

# เจตคติและความต้องการใช้บริการเทคโนโลยี โปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

## Attitudes and Demand for Technology Service on Mobile Game Application of Convenience Store's Consumers in Bangkok

ไพโรจน์ ภูทอง

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

E-mail: paiojput@pim.ac.th

ธัญวรินทร์ เลียนอย่าง

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

E-mail: tanya-na@hotmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการศึกษาเจตคติและความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการใช้บริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อ ตลอดจนเปรียบเทียบเจตคติและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อบริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) รวม 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และ ค่า One-Way ANOVA หรือ F - test ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีเจตคติและความต้องการต่อการใช้บริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้ออยู่ในระดับมาก โดยส่วนใหญ่ต้องการให้ร้านสะดวกซื้อมีการนำเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือมาใช้ คิดเป็นร้อยละ 91.25 โดยหากร้านสะดวกซื้อมีการนำเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือมาใช้แล้ว ส่วนใหญ่มีความต้องการใช้เทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อ คิดเป็นร้อยละ 86.75 และประเภทของเกมที่ต้องการให้มีในโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือเรียงลำดับ คือ อันดับที่ 1 เกมแนวการต่อสู้ (Action) อันดับที่ 2 เกมแนวผจญภัย (Adventure) และอันดับที่ 3 เกมแนวจำลองสถานการณ์ต่าง ๆ (Simulation) นอกจากนี้พบว่าผู้บริโภคที่มีอายุ ระดับการศึกษาสูงสุด และอาชีพต่างกัน มีเจตคติต่อการใช้บริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความต้องการต่อการใช้บริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ:** เจตคติ ความต้องการ เทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือ

## ABSTRACT

The purpose of this research aimed to study attitudes and demand for technology service on mobile game application of Convenience Store's Consumers in Bangkok and to compare the attitudes and demand of consumer for technology services on mobile game in convenience store according to their personal factors. The sample in this study consisted of 400 consumers who purchased products at conveniences stores. The sample were selected through stratified random sampling. The research instrument was questionnaires. The statistics used in analyzing the data were frequency, percentage, standard deviations, t-test and one-way ANOVA or F-test. The research found that consumers' attitudes and demand towarded technology service on mobile game application in convenience store were at a high level. Most consumers wanted the convenience store to provide the technology services on Mobile Game application (91.25 percent). If the convenience store already had the technology services on Mobile Game application installed, 86.75 per cent were willing to use the application. The type of game the consumers required could technology services on mobile game application in convenience store at significant statistically level .05. be ranged from combating game (Action), adventure game (Adventure) and simulation game scenarios (Simulation). Moreover, the research also received that the consumers with different age, educational level and occupation had different attitude towards the use of technology services on mobile game application in convenience store at significant statistically level.05. Consumers with different gender, age, educational level, occupation, and income per month similar demand for the use of games technology services application mobile convenience store at significant statistically level .05.

**KEYWORDS :** Attitudes and Demand for technology

## บทนำ

กระแสโลกาภิวัตน์ปัจจุบันมีอิทธิพลส่งผลกระทบต่ออย่างยิ่งต่อวิถีชีวิตของมนุษย์ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมืองการปกครอง ด้วยความเจริญทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการสื่อสารที่เชื่อมโยงโลกเข้าด้วยกันในลักษณะของโลกไร้พรมแดน มีการไหลเวียนของข้อมูล ข่าวสาร และสารสนเทศอย่างเสรีและไร้ขีดจำกัด (พิณสุดา สิริธรงค์ศรี, 2552:1) มนุษย์ใช้สารสนเทศเพื่อพัฒนาตนเองทั้งด้านสติปัญญา ความรู้ จิตใจ รวมทั้งใช้สารสนเทศเพื่อประกอบการตัดสินใจแก้ไขปัญหาในการทำงาน การแสวงหาความรู้และวิธีการใหม่ๆ เพื่อพัฒนาปรับปรุงสภาพการดำเนินงานให้ดีขึ้น ในทางสังคมสารสนเทศถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาของมนุษย์ที่มีความจำเป็นต่อการพัฒนาประเทศชาติ ในระดับองค์กรสารสนเทศถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ใช้ในการวางแผนและการบริหารงาน

