

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้งาน
แอปพลิเคชันเป่าตัง*

FACTORS INFLUENCING THE ACCEPTANCE AND USAGE BEHAVIOR
OF THE PAO TANG APPLICATION'S USERS

ณัฐนันท์ แสงประเสริฐ

Natthanin Sangprasert

ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว

Saranthorn Sasithanakornkaew

วราพรรณ อภิศุภะโชค

Warapan Apisuphachok

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Kasetsart University, Thailand

E-mail: natthanin.s@ku.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเข้ากันได้ การรับรู้ความเสี่ยง และพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังของกลุ่มผู้ใช้งานในประเทศไทย 2) ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเข้ากันได้ และการรับรู้ความเสี่ยง กับ พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง และ 3) อิทธิพลของการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเข้ากันได้ และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง โดยการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยอาศัยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเข้ากันได้ การรับรู้ความเสี่ยง และพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และการรับรู้ความเข้ากันได้มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 3) การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และการรับรู้

* Received December 14, 2021; Revised January 10, 2022; Accepted April 7, 2022



ความเข้ากันได้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี, พฤติกรรมการใช้งาน, แอปพลิเคชันเป่าตัง

Abstract

The objectives of this research were to study 1) the level of perceived usefulness, perceived ease of use, perceived compatibility, perceived risk and usage behavior of Pao Tang application's users in Thailand; 2) the relationship among perceived usefulness, perceived ease of use, perceived compatibility, perceived risk and usage behavior of the users; and 3) the influence of perceived usefulness, perceived ease of use, perceived compatibility and perceived risk over the usage behavior of the users. A quantitative research, this study used a questionnaire to collect data from 400 users of Pao Tang application, aged 18 and over, selected via convenience sampling. The data were analyzed using Pearson's Product Moment Correlation Coefficient and Multiple Regression Analysis. The research found that 1) the level of perceived usefulness, perceived ease of use, perceived compatibility, perceived risk and usage behavior of the users were high; 2) perceived usefulness, perceived ease of use and perceived compatibility, except perceived risk, were positively correlated with the usage behavior of the users at the statistical significance level of 0.05; and 3) perceived usefulness, perceived ease of use and perceived compatibility, except perceived risk, had an influence over the usage behavior of the users at the statistical significance level of 0.05.

Keywords: Technology Acceptance, Usage Behavior, Pao Tang Application

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล โดยเทคโนโลยีในปัจจุบันมีความทันสมัยและมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการดำรงชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคม เนื่องจากการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน อาทิ การใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง หรือ กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) เป็นต้น ทั้งนี้ จากผลสำรวจโดย We Are Social ดิจิทัลเอเจนซีระดับโลก ร่วมมือกับ Hootsuite ผู้ให้บริการระบบจัดการ Social Media และ Marketing Solutions พบว่า ในปี พ.ศ. 2563 คนไทยทำธุรกรรมผ่านโมบาย



แบงก์กิ้ง มากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของโลก อยู่ที่ 68.1 เปอร์เซ็นต์ ต่อเดือน (ไทยรัฐออนไลน์, 2564) ขณะที่การใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) มีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดเช่นเดียวกัน โดยพบว่า จนถึงกลางปี พ.ศ. 2563 มีผู้ใช้งานมากถึง 99.43 ล้านบัญชี (ประชาชาติธุรกิจ, 2563) สำหรับสาเหตุที่ทำให้อัตราผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นส่วนหนึ่งเป็นเพราะสถานการณ์โควิด-19 ที่ทำให้ผู้บริโภคจำเป็นต้องพึ่งพาการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ตามมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม และหลีกเลี่ยงการสัมผัสเงินสด เพื่อเป็นการป้องกันการติดเชื้อโคโรนาไวรัส หรือ โควิด-19 ที่แพร่ระบาดตั้งแต่ปลายปี พ.ศ.2562 จนถึงปัจจุบันในปี พ.ศ. 2564 โดยไม่มีที่ท่าว่าจะหมดไปในเร็ววัน ทั้งนี้จากปัญหาการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ต่อเนื่องและยาวนาน ส่งผลให้เกิดปัญหาต่างๆตามมามากมาย อาทิ อัตราการจ้างงานที่ลดน้อยลง ปัญหาผลกระทบด้านการท่องเที่ยวและการบิน ปัญหาการส่งออกสินค้า ปัญหาด้านการศึกษา และปัญหาด้านสุขภาพของคนในสังคมทั้งทางกายและทางใจ เป็นต้น (ทรูไอที, 2563)

