป็นเรื่อง ง่าย	4 1.0%	22 5.7%	122 31.8%	198 51.6%	38 9.9%	3.64	0.780	เห็นด้วย
1.2 ท่านคิดว่าการทำ รายการสำรองที่นั่ง บัตรโดยสาร เครื่องบินทางเว็บไซต์ ของสายการบินไทย แอร์เอเชียเป็นเรื่อง ง่าย	5 1.3%	32 8.3%	113 29.4%	180 46.9%	54 14.1%	3.64	0.871	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของปัจจัยการรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้บริการที่ส่งผลกระทบต่อเจตนาในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย พบว่า การเรียนรู้ขั้นตอนในการสำรองที่นั่งบัตรโดยสาร

เครื่องบินทางเว็บไซต์เป็นเรื่องง่าย และการทำรายการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์เป็นเรื่องง่าย อยู่ในระดับเห็นด้วย มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 เท่ากัน

ภาพรวมความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อโครงการที่มีต่อปัจจัย การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้บริการนั้นอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการ (Perceived Usefulness)

ตารางที่ 4.3

คะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย เกี่ยวกับระดับ

ความคิดเห็นต่อปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการ

การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการ	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	ความหมาย
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
คะแนนเฉลี่ยรวม						3.66	0.619	เห็นด้วย
2.1 ท่านคิดว่าการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์มีความสะดวก รวดเร็วและคล่องตัว	2 0.5%	22 5.7%	95 24.7%	185 48.2%	80 20.8%	3.83	0.840	เห็นด้วย
2.2 ท่านคิดว่าการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ทำให้ได้ราคาที่ถูกกว่าช่องทางอื่น ๆ เช่น ตัวแทนจำหน่าย, Call Center, โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น	9 2.3%	28 7.3%	156 40.6%	125 32.6%	66 17.2%	3.55	0.938	เห็นด้วย

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

การรับรู้ถึงประโยชน์ ในการใช้บริการ	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	ความ หมาย
	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง			
2.3 ท่านคิดว่าการ สำรองที่นั่งบัตร โดยสารเครื่องบิน ทางเว็บไซต์ของสาย การบินไทยแอร์ เอเชีย ง่ายกว่าการ สำรองที่นั่งผ่าน ช่องทางอื่น ๆ เช่น ตัวแทนจำหน่าย, Call Center, โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น	15 3.6%	45 11.7%	132 34.4%	146 38.0%	47 12.2%	3.43	0.973	เห็น ด้วย
2.4 ท่านคิดว่าในระบบ การสำรองที่นั่งบัตร โดยสารเครื่องบิน ทางเว็บไซต์จะมี ประสิทธิภาพอย่าง เต็มที่	0 0.00%	21 5.5%	186 48.4%	144 37.5%	33 8.6%	3.49	0.730	เห็น ด้วย
2.5 โดยรวมแล้ว ท่าน คิดว่าการสำรองที่นั่ง บัตรโดยสาร เครื่องบินทาง เว็บไซต์มีประโยชน์	0 0.00%	16 4.2%	71 18.5%	207 53.9%	90 23.4%	3.97	0.766	เห็น ด้วย

จากตารางที่ 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการที่ส่งผลกระทบต่อเจตนาในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย พบว่า โดยรวมแล้ว คิดว่าการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์มีประโยชน์ อยู่ในระดับที่เห็นด้วย โดยมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.97 รองลงมาคือปัจจัยเรื่องการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์มีความสะดวกรวดเร็ว และคล่องตัว โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ปัจจัยเรื่องการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ทำให้ได้ราคาที่ถูกกว่าช่องทางอื่น ๆ เช่น ตัวแทนจำหน่าย, Call Center, โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ส่วนอีกสองปัจจัยคือ ระบบการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์จะมีประสิทธิภาพอย่างเต็มที่ และการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย ง่ายกว่าการสำรองที่นั่งผ่านช่องทางอื่น ๆ เช่น ตัวแทนจำหน่าย, Call Center, โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และ 3.43 ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับเห็นด้วย

ภาพรวมความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อโครงการที่มีต่อปัจจัย การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการนั้นอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

ปัจจัยการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการ (Perceived Risk)

ตารางที่ 4.4

คะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย เกี่ยวกับระดับ

ความคิดเห็น ต่อปัจจัยการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการ

การรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการ	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	ความหมาย
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
คะแนนเฉลี่ยรวม						3.29	0.689	ไม่แน่ใจ
3.1 ท่านคิดว่าการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์มีความเสี่ยงกว่าช่องทางอื่น ๆ เช่น ตัวแทนจำหน่าย, Call Center, โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น	9 2.3%	97 25.3%	183 47.7%	79 20.6%	16 4.2%	2.99	0.849	ไม่แน่ใจ
3.2 ท่านคิดวาระหว่างการทำรายการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์อาจเกิดปัญหาที่ท่านไม่ได้คาดคิดได้ เช่น เครือข่ายอินเทอร์เน็ตขัดข้อง เป็นต้น	1 0.3%	33 8.6%	143 37.2%	154 40.1%	53 13.8%	3.59	0.841	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของปัจจัยการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการที่ส่งผลกระทบต่อเจตนาในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย พบว่า ปัจจัยคิดวาระหว่างการทำรายการสำรองที่นั่งบัตร

โดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์อาจเกิดปัญหาที่ท่านไม่ได้คาดคิดได้ เช่น เครือข่ายอินเทอร์เน็ตขัดข้อง เป็นต้น อยู่ในระดับที่เห็นด้วย โดยมีคะแนนเฉลี่ยที่ 3.59 ส่วนปัจจัยที่คิดว่าการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์มีความเสี่ยงกว่าช่องทางอื่น ๆ เช่น ตัวแทนจำหน่าย, Call Center, โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น กลับอยู่ในระดับไม่แน่ใจ โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.99

ภาพรวมความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อโครงการที่มีต่อปัจจัยการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการนั้นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.29

ปัจจัยเจตนาในการใช้บริการ (Intention to Use)