จึงอาจกล่าวได้ว่า สารสนเทศ คือ พลังอำนาจ (Information is power) ที่ทำให้มนุษย์สามารถดำเนินชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถวางแผนในอนาคตได้อย่างถูกต้อง (สุจิน บุตรดีสุวรรณ, 2546:36) ดังนั้นในปัจจุบันมนุษย์จึงมีความต้องการสารสนเทศสูงและหลากหลายรูปแบบ อีกทั้งการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีที่เป็นไปอย่างรวดเร็วมีผลทำให้การผลิตสารสนเทศเป็นเรื่องง่ายและสามารถผลิตออกมาได้เป็นจำนวนมากและหลากหลายรูปแบบซึ่งส่งผลให้ปริมาณของสารสนเทศเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจนทำให้เกิดการทะลักหลายของสารสนเทศ โดยมีเทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวเร่งให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และสารสนเทศกันอย่างกว้างขวาง (สมาน ลอยฟ้า, 2544:1) ปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกมีมูลค่าการซื้อขายประมาณ 500,000 ล้านบาทต่อปี โดยแบ่งเป็นมูลค่าการซื้อขายผ่านร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade)



ร้อยละ 60 หรือคิดเป็นมูลค่า 300,000 ล้านบาทต่อปี และอีกร้อยละ 40 เป็นมูลค่าการซื้อขายผ่านร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) คิดเป็นมูลค่าการซื้อขายประมาณ 200,000 ล้านบาทต่อปี โดยร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ได้แก่ ร้านโชวห่วยหรือร้านขายของชำตามแหล่งชุมชนต่างๆ มักจะมีระบบการบริหารงานแบบครอบครัว สำหรับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ได้แก่ ท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต ฟู้ดโลชั่น บิ๊กซี คาร์ฟูร์ โลตัส และแมคโคร เป็นต้น จะเป็นร้านค้าปลีกที่มีการนำเอาเทคโนโลยีและความรู้ใหม่ๆ เข้ามาช่วยในการบริหารงานด้านต่างๆ เช่น การบริหารสินค้าคงคลัง การบริหารผลิตภัณฑ์ และการบริหารระบบการจัดจำหน่าย เป็นต้น การนำเทคโนโลยีมาใช้ในแต่ละครั้ง มักมีราคาหรือต้นทุนที่สูงสำหรับการนำมาใช้ในครั้งแรกแต่ในระยะยาวเทคโนโลยีบางอย่างอาจช่วยให้ผลประกอบการดีขึ้น ในขณะที่บางอย่างอาจก่อให้เกิดปัญหาตามมาในอนาคต ดังนั้นเพื่อหลีกเลี่ยงการลงทุนที่อาจจะผิดพลาดผู้ประกอบการร้านค้าปลีกควรที่จะศึกษาถึงหลักและวิธีการนำเทคโนโลยีมาใช้กับร้านค้าปลีกในอนาคต ซึ่งทางมหาวิทยาลัยอินเดียนา โดย Indiana University's Customer Interface laboratory ได้ร่วมมือกับสถาบันต่างๆ ในสหรัฐอเมริกา ทำการวิจัยในเรื่องดังกล่าว และได้เสนอหลักการและแนวทางในการใช้เทคโนโลยีสำหรับร้านค้าปลีกไว้ 10 ประการ ด้วยกัน

ประการที่ 1 ใช้เทคโนโลยีที่สามารถจับต้องหรือให้ผลประโยชน์แก่ลูกค้าได้โดยตรง

ประการที่ 2 ทำเทคโนโลยีให้ง่ายต่อการใช้ของลูกค้า

ประการที่ 3 ขจัดความยุ่งยากและซ้ำซ้อนของเทคโนโลยีด้วยการทำต้นแบบทดสอบ และปรับให้เหมาะสม

ประการที่ 4 รู้จักและยอมรับการตอบสนองต่อเทคโนโลยีของลูกค้าที่แตกต่างกัน

ประการที่ 5 สร้างระบบที่สามารถเข้ากันได้ดีกับวิธีในการตัดสินใจของลูกค้า

ประการที่ 6 ศึกษาถึงผลกระทบของเทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมและประเภทสินค้าที่ลูกค้าเลือกซื้อ

ประการที่ 7 จัดเทคโนโลยีที่มีคุณสมบัติบางสิ่งบางอย่างร่วมกันไว้ด้วยกันโดยเฉพาะเทคโนโลยีที่เข้าถึงตัวลูกค้า

ประการที่ 8 นำเทคโนโลยีที่เคยล้มเหลวในอดีตมาทบทวนใหม่

ประการที่ 9 ใช้เทคโนโลยีจัดทำแผนงานทางการตลาดที่แตกต่างกันตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย

ประการที่ 10 สร้างระบบที่มีความเหนือกว่าแนวความคิดเดิมด้วยเทคโนโลยี

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การศึกษาความตั้งใจ (Intention) และ/หรือพฤติกรรม (Behavior) การยอมรับการใช้โปรแกรมเกมประยุกต์มือถือของแต่ละบุคคลหรือแต่ละองค์กร ซึ่งเป็นแนวทางที่ช่วยให้ผู้ศึกษาและวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมมนุษย์ได้ใช้เป็นทางเลือกสำหรับอธิบายความตั้งใจ และพยากรณ์พฤติกรรมมนุษย์ในการยอมรับการใช้โปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและความต้องการของมนุษย์แบ่งออกเป็นหลายประเภท แต่ละประเภทมีพื้นฐานไม่เท่ากัน

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงเจตคติและความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการใช้บริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อ
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบเจตคติและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อบริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อ

## สมมติฐาน (ถ้ามี)

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์อย่างน้อย 1 ปัจจัยแตกต่างกัน มีเจตคติของผู้บริโภคที่มีต่อบริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อแตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อบริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกัน

## ประโยชน์ที่ได้รับ

ผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยคาดว่าจะได้รับประโยชน์ ดังนี้

1. ทำให้ทราบถึงแนวโน้มและความต้องการในอนาคตของผู้บริโภคที่ต้องการใช้บริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อ

2. ผู้ที่ประกอบกิจการร้านสะดวกซื้อสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนเพิ่มการบริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริงเพื่อเป็นช่องทางในการส่งเสริมยอดขายให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น

## วิธีดำเนินการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์อย่างน้อย 1 ปัจจัยแตกต่างกัน มีเจตคติของผู้บริโภคที่มีต่อบริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อแตกต่างกัน

2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อบริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกัน

## ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่แบ่งเป็น 6 กลุ่ม รวม 50 สำนักงานเขต จำนวน 5,673,560 คน ดังตารางที่ 1 (ข้อมูล ณ วันที่ 28 กรกฎาคม 2557 จากสำนักการศึกษากรุงเทพมหานคร (Department of Education Bangkok) Metropolitan Administration) (<http://www.bangkokeducation.in.th/article/details.php?id=89>)<sup>1</sup>

**ตารางที่ 1 จำนวนประชากรตามการแบ่งกลุ่มในกรุงเทพมหานคร**

กลุ่ม	จำนวนประชากร (คน)
กลุ่มกรุงเทพมหานครกลาง	713,677
กลุ่มกรุงเทพมหานครใต้	857,281
กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ	1,069,567
กลุ่มกรุงเทพมหานครตะวันออก	1,261,033
กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ	826,116
กลุ่มกรุงเทพมหานครใต้	945,886
<b>รวม</b>	<b>5,673,560</b>

ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) และแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ตามพื้นที่ (Area Sampling) ต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานครโดยจำแนกตามกลุ่มประชากร 6 เขต ซึ่งกำหนดขนาดของ

กลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความผิดพลาดของการสุ่มตัวอย่างไม่เกิน 5% เพื่อคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยรวมแล้วจึงใช้วิธีการเทียบสัดส่วนจำนวนประชากรในแต่ละกลุ่มและแต่ละเขตซึ่งได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยรวมเท่ากับ 400 คน

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{5,673,560}{1 + (5,673,560)(.05)^2} \approx 400$$

และจำนวนผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2 จำนวนผู้บริโภคที่เป็นตัวอย่าง**

กลุ่ม	จำนวนประชากร (คน)
กลุ่มกรุงเทพมหานครกลาง	50
กลุ่มกรุงเทพมหานครใต้	61
กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ	75
กลุ่มกรุงเทพมหานครตะวันออก	89
กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ	58
กลุ่มกรุงเทพมหานครใต้	67
<b>รวม</b>	<b>400</b>

## เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามจำนวน 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 2 เจตคติต่อการใช้บริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 ข้อ และ 7 ข้อตามลำดับ

ตอนที่ 3 ความต้องการใช้บริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 เป็นการศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง



1.1 ข้อมูลแสดงลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจซึ่งมีจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคเพศหญิง จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 และเป็นผู้บริโภคเพศชาย จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ส่วนใหญ่อายุ 21-40 ปี จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 รองลงมาคือ ผู้บริโภคอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมาคือ ปริญญาโท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 และโดยส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 10,001-20,000 บาท จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 3,000-10,000 บาท จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00