เนื่องด้วยปัญหาเหล่านี้จึงทำให้รัฐบาลไทยออกมาตรการต่างๆ เพื่อช่วยเหลือเยียวยาประชาชน ตลอดจนมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจจากปัญหาสถานการณ์โควิด โดยหนึ่งในนั้น คือ การสนับสนุนค่าใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชัน “เป่าตัง” หรือ แอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ที่ถูกออกแบบและพัฒนาโดยธนาคารกรุงไทย ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง โดยอยู่ในรูปแบบโครงการต่างๆ ที่ปัจจุบันมียอดผู้ใช้งานมากกว่า 40 ล้านคน (ไทยโพสต์, 2564) โดยแอปพลิเคชันนั้นนอกเหนือจากจะเป็นช่องทางการในการจ่ายเงินไปยังประชาชนผู้ได้รับสิทธิ์แล้ว ยังช่วยในการลดการสัมผัสเงินสดซึ่งเป็นการลดความเสี่ยงในการรับเชื้อและแพร่เชื้อ รวมไปถึงเป็นการช่วยเหลือให้เม็ดเงินกระจายไปสู่ร้านค้ารายย่อย ปัจจุบันแอปพลิเคชัน “เป่าตัง” มีฟังก์ชันต่างๆมากมาย ได้แก่ “กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ G-Wallet” ที่ครอบคลุมทุกการใช้จ่าย รวมถึงโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐ “กระเป๋าสุขภาพ Health Wallet” “วอลเล็ต สมม.” “ซื้อขายทองออนไลน์ Gold Wallet” “ซื้อขายหุ้นกู้” “กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.)” เป็นต้น (ประชาชาติธุรกิจ, 2563)

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังของกลุ่มผู้ใช้งาน โดยผู้วิจัยจะนำเอาทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology of Acceptance Model) ของ Davis Bagozzi & Warshaw ที่เป็นที่ยอมรับในการศึกษาการยอมรับหรือการตัดสินใจใช้เทคโนโลยีมาเป็นกรอบหลักในการศึกษา โดยจะศึกษาตัวแปรหลักของทฤษฎีนี้ได้อย่าง การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง (Davis, F. D. et al., 1989) เพื่อที่จะทราบว่ากลุ่มผู้ใช้งานมีการรับรู้ถึงประโยชน์ และความง่ายจากการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังมากน้อยเพียงใด รวมถึงมีความสัมพันธ์และอิทธิพลต่อการยอมรับหรือพฤติกรรมการใช้งานหรือไม่ ร่วมกับศึกษา



ตัวแปรการรับรู้ความเข้ากันได้ จากทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory) และตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยง จากแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง โดยงานวิจัยนี้จะศึกษาความเสี่ยง 3 ด้าน ได้แก่ ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย และความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ทั้งนี้ผลงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารจัดการแอปพลิเคชันเป้าหมายแก่ผู้พัฒนาให้เกิดความรู้ความเข้าใจในพฤติกรรมการใช้งานของกลุ่มผู้ใช้งานมากขึ้น และยังเป็นแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันเป้าหมายให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเข้ากันได้ การรับรู้ความเสี่ยง และพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป้าหมาย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเข้ากันได้ การรับรู้ความเสี่ยงกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป้าหมาย
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเข้ากันได้ และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป้าหมาย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลโดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้งานแอปพลิเคชันเป้าหมายชาวไทย เพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน จากการแทนค่าในสูตรการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของคอคแรน Cochran โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 95% และสัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 (Cochran, W. G., 1977)

ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตามสะดวก (Convenience Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ อย่าง กลุ่มเฟซบุ๊กสาธารณะ และห้องสนทนาใน LINE OpenChat ที่เป็นที่รวมตัวกันของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันเป้าหมาย โดยเนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ได้แก่ 1) คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร 2) คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ 3) คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ความง่าย 4) คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ความเข้ากันได้ 5) คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง และ 6) คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป้าหมาย โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 2- ส่วนที่ 6 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของลิเคิร์ท (Likert Scale) (น้อยที่สุด = 1 คะแนน ไปจนถึงมากที่สุด = 5 คะแนน) และผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2544)



ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน และนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) จากผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม พบว่า การรับรู้ประโยชน์ของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.908 การรับรู้ความง่ายของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.929 การรับรู้ความเข้ากันได้ของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.913 การรับรู้ความเสี่ยงของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.906 และพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.920 จึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากทั้งหมดมีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.7 (วิเชียร เกตุสิงห์, 2543) ผู้วิจัยจึงนำไปใช้ในการวิจัยต่อไป

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) โดยผู้วิจัยใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ในการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis - MRA) ในการทดสอบอิทธิพลของกลุ่มตัวแปรอิสระ ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเข้ากันได้ และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากร การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเข้ากันได้ การรับรู้ความเสี่ยง และพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง

1.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50 มี



อายุในช่วง 18-25 ปี มากที่สุด จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.25 มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท มากที่สุด จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50

1.2 การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเข้ากันได้ และการรับรู้ความเสี่ยงของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเข้ากันได้ และการรับรู้ความเสี่ยงของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง

การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเข้ากันได้ และการรับรู้ความเสี่ยงของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
การรับรู้ประโยชน์ของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง	3.58	0.75	มาก
1. การใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังช่วยให้ท่านลดการสัมผัสเงินสด ซึ่งเป็นการลดความเสี่ยงที่จะก่อให้เกิดการติดเชื้อโควิด-19	4.16	0.84	มาก
2. การใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังช่วยให้ท่านเข้าถึงสิทธิในการได้รับเงินเยียวยาจากรัฐบาลเนื่องในสถานการณ์โควิด-19	3.96	0.90	มาก
การรับรู้ความง่ายของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง	3.75	0.73	มาก
1. ท่านสามารถทำความเข้าใจและเรียนรู้วิธีการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังได้ด้วยตัวท่านเอง	4.07	0.81	มาก
2. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันเป่าตังเรียนรู้ได้ง่ายและสามารถสอนผู้อื่นใช้งานได้	3.86	0.88	มาก
การรับรู้ความเข้ากันได้ของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง	3.81	0.79	มาก
1. ท่านใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังเนื่องจากท่านเคยมีประสบการณ์ในการใช้งานแอปพลิเคชันธุรกรรมทางการเงินอื่นๆมาก่อน	4.00	0.98	มาก
2. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันเป่าตังมีความเหมาะสมกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่จำเป็นต้องมีการหลีกเลี่ยงการสัมผัส และเว้นระยะห่าง	3.97	0.89	มาก
การรับรู้ความเสี่ยงของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง	3.46	0.84	มาก
1. ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว	3.70	1.00	มาก
2. ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย	3.50	0.94	มาก
3. ความเสี่ยงด้านการเงิน	3.18	0.90	ปานกลาง



จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ประโยชน์ของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้งในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ว่าการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้งช่วยในการลดการสัมผัสเงินสด ซึ่งเป็นการลดความเสี่ยงที่จะก่อให้เกิดการติดเชื้อโควิด-19 อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ว่าการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้งช่วยให้เข้าถึงสิทธิในการได้รับเงินเยียวยาจากรัฐบาลเนื่องในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96

กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความง่ายของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้งในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถทำความเข้าใจและเรียนรู้วิธีการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้งได้ด้วยตัวเอง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างคิดว่าแอปพลิเคชันเป่าตั้งเรียนรู้ได้ง่ายและสามารถสอนผู้อื่นใช้งานได้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86

กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความเข้ากันได้ของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้งในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้งเนื่องจากเคยมีประสบการณ์ในการใช้งานแอปพลิเคชันธุรกรรมทางการเงินอื่นๆ มาก่อน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างคิดว่าแอปพลิเคชันเป่าตั้งมีความเหมาะสมกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่จำเป็นต้องมีการหลีกเลี่ยงการสัมผัส และเว้นระยะห่าง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความเสี่ยงของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้งในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 รองลงมาคือ การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 ตามลำดับ