ตารางที่ 4.5

คะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย เกี่ยวกับระดับ

ความคิดเห็น ต่อปัจจัยเจตนาในการใช้บริการ

เจตนาในการใช้งานเทคโนโลยี	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	ความหมาย
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
คะแนนเฉลี่ย						3.61	0.803	เห็นด้วย
4.1 ท่านมีความสนใจที่จะทำการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียในการเดินทางครั้งต่อไป	13 3.4%	10 2.6%	141 36.7%	174 45.3%	46 12.0%	3.60	0.858	เห็นด้วย
4.2 เมื่อท่านได้ทำการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียแล้ว ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้ด้วย	8 2.1%	11 2.9%	144 37.5%	174 45.3%	47 12.2%	3.63	0.814	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเจตนาในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย พบว่าทั้งสองปัจจัยคือ เมื่อได้ทำการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์แล้ว แนะนำให้ผู้อื่นใช้ด้วย และมีความสนใจที่จะทำการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ในการเดินทางครั้งต่อไป อยู่ในระดับที่เห็นด้วย โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.63 และ 3.60 ตามลำดับ

ภาพรวมความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อโครงการที่มีต่อเจตนาในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียนั้นอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.61

ปัจจัยการคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการ (Security Concerns)

ตารางที่ 4.6

คะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย เกี่ยวกับ
ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการคำนึงถึงความปลอดภัย
ในการใช้บริการ

การคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการ	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	ความหมาย
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
คะแนนเฉลี่ย						3.42	0.714	เห็นด้วย
4.1 ท่านไม่คิดว่าท่านจะเป็นเพียงผู้เดียวที่สามารถ login เข้าระบบเพื่อสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ (Authentication)	15 3.9%	43 11.2%	161 41.9%	98 25.5%	67 17.4%	3.41	1.026	เห็นด้วย

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

การคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการ	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	ความหมาย
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
4.2 ท่านไม่คิดว่าข้อมูลในระบบการสำรองที่นั้งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์จะถูกเก็บเป็นความลับ โดยระบบควบคุมความปลอดภัย (Confidentiality)	6 1.6%	48 12.5%	133 34.6%	119 31.0%	78 20.3%	3.56	1.000	เห็นด้วย
4.3 ท่านไม่คิดว่าเมื่อท่านทำรายการสำรองที่นั้งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์แล้ว ท่านไม่สามารถปฏิเสธการทำรายการได้อีก (Non-Repudiation)	17 4.4%	44 11.5%	215 56.0%	72 18.8%	36 9.4%	3.17	0.909	ไม่แน่ใจ
4.4 ท่านไม่คิดว่าข้อมูลในระบบการสำรองที่นั้งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์จะมี ความถูกต้องแม่นยำ โดยระบบควบคุมความปลอดภัย (Data Integrity)	9 2.3%	25 6.5%	169 44.0%	132 34.4%	49 12.8%	3.49	0.882	เห็นด้วย

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

การคำนึงถึงความ ปลอดภัยในการใช้บริการ	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	ความ หมาย
	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง			
4.5 ท่านไม่คิดว่าในระบบ การสำรองที่นั้งบัตร โดยสารเครื่องบินทาง เว็บไซต์จะมีระบบ ควบคุมความปลอดภัย เพื่อการป้องกันการโกง ได้	10 2.6%	40 10.4%	178 46.4%	82 21.4%	74 19.3%	3.44	1.000	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.6 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของปัจจัยการคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการที่ส่งผลกระทบต่อการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการสำรองที่นั้งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียพบว่า ปัจจัยในระบบการสำรองที่นั้งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ข้อมูลจะถูกเก็บเป็นความลับ (Confidentiality) มีระบบควบคุมความปลอดภัยเพื่อการป้องกันการโกงได้ ข้อมูลในระบบการสำรองที่นั้งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์จะมีความถูกต้องแม่นยำ (Data Integrity) และ ผู้ใช้จะเป็นเพียงผู้เดียวที่สามารถ login เข้าระบบเพื่อสำรองที่นั้งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ (Authentication) อยู่ในระดับที่เห็นด้วย โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.56, 3.49 3.44 และ 3.41 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยเมื่อทำการสำรองที่นั้งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์แล้ว จะไม่สามารถปฏิเสธการทำรายการได้อีก (Non-Repudiation) อยู่ในระดับที่ไม่แน่ใจ โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.17

ภาพรวมความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อโครงการที่มีต่อการคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการนั้นอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

ปัจจัยการคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการ (Privacy Concerns)

ตารางที่ 4.7

คะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย เกี่ยวกับ

ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการคำนึงถึงความเป็น

ส่วนตัวในการใช้บริการ

การคำนึงถึงความเป็น ส่วนตัวในการใช้บริการ	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	ความ หมาย
	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง			
คะแนนเฉลี่ย						3.36	0.656	ไม่แน่ใจ
4.1 ท่านกังวลที่จะต้องให้ ข้อมูลส่วนบุคคลในการ สำรองที่นั่งบัตรโดยสาร เครื่องบินทางเว็บไซต์ เช่น ชื่อ.สกุล ที่อยู่ เลข บัตรเครดิต เป็นต้น (Collection)	5 1.3%	37 9.6%	117 30.5%	162 42.2%	63 16.4%	3.63	0.914	เห็นด้วย
4.2 ท่านคิดว่าข้อมูล ส่วนบุคคลที่ถูกเก็บไว้ ในฐานข้อมูลจะไม่ได้รับ การป้องกัน (Unauthorised Access)	12 3.1%	56 14.6%	179 46.6%	103 26.8%	34 8.9%	3.24	0.916	ไม่แน่ใจ
4.3 ท่านคิดว่าข้อมูล ส่วนบุคคลที่ท่านให้ไว้ ในฐานข้อมูลจะไม่มี ความถูกต้อง (Error)	12 3.1%	86 22.4%	173 45.1%	92 24.0%	21 5.5%	3.06	0.897	ไม่แน่ใจ