1.2 ข้อมูลแสดงเกี่ยวกับการเล่นเกมในโทรศัพท์มือถือ กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ระบบที่ใช้ในโทรศัพท์มือถือใช้ระบบปฏิบัติการที่เป็น IOS จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.25 รองลงมาคือ ระบบ Android จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 โดยส่วนใหญ่ประเภทของเกมที่ใช้เล่นในโทรศัพท์มือถือเล่นเกมประเภท Action จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมาคือเล่นเกมประเภท Sport จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 และจำนวนชั่วโมงที่ใช้ในการเล่นเกมในโทรศัพท์มือถือต่อวันส่วนใหญ่ไม่เกิน 3 ชั่วโมง จำนวน 343 คน คิดเป็นร้อยละ 85.75 และจำนวนชั่วโมงที่ใช้ในการเล่นเกมในโทรศัพท์มือถือต่อวันเกิน 3 ชั่วโมง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25

1.3 ข้อมูลแสดงเกี่ยวกับความต้องการให้นาเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือมาใช้ในร้านสะดวกซื้อ กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ต้องการให้ร้านสะดวกซื้อมีการนำเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือมาใช้ จำนวน 365 คน คิดเป็นร้อยละ 91.25 และไม่ต้องการให้ร้านสะดวกซื้อมีการนำเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือมาใช้ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 โดยหากร้านสะดวกซื้อมีการนำเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือมาใช้แล้ว ส่วนใหญ่มีความต้องการใช้เทคโนโลยีโปรแกรม

เกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อ จำนวน 347 คน คิดเป็นร้อยละ 86.75 และไม่ต้องการใช้เทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 และประเภทของเกมที่ต้องการให้มีในโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือเรียงลำดับคือ อันดับที่ 1 เกมแนวการต่อสู้ (Action) อันดับที่ 2 เกมแนวผจญภัย (Adventure) และอันดับที่ 3 เกมแนวจำลองสถานการณ์ต่าง ๆ (Simulation)

**ตอนที่ 2** เป็นข้อมูลแสดงเจตคติและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อบริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อ โดยการแสดงข้อมูลแบ่งออกเป็น

2.1 ข้อมูลเจตคติของผู้บริโภคที่มีต่อบริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อ ผลคะแนนเฉลี่ยวัดเจตคติของผู้บริโภคต่อการใช้บริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อโดยรวม เท่ากับ 4.17 คะแนน ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์อยู่ในระดับมาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานคะแนน เท่ากับ 0.57 คะแนน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า เจตคติเกี่ยวกับการเข้าใช้โปรแกรมที่ง่าย มีผลต่อการเข้าใช้เทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.52 คะแนน เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 คะแนน และเจตคติต่อการขบเล่นเกมประยุกต์มือถือบนระบบโทรศัพท์มือถือมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเท่ากับ 3.93 คะแนน เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.95 คะแนน

2.2 ข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อบริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อ ผลคะแนนเฉลี่ยวัดความต้องการของผู้บริโภคต่อการใช้บริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อโดยรวม เท่ากับ 4.26 คะแนน ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์อยู่ในระดับมาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานคะแนน เท่ากับ 1.30 คะแนน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความต้องการให้จัดทำเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือให้เข้าใจและใช้งานได้ง่ายมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.57 คะแนน เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.62 คะแนน และความต้องการให้ผู้รู้หรือผู้มีประสบการณ์ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้โปรแกรม



เกมมือถือมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเท่ากับ 4.06 คะแนน เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 คะแนน

**ตอนที่ 3** การทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคกับเจตคติและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อบริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อ

3.1 ทดสอบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคกับเจตคติของผู้บริโภคที่มีต่อบริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

เพศแตกต่างกันมีเจตคติต่อการใช้บริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ .05 อายุแตกต่างกันมีเจตคติต่อการใช้บริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบเป็นรายคู่พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 40 ปี มีระดับเจตคติของผู้บริโภคที่มีต่อบริการเทคโนโลยี โปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อ มากกว่าผู้บริโภคที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป

ระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีเจตคติต่อการใช้บริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบเป็นรายคู่พบว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา มีระดับเจตคติของผู้บริโภคที่มีต่อบริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อ มากกว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

อาชีพแตกต่างกันมีเจตคติต่อการใช้บริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบเป็นรายคู่พบว่า ผู้บริโภคที่เป็นนักศึกษามีระดับเจตคติของผู้บริโภคที่มีต่อบริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อ มากกว่าผู้บริโภคที่เป็นพ่อบ้านแม่บ้าน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีเจตคติต่อการใช้บริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ .05