1.3 พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้งของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้ง

พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้ง	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
1. ท่านมีการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้งอยู่เป็นประจำ	3.74	0.97	มาก
2. ท่านคิดว่า ท่านจะใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้งอย่างต่อเนื่องในอนาคต	3.43	1.10	มาก
รวม	3.51	0.93	มาก



จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้งในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้งอยู่เป็นประจำ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างคิดว่าจะใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้งอย่างต่อเนื่องในอนาคต อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

ในส่วนของลักษณะการใช้งาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้งในช่วงเวลา 16.01 - 20.00 น. มากที่สุด และมีการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้งโดยเฉลี่ย 1-5 ครั้งต่อสัปดาห์ ทั้งนี้โครงการเยียวยาจากภาครัฐ เช่น คนละครึ่ง ยิ่งใช้ยิ่งได้ ฯลฯ ผ่าน (G-Wallet) เป็นบริการที่มีการใช้มากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า โครงการคนละครึ่งเป็นโครงการจากภาครัฐผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งที่เป็นประโยชน์มากที่สุด ในส่วนของค่าใช้จ่าย พบว่าส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมบนแอปพลิเคชันเป่าตั้งต่อครั้ง 101-500 บาท และมีการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้งบนระบบปฏิบัติการ iOS มากที่สุด

2. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเข้ากันได้ และการรับรู้ความเสี่ยงกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้ง

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเข้ากันได้ และการรับรู้ความเสี่ยงกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้ง

ตัวแปร	พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้ง	
	r	Sig.
การรับรู้ประโยชน์ของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้ง	.677	.000*
การรับรู้ความง่ายของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้ง	.624	.000*
การรับรู้ความเข้ากันได้ของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้ง	.633	.000*
การรับรู้ความเสี่ยงของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้ง	.092	.068

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และการรับรู้ความเข้ากันได้ของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้งมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ที่ .677 .624 และ .633 ตามลำดับ ถือว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ขณะที่การรับรู้ความเสี่ยงของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้งไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ที่ .092

3. อิทธิพลของการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเข้ากันได้ และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณเพื่อแสดงอิทธิพลของการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเข้ากันได้ และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง

ตัวแปรอิสระ	B	Beta (β)	t	Sig. t
การรับรู้ประโยชน์ของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง	.462	.373	7.563	.000*
การรับรู้ความง่ายของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง	.265	.207	4.153	.000*
การรับรู้ความเข้ากันได้ของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง	.308	.261	5.249	.000*
การรับรู้ความเสี่ยงของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง	-.030	-.027	-.779	.436

Adjusted R2 = .539, F = 117.800, Sig. F = .000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มของตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง การรับรู้ความง่ายของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง การรับรู้ความเข้ากันได้ของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง และการรับรู้ความเสี่ยงของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง สามารถร่วมกันอธิบายการแปรผันของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังได้ ร้อยละ 53.9 (Adjusted R² = .539) ทั้งนี้พบว่ามีตัวแปรอิสระเพียง 3 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง ($\beta = .373$) การรับรู้ความง่ายของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง ($\beta = .207$) และการรับรู้ความเข้ากันได้ของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง ($\beta = .261$)

อภิปรายผล

1. การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเข้ากันได้ การรับรู้ความเสี่ยง และพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ประโยชน์ของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังว่าการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังช่วยลดการสัมผัสเงินสด ซึ่งเป็นการลดความเสี่ยงที่จะก่อให้เกิดการติดเชื้อโควิด-19 มากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทั่วโลก โดยการหลีกเลี่ยงการหยิบจับและสัมผัสเงินสดและเปลี่ยนไปใช้การชำระเงินออนไลน์แทน ถือเป็นหนึ่งในมาตรการที่องค์การอนามัยโลกแนะนำ (สภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย, 2563) ดังนั้นการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันเป่าตังจึงเป็นส่วนหนึ่งในการลดการสัมผัสและส่งต่อเชื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วลัยชรัตัน วงษ์ยะธา ที่ศึกษา



เกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันรูปแบบซูเปอร์แอป (SUPER APP) กรณีศึกษา แอปพลิเคชันเพย์และแกร็บเพย์ โดยผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ประโยชน์ว่า E-Wallet ในแอปพลิเคชันช่วยให้การชำระเงินเพื่อซื้อสินค้าสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น มีประโยชน์ต่อการชำระเงิน รวมถึงช่วยให้การชำระเงินเพื่อซื้อสินค้ารวดเร็วมากยิ่งขึ้น (วลัญชรัตน์ วงษ์ยะธา, 2563) และมีการรับรู้ความง่ายของการใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตังว่าสามารถทำความเข้าใจและเรียนรู้วิธีการใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตังได้ด้วยตัวเองมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากผู้พัฒนาแอปพลิเคชันเป๋าตัง ได้มีการออกแบบการใช้งานในส่วนต่อประสานกับผู้ใช้ หรือ User Interface (UI) ให้สามารถใช้งานได้ง่ายและเหมาะสมกับทุกช่วงวัย (กนกพร โชคจรัสกุล, 2564) ประกอบกับฟังก์ชันการใช้งานที่จัดเรียงอย่างเป็นระเบียบ มีการแบ่งหมวดหมู่การใช้งานที่ชัดเจน จึงทำให้ผู้ใช้งานส่วนใหญ่สามารถเรียนรู้การใช้งานได้โดยง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรัญธร พินิจจันทร์ ที่ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ โดยผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยรับรู้ว่าการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะสามารถเรียนรู้ทำความเข้าใจได้ง่าย และใช้งานได้ง่าย (วรัญธร พินิจจันทร์, 2563)

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตังเนื่องจากเคยมีประสบการณ์ในการใช้งานแอปพลิเคชันธุรกรรมทางการเงินอื่น ๆ มาก่อนมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากผลสำรวจการทำธุรกรรมออนไลน์ของคนไทยในปี พ.ศ. 2563 โดย We Are Social และ Hootsuite พบว่า คนไทยมีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) จนถึงกลางปี พ.ศ. 2563 มากถึง 99.43 ล้านบัญชี (ประชาชาติธุรกิจ, 2564) จึงไม่ใช่เรื่องยากที่จะทำความเข้าใจและศึกษาวิธีใช้งาน และมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากการใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตัง ต้องมีการลงทะเบียนและยืนยันตัวตน โดยต้องมีการแสกนบัตรประจำตัวประชาชน และยืนยันตัวตนด้วยใบหน้า ผู้ใช้งานจึงมีความกังวลว่าอาจถูกนำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ในทางอื่นที่ไม่ได้รับการยินยอมก่อน รองลงมาคือ การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย เนื่องจากการใช้งานแอปพลิเคชันธุรกรรมออนไลน์จำเป็นต้องมีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต และต้องมีการระบุหมายเลขบัญชีและรหัสผ่านในการทำธุรกรรม ผู้ใช้งานจึงมีความกังวลถึงระบบรักษาความปลอดภัยของแอปพลิเคชัน ลำดับสุดท้าย การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน เนื่องจากการใช้งานพบปัญหาแอปพลิเคชันโหมบายแบงก์กิ้งของหลายธนาคารขัดข้องบ่อยขึ้น จึงทำให้ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตังมีความกังวลว่าอาจเกิดความผิดพลาดขณะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตังด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนยพร สุวัจนพ ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีการรับรู้ความเสี่ยงด้าน



ความเป็นส่วนตัวและด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมากที่สุด (ฉันทพร สุวจนพรพงศ์, 2562)

พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังอยู่เป็นประจำมากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างคิดว่าจะใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังอย่างต่อเนื่องในอนาคต และกลุ่มตัวอย่างจะแนะนำผู้อื่นให้มาใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ประโยชน์ ความง่าย และความเข้ากันได้ของแอปพลิเคชันเป่าตังในระดับมาก จึงส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีและส่งผลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้งานในท้ายที่สุด รวมไปถึงการใช้ซ้ำในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Oliver ที่กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคขึ้นอยู่กับความพึงพอใจหลังจากการที่ได้ซื้อสินค้าหรือใช้บริการแล้ว โดยจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติและจะส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ (Oliver, R. L., 1980)

2. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเข้ากันได้ และการรับรู้ความเสี่ยง กับ พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง

การรับรู้ประโยชน์ของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ หากผู้ใช้งานมีการรับรู้ประโยชน์ของแอปพลิเคชันเป่าตังมากขึ้น จะทำให้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังที่มากขึ้นตามไปด้วย ทั้งนี้เนื่องจากทางภาครัฐและหน่วยงานต่างๆ ได้มีการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันเป่าตังผ่านสื่อในหลากหลายช่องทาง ทำให้ประชาชนได้ทราบถึงประโยชน์ของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง รวมถึงตัวแอปพลิเคชันเป่าตังเอง ก็ถือเป็นแอปพลิเคชันที่มีประโยชน์ในหลายด้าน จึงตอบโจทย์ผู้ใช้งานได้เป็นอย่างดี รวมถึงประชาชนคนไทยเกือบทั้งประเทศรู้จักและใช้บริการมากกว่า 40 ล้านคน (ไทยโพสต์, 2564) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี TAM ของ Davis Bagozzi & Warshaw ที่ระบุไว้ว่า การรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งานจะส่งผลกระทบต่อทัศนคติทำให้เกิดความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีและการใช้งานจริงในท้ายที่สุด (Davis, F. D. et al., 1989) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว, 2561) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

การรับรู้ความง่ายของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ หากผู้ใช้งานมีการรับรู้ความง่ายของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังมากขึ้น จะทำให้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังที่มากขึ้นตามไปด้วย ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่าง



ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง Generation Y และ Z ที่พบว่า เป็นช่วงวัยที่เติบโตมาพร้อมกับความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี (ขวัญชนก กมลศุภจินดา, 2557) จึงมีความคุ้นชินกับการใช้เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต รวมถึงแอปพลิเคชันเป่าตัวเองก็ถือเป็นแอปพลิเคชันที่ใช้งานง่าย จึงทำให้ผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัวเองในระดับมาก และส่งผลถึงพฤติกรรมการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี TAM ของ Davis Bagozzi & Warshaw ที่ระบุไว้ว่า การรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งานจะส่งผลต่อทัศนคติทำให้เกิดความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีและการใช้งานจริงในท้ายที่สุด (Davis, F. D. et al., 1989) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อธิวัตร อมรรัตนกิจ ที่ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการ QR Code Payment ผ่าน Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการ QR Code Payment ผ่าน Mobile Banking (อธิวัตร อมรรัตนกิจ, 2560)

การรับรู้ความเข้ากันได้ของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัวเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัวเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ หากผู้ใช้งานมีการรับรู้ความเข้ากันได้ของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัวเองมากขึ้น จะทำให้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัวเองที่มากขึ้นตามไปด้วย ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์ในการใช้งานแอปพลิเคชันธุรกรรมทางการเงินอื่นๆ มาก่อน ประกอบกับแอปพลิเคชันเป่าตัวเองมีความเหมาะสมกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 รวมถึงสอดคล้องกับวิถีชีวิต รูปแบบการดำเนินชีวิต และค่านิยมของผู้ใช้งาน จึงทำให้ผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีการรับรู้ถึงความเข้ากันได้ของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัวเองในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมของ Roger ที่ระบุถึง ลักษณะสำคัญ 5 ประการของนวัตกรรมที่ยอมรับได้ง่าย โดยหนึ่งในนั้นคือ ความเข้ากันได้ ซึ่งหมายถึง การที่ผู้รับนวัตกรรมรู้สึกว่าการนวัตกรรมนั้นสอดคล้องกับค่านิยมที่มีอยู่ ประสบการณ์ในอดีต วิถีชีวิต และ ความต้องการของผู้ใช้งาน (Rogers, E. M., 1995)