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

การคำนึงถึงความเป็น ส่วนตัวในการใช้บริการ	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	ความ หมาย
	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง			
4.4 ท่านคิดว่าข้อมูลส่วนบุคคลจะถูกนำไปใช้ในจุดประสงค์อื่น ๆ นอกเหนือจากการสำรองที่นึ่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ เช่น นำไปเป็นฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัทบัตรเครดิต หรือ บริษัทประกันชีวิต เป็นต้น (Secondary Use)	8 2.1%	41 10.7%	135 35.2%	145 37.8%	55 14.3%	3.52	0.937	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.7 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของปัจจัยการคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการที่ส่งผลกระทบต่อการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการสำรองที่นึ่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียพบว่า ปัจจัยที่ว่าผู้ใช้กังวลที่จะต้องให้ข้อมูลส่วนบุคคลในการสำรองที่นึ่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ เช่น ชื่อ-สกุล ที่อยู่ เลขบัตรเครดิต เป็นต้น (Collection) และคิดว่าข้อมูลส่วนบุคคลจะถูกนำไปใช้ในจุดประสงค์อื่น ๆ นอกเหนือจากการสำรองที่นึ่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ เช่น นำไปเป็นฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัทบัตรเครดิต หรือ บริษัทประกันชีวิต เป็นต้น (Secondary Use) มีคะแนนเฉลี่ยที่ 3.63 และ 3.52 ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในช่วงคะแนน ในระดับเห็นด้วย ส่วนอีกสองปัจจัยอยู่ในระดับที่ไม่เห็นด้วย คือ คิดว่าข้อมูลส่วนบุคคลที่ถูกเก็บไว้ในฐานข้อมูลจะไม่ได้รับการป้องกัน (Unauthorised Access) และคิดว่าข้อมูลส่วนบุคคลที่ท่านให้ไว้ในฐานข้อมูลจะไม่มี ความถูกต้อง (Error) มีคะแนนเฉลี่ยที่ 3.24 และ 3.06 ตามลำดับ

ภาพรวมความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อโครงการที่มีต่อปัจจัยการคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการนั้นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

**การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา
อาชีพ รายได้ และข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การสำรองที่นั่ง
บัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบิน
ไทยแอร์เอเชีย ที่มีผลต่อความคิดเห็น
ในเรื่องปัจจัยที่ทำการศึกษา**

ผู้วิจัยได้ศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้งานที่มีต่อแต่ละปัจจัย โดยจำแนกตามลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง ที่จำแนก 2 กลุ่ม ใช้ค่า t- Test และตัวกลุ่มตัวอย่าง ที่จำแนกตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป ใช้ค่า F- Test ด้วยการวิเคราะห์ One Way Anova เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของแต่ละกลุ่ม

ตารางที่ 4.8

การเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยและความแตกต่างระหว่างทัศนคติ
ที่มีต่อแต่ละปัจจัยที่ทำการศึกษา โดยจำแนกตามเพศ

เพศ	เพศชาย		เพศหญิง		Sig.	t- Test	P-Value
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.			
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้บริการ	3.95	0.732	3.51	0.768	0.028	5.379	0.000
การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการ	3.85	0.629	3.57	0.597	0.381	4.194	0.000
การรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการ	3.34	0.779	3.26	0.648	0.001	0.932	0.353
เจตนาในการใช้บริการ	3.72	0.614	3.57	0.867	0.001	2.012	0.045
การคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการ	3.34	0.678	3.45	0.727	0.024	-1.405	0.161
การคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการ	3.50	0.696	3.30	0.630	0.784	2.642	0.009

จากตารางที่ 4.8 ได้แสดงให้เห็นว่าค่า P-Value ในแต่ละปัจจัยในเรื่องของเพศของผู้ตอบแบบสอบถามแล้วพบว่า ทุกปัจจัยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ได้ตั้งไว้คือ ที่ระดับ 0.05

ยกเว้นปัจจัยในเรื่องของการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการ และเรื่องการคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการ คือ 0.353 และ 0.161 ซึ่งทำให้สามารถสรุปได้ว่าเรื่องของเพศของผู้ใช้งานจากกลุ่มตัวอย่าง มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นระหว่างปัจจัยทุกปัจจัยที่นำมาศึกษา ยกเว้นปัจจัยในเรื่องของการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการ และเรื่องการคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.9

การเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อแต่ละปัจจัย
ที่ทำการศึกษา ระหว่างกลุ่มอายุต่าง ๆ

อายุ	Df	Sum of Squares	Mean Square	F	P-Value
การรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	3	4.003	1.334	2.193	0.088
ภายในกลุ่ม	380	231.182	0.608		
รวม	383	235.185			
การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	3	4.554	1.518	4.053	0.007
ภายในกลุ่ม	380	142.338	0.375		
รวม	383	146.892			
การรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	3	1.087	0.362	0.761	0.516
ภายในกลุ่ม	380	180.866	0.476		
รวม	383	181.952			
เจตนาในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	3	14.008	4.669	7.621	0.000
ภายในกลุ่ม	380	323.814	0.613		
รวม	383	246.822			

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

อายุ	Df	Sum of Squares	Mean Square	F	P-Value
การคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	3	1.368	0.456	0.894	0.445
ภายในกลุ่ม	380	193.944	0.510		
รวม	383	195.312			
การคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	3	4.676	1.559	3.705	0.012
ภายในกลุ่ม	380	159.870	0.421		
รวม	383	164.546			

ผลสรุปจากตารางที่ 4.9 ได้แสดงให้เห็นว่าค่า P-Value ในแต่ละปัจจัยในเรื่องของอายุของผู้ตอบแบบสอบถามแล้วพบว่า การรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการ การคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้บริการ ได้ค่า P-Value เท่ากับ 0.516 0.445 และ 0.088 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด $\alpha = 0.05$ แต่เรื่องการคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการ และเจตนาในการใช้งาน ได้ค่า P-Value เท่ากับ 0.012, 0.007 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด $\alpha = 0.05$ จึงสามารถสรุปได้ว่าค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่มอายุต่อปัจจัยเรื่องการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการ การคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้บริการ ไม่มีความแตกต่างกัน แต่เรื่องการคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการ และเจตนาในการใช้งาน มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.10

การเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อแต่ละปัจจัย
 ที่ทำการศึกษา ระหว่างกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 ในระดับต่าง ๆ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Df	Sum of Squares	Mean Square	F	P-Value
การรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	6	6.874	1.146	1.892	0.081
ภายในกลุ่ม	377	228.311	0.606		
รวม	383	235.185			
การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	6	1.835	0.306	0.795	0.574
ภายในกลุ่ม	377	145.056	0.385		
รวม	383	146.892			
การรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	6	7.185	1.197	2.583	0.018
ภายในกลุ่ม	377	174.768	0.464		
รวม	383	181.952			
เจตนาในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	6	12.928	2.155	3.473	0.002
ภายในกลุ่ม	377	233.895	0.620		
รวม	383	246.822			
การคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการระหว่างกลุ่ม					
ระหว่างกลุ่ม	6	1.344	0.224	0.435	0.855
ภายในกลุ่ม	377	193.969	0.515		
รวม	383	195.312			
การคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	6	9.058	1.510	3.660	0.002
ภายในกลุ่ม	377	155.488	0.412		
รวม	383	164.546			

ผลสรุปจากตารางที่ 4.10 ได้แสดงให้เห็นว่าค่า P-Value ในแต่ละปัจจัยในเรื่องของ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามแล้วพบว่า เรื่องการคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้ บริการ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้บริการ ได้ค่า P-Value เท่ากับ 0.855 0.574 และ 0.081 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด $\alpha = 0.05$ แต่ เรื่องการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการ เจตนาในการใช้งาน และการคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการ ได้ค่า P-Value เท่ากับ 0.018, 0.002 และ 0.002 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด $\alpha = 0.05$ จึงสามารถสรุปได้ว่าค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อปัจจัยเรื่องการคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้ บริการ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้บริการ ไม่มีความแตกต่างกัน แต่เรื่องการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการ เจตนาในการใช้งาน และการคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการ มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.11

การเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อแต่ละปัจจัยที่
ทำการศึกษา ระหว่างกลุ่มระดับการศึกษาในระดับต่าง ๆ

ระดับการศึกษา	Df	Sum of Squares	Mean Square	F	P-Value
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	3	6.248	2.083	3.457	0.017
ภายในกลุ่ม	380	228.937	0.602		
รวม	383	235.185			
การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	3	12.036	4.012	11.305	0.000
ภายในกลุ่ม	380	134.855	0.355		
รวม	383	146.892			
การรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	3	4.099	1.366	2.919	0.034
ภายในกลุ่ม	380	177.854	0.468		
รวม	383	181.952			

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ระดับการศึกษา	Df	Sum of Squares	Mean Square	F	P-Value
เจตนาในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	3	4.238	1.413	2.213	0.086
ภายในกลุ่ม	380	242.585	0.638		
รวม	383	246.822			
การคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	3	1.104	0.368	0.720	0.541
ภายในกลุ่ม	380	194.209	0.511		
รวม	383	195.312			
การคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	3	3.185	1.062	2.500	0.059
ภายในกลุ่ม	380	161.361	0.425		
รวม	383	164.546			

ผลสรุปจากตารางที่ 4.11 ได้แสดงให้เห็นว่าค่า P-Value ในแต่ละปัจจัยในเรื่องของระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามแล้วพบว่า เรื่องการคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการ เจตนาในการใช้บริการ และการคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการ ได้ค่า P-Value เท่ากับ 0.541 0.086 และ 0.059 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด $\alpha = 0.05$ แต่เรื่องการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้บริการ และการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการ ได้ค่า P-Value เท่ากับ 0.034, 0.017 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด $\alpha = 0.05$ จึงสามารถสรุปได้ว่าค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาต่อปัจจัยเรื่องเรื่องการคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการ เจตนาในการใช้บริการ และการคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการ ไม่มีความแตกต่างกัน แต่เรื่องการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้บริการ และการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการ มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.12

การเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อแต่ละปัจจัยที่
 ทำการศึกษา ระหว่างกลุ่มอาชีพในระดับต่าง ๆ

อาชีพ	Df	Sum of Squares	Mean Square	F	P-Value
การรับรู้ถึงง่ายในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	4	1.279	0.320	0.518	0.722
ภายในกลุ่ม	379	233.906	0.617		
รวม	383	235.185			
การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	4	2.607	0.652	1.712	0.174
ภายในกลุ่ม	379	144.284	0.381		
รวม	383	146.892			
การรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	4	2.470	0.617	1.304	0.268
ภายในกลุ่ม	379	179.483	0.474		
รวม	383	181.952			
เจตนาในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	4	5.043	1.261	1.976	0.097
ภายในกลุ่ม	379	241.780	0.638		
รวม	383	246.822			
การคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	4	2.069	0.517	1.015	0.400
ภายในกลุ่ม	379	193.243	0.510		
รวม	383	195.312			
การคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการระหว่างกลุ่ม					
ระหว่างกลุ่ม	4	9.738	2.435	5.960	0.000
ภายในกลุ่ม	379	154.808	0.408		
รวม	383	164.546			

ผลสรุปจากตารางที่ 4.12 ได้แสดงให้เห็นว่าค่า P-Value ในแต่ละปัจจัยในเรื่องของอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามแล้วพบว่า ทุกปัจจัยมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ยกเว้นเรื่องการคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการ โดยได้ค่า P-Value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่มอาชีพต่อทุกปัจจัยที่ทำการศึกษาไม่มีความแตกต่างกัน ยกเว้นเรื่องการคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการ ที่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.13

การเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อแต่ละปัจจัยที่
ทำการศึกษา ระหว่างกลุ่มของเหตุผลในการเดินทาง

เหตุผลในการเดินทาง	Df	Sum of Squares	Mean Square	F	P-Value
การรับรู้ถึงความสะดวกสบายในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	4	5.768	1.442	2.382	0.051
ภายในกลุ่ม	379	229.417	0.605		
รวม	383	235.185			
การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	4	5.822	1.455	3.910	0.004
ภายในกลุ่ม	379	141.070	0.372		
รวม	383	146.892			
การรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	4	4.073	1.018	2.169	0.072
ภายในกลุ่ม	379	177.880	0.469		
รวม	383	181.952			
เจตนาในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	4	4.494	1.123	1.757	0.137
ภายในกลุ่ม	379	242.329	0.639		
รวม	383	246.822			

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

เหตุผลในการเดินทาง	Df	Sum of Squares	Mean Square	F	P-Value
การคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	4	1.987	0.497	0.974	0.422
ภายในกลุ่ม	379	193.325	0.510		
รวม	383	195.312			
การคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	4	14.316	3.579	9.029	0.000
ภายในกลุ่ม	379	150.230	0.396		
รวม	383	164.546			