3.2 ทดสอบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อบริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีความต้องการต่อการใช้บริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

## สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีประเด็นสำคัญที่ควรนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีเจตคติและความต้องการต่อการใช้บริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อโดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากปัจจุบันในยุคโลกาภิวัตน์นั้นการใช้โทรศัพท์มือถือมีการใช้งานกันอย่างกว้างขวาง ดังนั้นหากมีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้ในโทรศัพท์มือถือเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและมีประโยชน์จึงทำให้ผู้บริโภคมีเจตคติและความต้องการต่อบริการใหม่ในระดับมาก สอดคล้องกับ สุนีย์ ธีรดากร (2542:148 อ้างถึงใน พิษณุ ศรีพัฒน์, 2550 : 76) ที่กล่าวว่าเจตคติเป็นสภาพทางจิตใจ การรับรู้ ที่จะเกิดจากประสบการณ์อันทำให้บุคคลมีท่าทีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง อาจแสดงท่าทีออกมาในทางที่พอใจ เห็นด้วย หรือไม่พอใจ ไม่เห็นด้วยก็ได้ ทั้งนี้ผู้บริโภคมีเจตคติเกี่ยวกับการเข้าใช้โปรแกรมที่ง่าย มีผลต่อการเข้าใช้เทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถืออยู่ในระดับมากที่สุด และมีความต้องการให้จัดทำเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือให้เข้าใจและใช้งานได้ง่ายมากที่สุด เพราะในการนำเทคโนโลยีดังกล่าว ซึ่งเป็นบริการใหม่ จึงต้องให้ระบบที่ใช้งานทุกขั้นตอนมีความสะดวก รวดเร็ว และง่ายต่อการเข้าใจต่อผู้บริโภค ซึ่งเป็นการบริการที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อเดย์ และแอนเดอร์เซน (Aday & Anderson, 1975) ได้ชี้ถึงปัจจัยพื้นฐาน 6 ประการที่เกี่ยวข้องกับความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับบริการ คือ เกิดจากความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ การประสานบริการ อธิบาย คำนึงความสนใจของผู้ให้บริการ ข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ คุณภาพการบริการ และค่าใช้จ่ายต่อการใช้บริการ



2. ผู้บริโภคที่มีอายุ ระดับการศึกษาสูงสุด และอาชีพต่างกัน มีเจตคติต่อการใช้บริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดย วณิช บรรจงและคณะ (2514:28 อ้างถึงใน พิษณุ ศรีพัฒนา, 2550 : 80) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะสำคัญของเจตคติว่าเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ หรือประสบการณ์ของคนหาใช้สิ่งที่มีติดตัวตนมาแต่กำเนิด เป็นสภาพจิตใจที่มีอิทธิพลต่อการคิดและการกระทำของคนเป็นอันมาก และสอดคล้องกับ ประสาท อิศรปริดา (2520:91-93), ฉลอง ภิรมย์รัตน์ (2521:48-49), สุนีย์ ธีรดากร (2524:148-149 อ้างถึงใน พิษณุ ศรีพัฒนา, 2550:80) และประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526 : 3-4) ที่พบว่า เจตคติเกิดขึ้นจากองค์ประกอบคือ เกิดจากความรุ้ความเข้าใจในเนื้อหาหรือข้อเท็จจริงของสิ่งนั้น จนทำให้เกิดความรู้สึก ชอบ ไม่ชอบ พอใจ หรือ ไม่พอใจ

3. ผู้บริโภคที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด และอาชีพต่างกัน มีความต้องการต่อการใช้บริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับรามเมศร์ วัชรสินธุ์ และ

คณะ (2537) ได้กล่าวว่า ประเทศไทยให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีสารสนเทศค่อนข้างสูง และนิยมใช้ในทุวงการ ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา ในวงการธุรกิจ อุตสาหกรรม เกษตรกรรม การเงินทั้งภาครัฐและภาคเอกชน มีการแข่งขันการนำเทคโนโลยีมาใช้เป็นข้อได้เปรียบ ตลอดจนสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กล่าวว่าจะส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสำหรับ การบริหาร และการจัดการสมัยใหม่ เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศการเลือกใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม

### ข้อเสนอแนะ:

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีเจตคติและความต้องการต่อการใช้บริการเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือในร้านสะดวกซื้อในระดับมาก ผู้ประกอบการควรพิจารณนำผลวิจัยที่ได้รับไปศึกษา หรือปรับใช้ในการขยายการตลาด โดยการสร้างเทคโนโลยีโปรแกรมเกมประยุกต์มือถือขึ้นมาในร้านสะดวกซื้อเพื่อเพิ่มช่องทางการส่งเสริมการขาย

## เอกสารอ้างอิง

- ฉลอง ภิรมย์รัตน์. (2521). **จิตวิทยาสังคม**. กรุงเทพฯ : ประริักษ์การพิมพ์.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2526). **ทัศนคติ : การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- พรอนันต์ กิตติมันคง. (2547). **การศึกษาความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในจังหวัด นครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- พินสุดา สิริรังศรี. (2552). **รายงานการวิจัยเรื่อง ภาพอนาคตการศึกษาไทย 10-20 ปี**. กรุงเทพฯ : พิมพ์ดีการพิมพ์,
- ราเมศร์ วัชรสินธุ์ และคณะ. (2537). **ระบบวินิจฉัยภาพการแพทย์โดยใช้ไมโครคอมพิวเตอร์แบบมัลติมีเดีย**. การประชุม  
วิชาการประจำปีของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ครั้งที่ 6 พ.ศ. 2537 (ม.ป.ท.)
- วณิช บรรจง และคณะ. (2514). **วิชาการ หลักการศึกษา 1**. กรุงเทพฯ : กรุงเทพมหานครการพิมพ์.
- สมาน ลอยฟ้า. (2544). **การรู้สารสนเทศ : ทักษะที่จำเป็นสำหรับสังคมสารสนเทศ**. บรรณารักษศาสตร์ และสารนิเทศ  
มข. ขอนแก่น, 19(1), 1 – 5.
- Aday, L.A. & Anderson, R. (1975). **Development of Indices of Access to Medical Care**. Michigan Ann Arbor  
: Health administration Press.
- สุจิน บุตรดีสุวรรณ. (2546). **การรู้สารสนเทศ (Information Literacy) สำหรับนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา**. วารสาร  
สารนิเทศ. 10 (มกราคม-ธันวาคม), 35-43.
- สุนีย์ จีรดากร. (2542). **จิตวิทยาการศึกษา**. กรุงเทพฯ : ภาควิชาจิตวิทยาและการแนะแนว คณะครุศาสตร์วิทยาลัยครูพระนคร.  
สำนักการศึกษากรุงเทพมหานคร. (2557). ออนไลน์. กลุ่มเขตกรุงเทพมหานคร. แหล่งที่มา [http://www.bangkokeducation.in.th/article details.php?id=89](http://www.bangkokeducation.in.th/article%20details.php?id=89) วันที่สืบค้น 28 กรกฎาคม 2557.
- Department of Education Bangkok. (2014). **Online**. The Bangkok Metropolitan area. Sources. [http://www.bangkokeducation.in.th/article details.php? id = 89](http://www.bangkokeducation.in.th/article%20details.php?id=89) days searched. July 28, 2014.
- Maslow, Abraham H. (1970). **Motivation and Personality**. Newyork : Harperd Now.
- Translated Thai References Cha-Long Piromrat. (1978). **Psychology**. BANGKOK: Pbrarak Printing.
- PinSuda SiredRang See . (2009). **The report titled**. The future of Thailand 10-20 years. Bangkok fine print, print.
- Kitti stable infinite blessings. (2004). **A study of the social welfare needs of seniors in the province**.  
Dissertation Arts, Nakhon Ratchasima Rajabhat University.
- Ingawanij elaborate et al. (1971). **Technical Principles 1**. Bangkok: Siam printing.
- Prof Ramesh Watchara Yasin et al. (1994). **Medical diagnostic imaging systems using multimedia computer**.  
The Annual Conference of the Center for Technology and Electronics Knicks. National Computer 6th  
1994 (M.p.t.).
- Sujin good son Suwan. (2003). **Information literacy (Information Literacy) for students in higher education  
institutions**. Journal of information. 10 (January-December), 35-43.
- Sunee's Teerada arm. (1999). **Psychology**. Cage's point: Department of Mental Yat and guidance. The Bachelor  
Metropolitan College.
- Sky heal. (2001). **Information literacy: the skills required for the Information Society**. Librarianship  
and Information b. Khon Kaen, 19 (1), 1-5.
- Brapapaa Pen Suwan. (1983). **Attitudes: to measure change and health behavior**. Edition 2: The  
Odeon Store. ●●●