การรับรู้ความเสี่ยงของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัวเองไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัวเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจากคนไทยมีความคุ้นชินกับการทำธุรกรรมออนไลน์ จากสถิติที่มีสัดส่วนการใช้ Mobile Banking ต่อประชากรที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตสูงติดอันดับ 1 ของโลกมา 3 ปีซ้อน (กรุงเทพธุรกิจ, 2564) รวมไปถึงกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่อยู่ในช่วง Generation Y และ Z โดยเป็นช่วงวัยที่เติบโตมาพร้อมกับความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี (ขวัญชนก กมลศุภจินดา, 2557) จึงมีความคุ้นชินกับการใช้เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี รวมไปถึงกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ประโยชน์และความง่ายของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัวเองในภาพรวมในระดับมาก จึงทำให้เมื่อเกิดการ



เปรียบเทียบระหว่างข้อดีและข้อเสีย หรือความเสี่ยงที่จะได้รับจากการใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตัง ปัจจัยด้านความเสี่ยงจึงถูกมองข้ามไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญยาพร จำนงค์ฤทธิ์ ที่ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินออนไลน์ (e-Wallet) โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินออนไลน์ (บุญยาพร จำนงค์ฤทธิ์, 2561)

3. อิทธิพลของการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเข้ากันได้ และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตัง พบว่า การรับรู้ประโยชน์ของ การใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตัง การรับรู้ความง่ายของ การใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตัง และการรับรู้ความเข้ากันได้ของ การใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตัง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการใช้งานของกลุ่มตัวอย่างขึ้นอยู่กับประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตังมากที่สุด รองลงมาขึ้นอยู่กับความเข้ากันได้และการรับรู้ความง่ายของ การใช้งานแอปพลิเคชันตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี TAM ของ Davis Bagozzi & Warshaw ที่อธิบายไว้ว่า การรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานจะส่งผลต่อทัศนคติที่ทำให้เกิดความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีและการใช้งานจริงในท้ายที่สุด (Davis, F. D. et al., 1989) รวมถึงยังสอดคล้องกับทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory) ของ Everett Roger (1995) ที่กล่าวถึง ลักษณะของนวัตกรรมที่ยอมรับได้ง่าย ว่าจะต้องมีความเข้ากันได้กับค่านิยมที่มีอยู่ ประสบการณ์ในอดีต วิถีชีวิต และ ความต้องการของผู้ใช้งาน (Rogers, E. M., 1995)

สรุป/ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตัง ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้ 1) กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเข้ากันได้ การรับรู้ความเสี่ยง และพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และการรับรู้ความเข้ากันได้มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 3) การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และการรับรู้ความเข้ากันได้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้และสำหรับครั้งต่อไป ได้แก่ 1) ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันควรขยายโครงข่ายการใช้งานโครงการคนละครึ่งให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้นจากในปัจจุบัน โดยอาจร่วมมือกับผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน อื่นๆ อาทิ แอปพลิเคชันซื้อขายสินค้าออนไลน์ยอดนิยมอย่าง Shopee หรือ Lazada ให้สามารถใช้งานร่วมกับโครงการคนละครึ่งได้ เนื่องจากผลการวิจัย



พบว่า ผู้ใช้งานมีการรับรู้ประโยชน์ของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้งว่าช่วยลดการสัมผัสเงินสด และความเสี่ยงในการติดเชื้อโควิด-19 มากที่สุด รวมถึงโครงการคนละครึ่งเป็นโครงการที่เป็นประโยชน์มากที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้ตอบโจทย์การใช้งานของผู้ใช้งานและกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการใช้งานที่มากยิ่งขึ้น 2) ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ถึงประโยชน์ที่ผู้ใช้งานจะได้รับจากการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้งให้ได้มากที่สุด อาทิ การเป็นศูนย์รวมในการให้บริการของภาครัฐอย่างครบครัน หรือ อัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการที่ฟรีไม่มีขั้นต่ำ อย่างบริการโอนเงินไปยังบัญชีธนาคาร ที่ถือเป็นจุดแข็งของแอปพลิเคชันเป่าตั้ง รวมไปถึงความง่าย และความเข้ากันได้ของการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้ง 3) นอกจากแอปพลิเคชันเป่าตั้งแล้ว แอปพลิเคชันถุงเงินเป็นอีกหนึ่งแอปพลิเคชันที่น่าสนใจในการนำมาศึกษาวิจัย เนื่องจากแอปพลิเคชันถุงเงินเป็นแอปพลิเคชันที่ผู้ประกอบการร้านค้าใช้งานร่วมกับแอปพลิเคชันเป่าตั้ง โดยอาจจะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงินของผู้ประกอบการร้านค้า