ผลสรุปจากตารางที่ 4.13 ได้แสดงให้เห็นว่าค่า P-Value ในแต่ละปัจจัยในเรื่องของเหตุผลในการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถามแล้วพบว่า ทุกปัจจัยมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ได้ตั้งไว้คือ ที่ระดับ 0.05 ยกเว้นปัจจัยในเรื่องการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการ และการคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการ คือ 0.004 และ 0.000 ซึ่งทำให้สามารถสรุปได้ว่าเรื่องของเหตุผลในการเดินทางของผู้ใช้งานจากกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นระหว่างปัจจัยทุกปัจจัยที่นำมาศึกษา ยกเว้นปัจจัยในเรื่องการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการ และการคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.14
ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้านประชากรศาสตร์
และปัจจัยที่ทำการศึกษา

ค่า P-value	เพศ	อายุ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ระดับการศึกษา	อาชีพ	เหตุผลในการเดินทาง
การรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งาน	✓ (0.000)	✗ (0.088)	✗ (0.081)	✓ (0.017)	✗ (0.722)	✗ (0.051)
การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ	✓ (0.000)	✓ (0.007)	✗ (0.574)	✓ (0.000)	✗ (0.174)	✓ (0.004)
การรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการ	✗ (0.353)	✗ (0.516)	✓ (0.018)	✓ (0.034)	✗ (0.268)	✗ (0.072)
เจตนาในการใช้บริการ	✓ (0.045)	✓ (0.000)	✓ (0.002)	✗ (0.086)	✗ (0.097)	✗ (0.137)
การคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการ	✗ (0.161)	✗ (0.445)	✗ (0.855)	✗ (0.541)	✗ (0.400)	✗ (0.422)
การคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการ	✓ (0.009)	✓ (0.012)	✓ (0.002)	✗ (0.059)	✓ (0.000)	✓ (0.000)

✓ หมายถึง มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

✗ หมายถึง ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การทดสอบสมมติฐาน

ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการสำรองที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย โดยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) เพื่อเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยหรือตัวแปรอิสระตัวใดบ้างที่ส่งผลหรือมีผลกระทบต่อตัวแปรตามที่ต้องการศึกษา ผลที่ได้จากการวิเคราะห์สามารถสรุปได้เป็นความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่อยู่ในรูปของสมการเส้นตรง ทำให้สามารถอธิบายตัวแปรอิสระแต่ละตัวได้ว่าตัวแปรใดเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และสามารถอธิบายระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวแปรที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งการวิเคราะห์จะใช้วิธี Enter ซึ่งเป็นการนำตัวแปรอิสระทุกตัวใส่ในสมการถดถอย แล้วใช้ผลการทดสอบตัดสินใจว่าตัวแปรอิสระตัวใดมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2550, น. 188) โดยปัจจัยที่ทำการศึกษาประกอบไปด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

- การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้บริการ (Perceived Ease of Use: PEOU)
- การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการ (Perceived Usefulness: PU)
- การรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการ (Perceived Risk: PR)
- เจตนาในการใช้บริการ (Intention to Use: I)
- การคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการ (Security Concern: SC)
- การคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการ (Privacy Concern: PC)

โดยสมมติฐานตามกรอบแนวคิดประกอบไปด้วย

สมมติฐานที่ 1 Ha. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้บริการสำรองที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียมีผลกระทบต่อเจตนาในการใช้บริการสำรองที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

สมมติฐานที่ 2 Hb. การรับรู้ถึงประโยชน์จากใช้บริการสำรองที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียมีผลกระทบต่อเจตนาในการใช้บริการสำรองที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

สมมติฐานที่ 3 Hc. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้บริการสำรองที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียมีผลกระทบต่อรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการสำรองที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

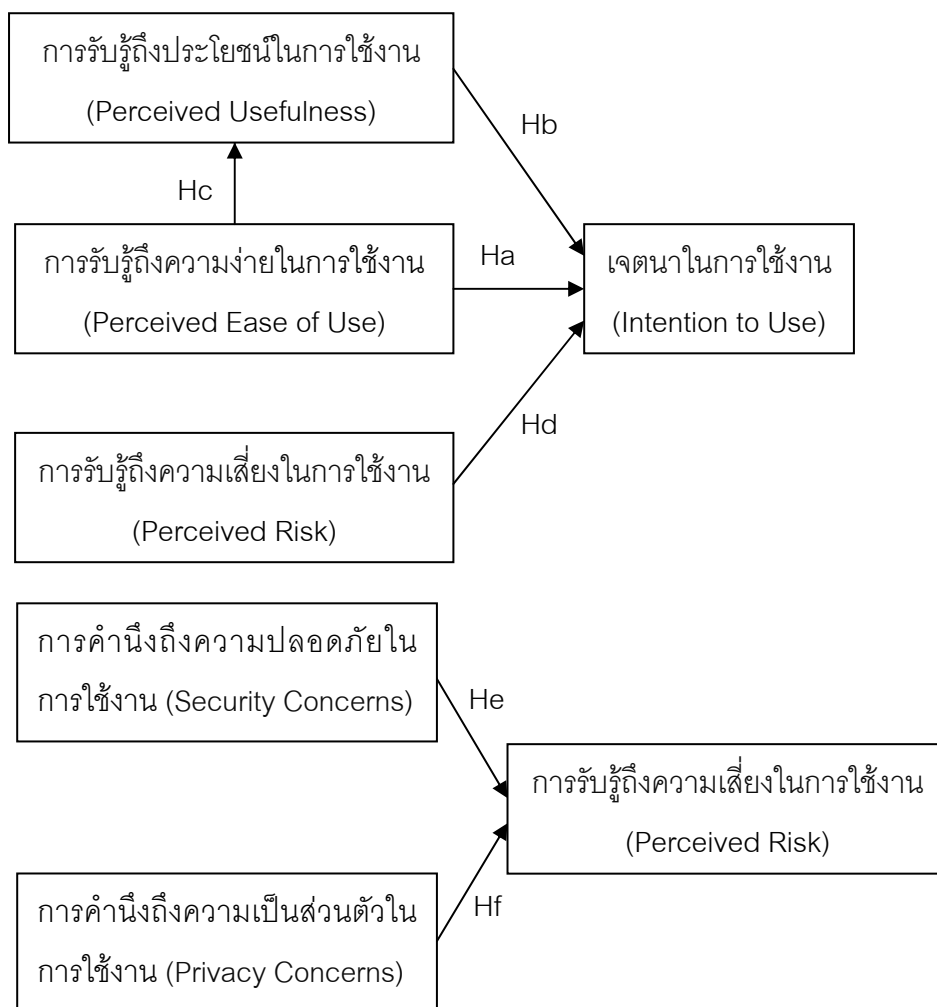
สมมติฐานที่ 4 Hd. การรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการสำรองที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียมีผลกระทบต่อนเจตนาในการใช้บริการสำรองที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

