

วิมล หล้าพรหม : ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติของคนขับรถแท็กซี่ในการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถแท็กซี่ในประเทศไทย (FACTORS AFFECTING THE ATTITUDE OF TAXI DRIVER BY USING HAILING APPLICATION IN THAILAND) อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ ดร.สุรชาติพย์ ภูบุบผาพันธ์, 91 หน้า.

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของทัศนคติผู้ขับขี่รถแท็กซี่ในการตัดสินใจนำแอปพลิเคชันเรียกรถแท็กซี่มาใช้ตามกรอบแนวคิดทางด้านเทคโนโลยี องค์กรสภาพแวดล้อม (Technology Organization Environment: TOE) และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจนำแอปพลิเคชันเรียกรถแท็กซี่มาใช้งาน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ขับขี่รถแท็กซี่ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑลอีก 5 จังหวัด ซึ่งเคยให้บริการรับ-ส่งผู้โดยสารผ่านแอปพลิเคชัน จำนวน 387 คน และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติสำหรับการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า การวิเคราะห์โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันของทัศนคติผู้ขับขี่รถแท็กซี่ในการตัดสินใจนำแอปพลิเคชันเรียกรถแท็กซี่มาใช้ ทั้ง 6 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับเชิงเปรียบเทียบ ปัจจัยด้านความซับซ้อนของการใช้งาน ปัจจัยด้านความรู้ของผู้ขับขี่รถแท็กซี่ ปัจจัยด้านแรงกดดันจากผู้โดยสาร ปัจจัยด้านแรงกดดันจากคู่แข่งทางธุรกิจ และปัจจัยด้านแรงกดดันจากหน่วยงานที่กำกับดูแลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าพารามิเตอร์ CMIN/DF=1.719, TLI=0.946, RMSEA=0.043, RMR=0.040, และ CFI=0.957 อย่างไรก็ตามผลของการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติผู้ขับขี่รถแท็กซี่ในการตัดสินใจนำแอปพลิเคชันเรียกรถแท็กซี่มาใช้มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านแรงกดดันจากผู้โดยสาร รองลงมาคือ คือ ปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับเชิงเปรียบเทียบ ปัจจัยด้านแรงกดดันจากคู่แข่งทางธุรกิจ และปัจจัยด้านความรู้ของผู้ขับขี่รถแท็กซี่ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านความซับซ้อนของการใช้งาน และปัจจัยด้านแรงกดดันจากหน่วยงานที่กำกับดูแลไม่ส่งผลต่อทัศนคติผู้ขับขี่รถแท็กซี่ในการตัดสินใจนำแอปพลิเคชันเรียกรถแท็กซี่มาใช้งาน ผลของการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชัน ซึ่งสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนารูปแบบการให้บริการแอปพลิเคชัน เพื่อให้สามารถเข้าถึงและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานได้มากขึ้นในอนาคต นอกจากนี้หน่วยงานที่กำกับดูแลธุรกิจบริการรถแท็กซี่ยังสามารถนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้คนขับรถแท็กซี่หันมาใช้แอปพลิเคชันเรียกรถแท็กซี่

ให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยลดระยะเวลาทางที่รถแท็กซี่ซึ่งหาผู้โดยสาร ลดมลพิษทางอากาศ และตอบสนองต่อผู้โดยสารในยุคปัจจุบันได้ และทั้งหมดนี้จะทำให้ตลาดธุรกิจบริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านทางแอปพลิเคชันเติบโตต่อไปอย่างยั่งยืน



สาขาวิชาวิศวกรรมขนส่ง

ปีการศึกษา 2562

ลายมือชื่อนักศึกษา จิณห์

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา จอส

WIMON LAPHROM : FACTORS AFFECTING THE ATTITUDE OF TAXI  
DRIVER BY USING HAILING APPLICATION IN THAILAND. THESIS  
ADVISOR : SUTHATIP PUEBOOBPAPHAN, Ph.D., 91 PP.

CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS/FACTORS AFFECTING/TAXI  
CALLING APPLICATION/TAXI DRIVER/TOE.

The objective of this research is to conduct confirmatory factor analysis of taxi drivers' attitudes in making decision on using taxi-hailing application conforming to the conceptual framework of Technology Organization Environment: TOE, and study the factors affecting their attitudes in that decision-making by conducting the survey research. The questionnaire was used to collect the data from 387 samples, the taxi drivers in Bangkok and the other 5 provinces of metropolitan areas, who had experience to serving the passengers via the taxi hailing application. The statistical application for research used for data analysis were descriptive statistics comprising percentage, frequency, mean, and standard deviation, while Confirmatory Factor Analysis (CFA) and Multiple Regression Analysis were conducted for hypothesis testing. From the study of taxi driver's attitudes on using the taxi-hailing application, the analysis results of Confirmatory factor model comprising six factors: Relative Advantage, Complexity, Driver's knowledge, Coercive Pressures, Mimetic Pressures, and Normative Pressures showed that they are all consistent with the empirical data with statistically significant at the 0.01 level with parameter values:  $\chi^2/df = 1.719$ , TLI = 0.946, RMSEA = 0.043, RMR = 0.040, and CFI = 0.957. However, the analysis results of multiple regression equations found that the factors affecting taxi drivers' attitudes in making decision on taxi-hailing applications were Coercive Pressures, followed by Relative Advantage,

Mimetic Pressures, and Driver's Knowledge respectively. In terms of Complexity, and Normative Pressures factors, they did not influence taxi drivers' attitudes in making decision on using the taxi-hailing application. The research results will be useful to taxi application operators in adjusting their operating strategies, and to the regulatory agencies as a guideline to set policies to promote and encourage taxi drivers to a higher adoption of taxi application. This will result in reduction of the distance the vacant taxi cruising in searching of passengers, reduce air pollution, and better respond to online communities. All of which will make the Taxi Application market to continue growing sustainably.



School of Transportation Engineering

Academic Year 2019

Student's Signature จิณต

Advisor's Signature อ.ว.ส