เอกสารอ้างอิง

- กนกพร โชคจรัสกุล. (2564). คนคิดแอปฯ ‘เป่าตั้ง เก่งแค่ไหน อาม่าอากงก็ใช้เป็น. เรียกใช้เมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2565 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/social/918597>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2564). “ไทย” ยื่นหนึ่งใช้ “Mobile Banking” 3 ปีซ้อน มูลค่ารวมปี 63 สูงกว่า 40 ล้านล้าน. เรียกใช้เมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2565 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/959448>
- ขวัญชนก กมลศุภจินดา. (2557). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการแสดงตัวตนของเจเนอเรชั่น: กรณีศึกษาความแตกต่างระหว่างเจเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์สและเจเนอเรชั่นวาย. ใน การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพมหานคร: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ทรูไอดี. (2563). รวม 5 ผลกระทบโควิด-19 ในปี 2020. เรียกใช้เมื่อ 24 สิงหาคม 2564 จาก <https://news.trueid.net/detail/VGJ91QAkKvqN>
- ไทยโพสต์. (2564). แพลตฟอร์ม..เป่าตั้ง ช่วย ‘คนตัวเล็ก’ สร้างธุรกิจ. เรียกใช้เมื่อ 5 สิงหาคม 2564 จาก <https://www.thaipost.net/main/detail/106812>
- ไทยรัฐออนไลน์. (2564). ไทยใช้โมบายแบงกิ้งอันดับหนึ่งของโลก. เรียกใช้เมื่อ 10 สิงหาคม 2564 จาก <https://www.thairath.co.th/business/finance/2031096>



- ฉันทพร สุวัจนพรพงศ์. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน หาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน *วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิติศาสตร์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.*
- ธีรวัตร อมรรัตน์กิจ. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการ QR Code Payment ผ่าน Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ใน *การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- บุญยาพร จำนงค์ฤทธิ์. (2561). ศึกษาการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีกระเป๋าเงิน ออนไลน์ (e-Wallet). ใน *การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- ประชาชาติธุรกิจ. (2563). เล็งคุ่มครอง e-Money สูงสุด 5 ล้านบาท/คน/แบงก์. เรียกใช้เมื่อ 10 สิงหาคม 2564 จาก <https://www.prachachat.net/finance/news-532061>
- ประชาชาติธุรกิจ. (2564). เป้าตั้ง แอปที่ทุกคนต้องมี มีดีมากกว่าแค่รับเงินเยียวยา. เรียกใช้เมื่อ 25 สิงหาคม 2564 จาก <https://www.prachachat.net/finance/news-684466>
- วรัญธร พินิจจันทร์. (2563). การยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ. ใน *วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิติศาสตร์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.*
- วลัญชรัตน์ วงษ์ชะรา. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันรูปแบบซูเปอร์แอป (SUPER APP): กรณีศึกษา แรบบิตไลน์เพย์และแกร็บเพย์. *วารสารระบบสารสนเทศด้านธุรกิจ, 6(3), 11-28.*
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2543). *คู่มือการวิจัย : การวิจัยเชิงปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่ 4).* กรุงเทพมหานคร: เจริญผล.
- ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว. (2561). ปัจจัยพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์, 13(2), 177-190.*
- สภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย. (2563). ลดความเสี่ยง เลี่ยงสัมผัสเงินสดกับ 4 วิธีจ่ายเงินผ่านมือถือ เลี่ยงการติดเชื้อโควิด-19. เรียกใช้เมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2565 จาก <https://www.dct.or.th/th/knowledge/detail/8>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques.* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Davis, F. D. et al. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science, 35(8), 982–1003.*
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research, 17(4), 460-469.*
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of Innovations.* (4th ed.). New York: The Free Press.