สมมติฐานที่ 5 He. การคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการของสำรองที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียมีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการสำรองที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

สมมติฐานที่ 6 Hf. การคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการของสำรองที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียมีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการสำรองที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

ภาพที่ 4.7

สมมติฐานตามกรอบแนวคิดของการศึกษา



การทดสอบสมมติฐานด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการสำรองที่นิ่งับตรโดยสารถีเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียของสมมติฐานการวิจัยสามารถแสดงได้ตามตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย

		PEOU	PU	SC	PC	PR	I
PEOU	Pearson Correlation	1	0.668**	-0.035	0.064	0.074	0.553**
	Sig. (2- Tailed)		0.000	0.500	0.214	0.149	0.000
	N	384	384	384	384	384	384
PU	Pearson Correlation	0.668**	1	0.042	0.090	0.022	0.635**
	Sig. (2- Tailed)	0.000		0.409	0.077	0.671	0.000
	N	384	384	384	384	384	384
SC	Pearson Correlation	-0.035	0.042	1	0.010	-0.082	0.073
	Sig. (2- Tailed)	0.500	0.409		0.844	0.108	0.153
	N	384	384	384	384	384	384
PC	Pearson Correlation	0.064	0.090	0.010	1	0.202**	0.082
	Sig. (2- Tailed)	0.214	0.077	0.844		0.000	0.111
	N	384	384	384	384	384	384
PR	Pearson Correlation	0.074	0.022	-0.082	0.202**	1	-0.056
	Sig. (2- Tailed)	0.149	0.671	0.108	0.000		0.278
	N	384	384	384	384	384	384
I	Pearson Correlation	0.553**	0.635**	0.073	0.082	-0.056	1
	Sig. (2- Tailed)	0.000	0.000	0.153	0.111	0.278	
	N	384	384	384	384	384	384

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

โดยที่

PEOU หมายถึง การรับรู้ว่าคุณภาพการสำรวจที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียง่ายต่อการใช้งาน

PU หมายถึง การรับรู้ว่าคุณภาพการสำรวจที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีประโยชน์

PR หมายถึง การรับรู้ว่าคุณภาพการสำรวจที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีความเสี่ยง

I หมายถึง เจตนาในการใช้บริการสำรวจที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

SC หมายถึง การคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการของสำรวจที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

PC หมายถึง การคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการของสำรวจที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

จากตารางที่ 4.15 เป็นการแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ที่แสดงระดับและทิศทางความสัมพันธ์ของตัวแปรแต่ละตัวแปรที่มีผลกระทบต่อเจตนาในการใช้บริการสำรวจที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย พบว่า ปัจจัยเรื่องการเรียนรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการสำรวจที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีความสัมพันธ์กับเจตนาในการใช้บริการสำรวจที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียมากที่สุด (สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ = 0.635, Sig. = 0.000) รองลงมาคือการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้บริการสำรวจที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียมีความสัมพันธ์กับเจตนาในการใช้บริการสำรวจที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียน้อยที่สุด (สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ = 0.553, Sig. = 0.000) โดยทั้ง 2 ปัจจัยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ส่วนปัจจัยเรื่องการเรียนรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับเจตนาในการใช้บริการสำรวจที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย นอกจากนั้นการคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการสำรวจที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย (สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ = 0.202, Sig. = 0.000) แต่การคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการสำรวจที่นั้บตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระพร้อมกันทั้งหมด โดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยผลการทดสอบสมมติฐานสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้

การทดสอบสมมติฐานที่ 1

(Ha) การรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียมีผลกระทบต่อเจตนาในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

$$Ha_0 : \beta_{PEOU} = 0$$

$$Ha_1 : \beta_{PEOU} \neq 0$$

การทดสอบสมมติฐานที่ 2

(Hb) การรับรู้ถึงประโยชน์จากใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียมีผลกระทบต่อเจตนาในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

$$Hb_0 : \beta_{PU} = 0$$

$$Hb_1 : \beta_{PU} \neq 0$$

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4

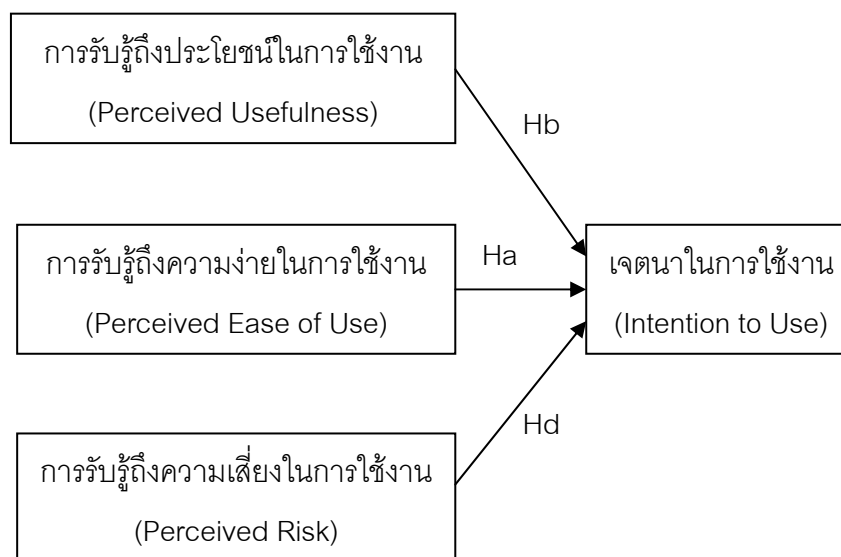
(Hd) การรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียมีผลกระทบต่อเจตนาในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

$$Hd_0 : \beta_{PR} = 0$$

$$Hd_1 : \beta_{PR} \neq 0$$

ภาพที่ 4.8

สมมติฐานทางสถิติของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อเจตนาในการใช้บริการ
 สำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของ
 สายการบินไทยแอร์เอเชีย



ดังนั้นสามารถเขียนสมการถดถอยเชิงพหุได้ดังนี้

$$Y = B_0 + B_1 (PEOU) + B_2 (PU) + B_3 (PR)$$

ตารางที่ 4.16

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลกระทบต่อเจตนาในการใช้บริการ
 สำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของ
 สายการบินไทยแอร์เอเชีย

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.664 ^a	0.440	0.436	0.60295

a. Predictors: (Constant), PR, PU, PEOU

จากตารางที่ 4.16 พบว่าระดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับเจตนาในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีค่า Adjust R² = 0.436 หรือ 43.6% นั่นคือ การรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย การรับรู้ถึงประโยชน์จากใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย และการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีผลกระทบต่อเจตนาในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย 43.6%

ตารางที่ 4.17

ค่าความแปรปรวนของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อเจตนาในการใช้บริการ
สำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของ
สายการบินไทยแอร์เอเชีย

ANOVA^b

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	108.673	3	36.224	99.641	0.000 ^a
	Residual	138.149	380	0.364		
	Total	246.822	383			

a. Predictors: (Constant), PR, PU, PEOU

b. Dependent Variable: I

จากตารางที่ 4.17 เป็นการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างชุดของปัจจัยดังกล่าวที่มีผลกระทบต่อเจตนาในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย ซึ่งจากตารางพบว่า มีตัวแปรอย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีผลกระทบต่อเจตนาในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

ตารางที่ 4.18

ค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อเจตนาในการใช้บริการ
 สำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของ
 สายการบินไทยแอร์เอเชีย

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.780	0.234		3.334	0.001
	PEOU	0.248	0.053	0.242	4.674	0.000
	PU	0.616	0.067	0.475	9.216	0.000
	PR	-0.097	0.045	-0.084	-2.173	0.030

a. Dependent Variable: I

จากตารางที่ 4.18 พบว่าที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ปัจจัยเรื่องการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีค่า Sig. = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าปฏิเสธ H_{a0} ปัจจัยเรื่องการรับรู้ถึงประโยชน์จากใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีค่า Sig. = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าปฏิเสธ H_{b0} และปัจจัยเรื่องการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีค่า Sig. = 0.030 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าปฏิเสธ H_{d0}

ดังนั้นสามารถเขียนสมการถดถอยเชิงพหุได้ดังนี้

$$Y = B_0 + B_1 (PEOU) + B_2 (PU) + B_3 (PR)$$

$$Y = 0.780 + 0.242(PEOU) + 0.475(PU) - 0.084(PR)$$

จากสมการถดถอยเชิงพหุข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย และการรับรู้ถึงประโยชน์จากใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้เจตนาในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์

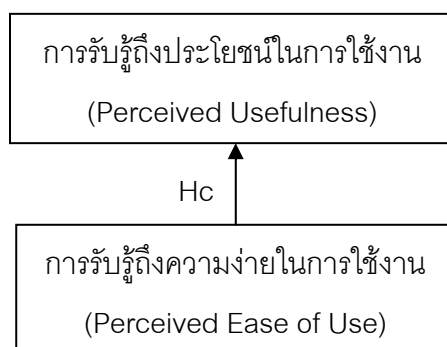
ของสายการบินไทยแอร์เอเชียเพิ่มขึ้นด้วย แต่เมื่อการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้เจตนาในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียลดลง นอกจากนี้ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อเจตนาในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียมากที่สุดคือ การรับรู้ถึงประโยชน์จากใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐานที่ 3

(Hc) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้สำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย (Perceived Ease of Use) มีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย (Perceived Usefulness)

ภาพที่ 4.9

สมมติฐานทางสถิติของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ในการ
ใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์
ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย



$$H_{c_0} : \beta_{PEOU} = 0$$

$$H_{c_1} : \beta_{PEOU} \neq 0$$

ดังนั้นสามารถเขียนสมการถดถอยเชิงพหุได้ดังนี้

$$Y = B_0 + B_1 (PU)$$

ตารางที่ 4.19

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงประโยชน์
ในการใช้บริการสำรองที่นึ่งบัตรโดยสารเครื่องบิน
ทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.668 ^a	0.446	0.444	0.46163

a. Predictors: (Constant), PEOU

จากตารางที่ 4.19 พบว่าระดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการสำรองที่นึ่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีค่า Adjust $R^2 = 0.444$ หรือ 44.4% นั่นคือ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้บริการสำรองที่นึ่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการสำรองที่นึ่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย 44.4%

ตารางที่ 4.20

ค่าความแปรปรวนของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงประโยชน์
ในการใช้บริการสำรองที่นึ่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์
ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

ANOVA^b

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	65.485	1	65.485	307.292	0.000 ^a
	Residual	81.406	382	0.213		
	Total	146.892	383			

a. Predictors: (Constant), PEOU

b. Dependent Variable: PU

จากตารางที่ 4.20 เป็นการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเรื่องการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียที่มีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย ซึ่งจากตารางพบว่า มีตัวแปรมีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

ตารางที่ 4.21

ค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงประโยชน์
ในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทาง
เว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.735	0.112		15.489	0.000
	PEOU	0.528	0.030	0.668	17.530	0.000

a. Dependent Variable: PU

จากตารางที่ 4.21 พบว่าที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ปัจจัยเรื่องการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย (Perceived Ease of Use) มีค่า Sig. = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าปฏิเสธ H_{c0}

ดังนั้นสามารถเขียนสมการถดถอยเชิงพหุได้ดังนี้

$$Y = B_0 + B_1 (PEOU)$$

$$Y = 1.735 + 0.668(PEOU)$$

จากสมการถดถอยเชิงพหุข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียเพิ่มขึ้น

จะส่งผลให้การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการสำรองที่นั้บัตร์โดยสารถือเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียเพิ่มขึ้นด้วย

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5

(He) การคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการของสำรองที่นั้บัตร์โดยสารถือเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการสำรองที่นั้บัตร์โดยสารถือเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

$$He_0 : \beta_{sc} = 0$$

$$He_1 : \beta_{sc} \neq 0$$

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6

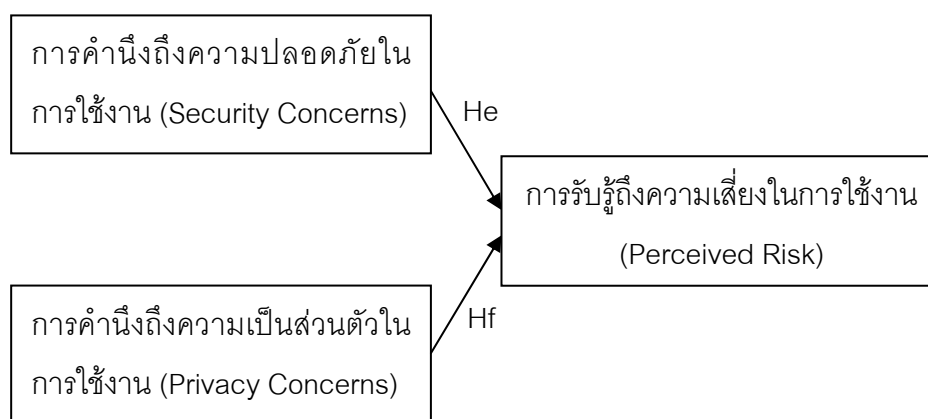
(Hf) การคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการของสำรองที่นั้บัตร์โดยสารถือเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการของสำรองที่นั้บัตร์โดยสารถือเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

$$Hf_0 : \beta_{pc} = 0$$

$$Hf_1 : \beta_{pc} \neq 0$$

ภาพที่ 4.10

สมมติฐานทางสถิติของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการสำรองที่นั้บัตร์โดยสารถือเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย



ดังนั้นสามารถเขียนสมการถดถอยเชิงพหุได้ดังนี้

$$Y = B_0 + B_1 (SC) + B_2 (PC)$$

ตารางที่ 4.22

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงความเสี่ยง
ในการใช้บริการของสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทาง
เว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.219 ^a	0.048	0.043	0.674

a. Predictors: (Constant), PC, SC

จากตารางที่ 4.22 พบว่าระดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการของสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีค่า Adjust $R^2 = 0.043$ หรือ 4.3% นั่นคือ การคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการของสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย และการคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการของสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการของสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย 4.3%

ตารางที่ 4.23

ค่าความแปรปรวนของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงความเสี่ยง
ในการใช้บริการของสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทาง
เว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.687	2	4.343	9.551	0.000 ^a
	Residual	173.265	381	0.455		
	Total	181.952	383			

a. Predictors: (Constant), PC, SC

b. Dependent Variable: PR

จากตารางที่ 4.23 เป็นการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างชุดของปัจจัยดังกล่าวที่มีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการของสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย ซึ่งจากตารางพบว่า มีตัวแปรอย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการของสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

ตารางที่ 4.24

ค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงความเสี่ยง
ในการใช้บริการของสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทาง
เว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.849	0.243		11.733	0.000
	SC	-0.081	0.048	-0.084	-1.682	0.093
	PC	0.213	0.053	0.203	4.051	0.000

a. Dependent Variable: PR

จากตารางที่ 4.24 พบว่าที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ปัจจัยเรื่องการคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้บริการของสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีค่า Sig. = 0.093 ซึ่งมากกว่า 0.05 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่ายอมรับ H_{e0} และปัจจัยเรื่องการคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการของสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีค่า Sig = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าปฏิเสธ H_{f0}

เพื่อให้ได้ผลที่มีความเที่ยงตรงมากขึ้น ดังนั้นจะต้องทำการวิเคราะห์สมการความถดถอยใหม่ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยวิธี Enter อีกครั้ง โดยมีเพียงตัวแปรอิสระเพียงตัวเดียวที่ทำการทดสอบ คือ

$$Y = B_0 + B_1 (PC)$$

ผลของการวิเคราะห์ที่ได้จากการตัดตัวแปรแล้วคือ

ตารางที่ 4.25

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการของสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย (หลังการตัดปัจจัย)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.202 ^a	0.041	0.038	0.676

a. Predictors: (Constant), PC

จากตารางที่ 4.25 พบว่าระดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการของสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีค่า Adjust $R^2 = 0.038$ หรือ 3.8% นั่นคือ การคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการของสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการของสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย 3.8%

ตารางที่ 4.26

ค่าความแปรปรวนของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการของสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย (หลังการตัดปัจจัย)

ANOVA^b

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.400	1	7.400	16.195	0.000 ^a
	Residual	174.552	382	0.457		
	Total	181.952	383			

a. Predictors: (Constant), PC

b. Dependent Variable: PR

จากตารางที่ 4.26 เป็นการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างชุดของปัจจัยดังกล่าวที่มีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการของสำรองที่นึ่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย ซึ่งจากตารางพบว่า มีตัวแปรอย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการของสำรองที่นึ่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

ตารางที่ 4.27

ค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการ
ใช้บริการของสำรองที่นึ่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์
ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย (หลังการตัดปัจจัย)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.575	0.180		14.272	0.000
	PC	0.212	0.053	0.202	4.024	0.000

a. Dependent Variable: PR

จากตารางที่ 4.27 พบว่าที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ปัจจัยเรื่องการคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการของสำรองที่นึ่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีค่า Sig = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าปฏิเสธ H_0

ดังนั้นสามารถเขียนสมการถดถอยเชิงพหุได้ดังนี้

$$Y = B_0 + B_1 (PC)$$

$$Y = 2.575 + 0.202(PC)$$

จากสมการถดถอยเชิงพหุข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อการคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการของสำรองที่นึ่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้การรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการของสำรองที่นึ่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ของสายการบินไทยแอร์เอเชียเพิ่มขึ้น

จากสมมติฐานทั้งหมดข้างต้นสามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างสมมติฐาน ได้ดัง
ภาพที่ 4.11

ภาพที่ 4.11

ความสัมพันธ์ระหว่างสมมติฐาน

