

การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ซ้ำของผู้ใช้แอปพลิเคชันของการลงทุนทางการเงินของธนาคารของรัฐวิสาหกิจในภาคตะวันออกประเทศไทย

TECHNOLOGY ACCEPTANCE AFFECTING INTENTION TO REINVEST AMONG USERS OF STATE BANK MOBILE APPLICATIONS IN EASTERN REGION OF THAILAND

วาราลักษณ์ ฤกษ์หระย^{1*} และ ชลธิศ ดาราวงษ์²

WARALAK RERKRAI^{1*} and CHONLATIS DARAWONG²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความตั้งใจใช้ซ้ำของผู้ใช้แอปพลิเคชันของการลงทุนทางการเงินของธนาคารของรัฐวิสาหกิจในภาคตะวันออกประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ซ้ำของผู้ใช้แอปพลิเคชันของการลงทุนทางการเงินของธนาคารของรัฐวิสาหกิจในภาคตะวันออกประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารของรัฐวิสาหกิจในภาคตะวันออกประเทศไทย จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบที ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สมการเส้นถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ซ้ำของผู้ใช้แอปพลิเคชันของการลงทุนทางการเงินของธนาคารของรัฐวิสาหกิจในภาคตะวันออกประเทศไทย และ 2) ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ซ้ำของผู้ใช้แอปพลิเคชันของการลงทุนทางการเงินของธนาคารของรัฐวิสาหกิจในภาคตะวันออกประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยที่ศึกษา ได้แก่ ความง่ายในการใช้งาน การใช้ประโยชน์ ความเสี่ยง ความครบถ้วนของข้อมูล การเข้าถึงบริการ ประสิทธิภาพในการใช้งาน การเก็บรักษาข้อมูลลูกค้า และความพร้อมของระบบ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัยระบุว่าปัจจัยส่วนบุคคลและการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจใช้ซ้ำของผู้ใช้แอปพลิเคชันของการลงทุนทางการเงินของธนาคารของรัฐวิสาหกิจในภาคตะวันออกของประเทศไทย นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยเสริม เช่น ความไว้วางใจในระบบ ความปลอดภัยของข้อมูล การสนับสนุนลูกค้า และโปรแกรมส่งเสริมการขาย มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มระดับความพึงพอใจและกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้แอปพลิเคชันอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาอินเทอร์เน็ตเพชให้มีความเป็นมิตรต่อผู้ใช้ การนำเสนอข้อมูลที่ครบถ้วนและถูกต้อง ตลอดจนการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบ ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยยกระดับประสบการณ์ของผู้ใช้ ส่งผลให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีในระดับที่สูงขึ้น และเอื้อต่อการใช้บริการอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

คำสำคัญ : การยอมรับเทคโนโลยี ; ความตั้งใจใช้ซ้ำ ; การลงทุนทางการเงิน

¹ นักศึกษาปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี, Master Student, Graduate College of Management, Sripatum University Chonburi campus

² อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี, Lecturer, Faculty of Business Administration, Sripatum University Chonburi campus

* Corresponding Author, Email: waralak.beshall@gmail.com

ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) compare the differences in the intention to reinvest among users of state bank mobile applications in eastern region of thailand, classified by personal factors, and 2) examine the influence of technology acceptance factors on the intention to reinvest among users of state bank mobile applications in eastern region of thailand. The quantitative research sample consists of 400 customers who use the services of state-owned banks in Eastern Thailand, selected using a convenience sampling method. The statistical methods used for data analysis include descriptive statistics, such as mean and standard deviation, and inferential statistics, including t-test, one-way analysis of variance (ANOVA), and multiple regression analysis.

The results indicate that: 1) Personal factors including gender, age, education level, occupation, and monthly income significantly influence the intention to use financial investment applications provided by state-owned banks in Eastern Thailand. and 2) Technology acceptance factors have a statistically significant positive impact on the intention to use financial investment applications. The examined factors include ease of use, perceived usefulness, perceived risk, completeness of information, service accessibility, operational efficiency, customer data security, and system readiness. with statistical significance at the .05 level. The findings of this study indicate that personal factors and technology acceptance significantly influence users' intention to continue using financial investment applications provided by state-owned banks in Eastern Thailand. Additionally, trust in the system, data security, customer support, and promotional incentives are identified as key factors enhancing user satisfaction and encouraging continued usage. Enhancing the user interface for improved usability, ensuring comprehensive and accurate information, and optimizing system efficiency are crucial in fostering a positive user experience, ultimately leading to greater technological acceptance and sustained engagement with the application.

Keywords : Technology Acceptance ; Reuse Intention ; Financial Investment

บทนำ

ธนาคารของรัฐมีบทบาทสำคัญในการให้บริการทางการเงินแก่ประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะในภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้กลุ่มผู้ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารเพิ่มมากขึ้น การที่ประชาชนยอมรับและใช้งานแอปพลิเคชันของธนาคารของรัฐ ไม่เพียงแต่ช่วยให้การเข้าถึงบริการทางการเงินเป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมให้เกิดระบบเศรษฐกิจดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีการพัฒนาแอปพลิเคชันทางการเงินอย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงพบว่าผู้ใช้บางกลุ่มมีความลังเลหรือไม่เต็มใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชันของธนาคารของรัฐ ปัญหาดังกล่าวอาจเกิดจากข้อจำกัดด้านความรู้ทางดิจิทัล ความไม่มั่นใจในความปลอดภัยของระบบ ความ

ยุ่งยากในการใช้งาน รวมถึงปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคที่ยังคงคุ้นชินกับรูปแบบการทำธุรกรรมแบบดั้งเดิม

เทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในภาคการเงินและการธนาคาร โดยแอปพลิเคชันธนาคารออนไลน์เป็นหนึ่งในนวัตกรรมที่ได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็วและมีการนำมาใช้ในวงกว้างเพื่อรองรับธุรกรรมทางการเงินและการลงทุน ธนาคารของรัฐวิสาหกิจมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ทำให้การพัฒนาแอปพลิเคชันด้านการลงทุนทางการเงินกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถดำเนินธุรกรรมการลงทุนต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง ไม่ว่าจะเป็นการฝากเงิน การซื้อสลากออมทรัพย์ การลงทุนในกองทุนรวม หรือการซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ ซึ่งล้วนเป็นทางเลือกที่ได้รับความนิยมมากขึ้นในยุคปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่พบคือ ผู้ใช้งานบางกลุ่มยังมีความกังวลเกี่ยวกับความเสี่ยงในการลงทุนผ่าน

แพลตฟอร์มดิจิทัล รวมถึงความซับซ้อนของระบบที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการเข้าถึงและการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ

การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) เป็นแนวคิดที่ช่วยอธิบายพฤติกรรมของผู้ใช้งานในการปรับตัวและยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ความสะดวกในการใช้งาน ความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ และประโยชน์ที่ได้รับจากแอปพลิเคชัน สำหรับแอปพลิเคชันธนาคาร ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้ว่าจะเลือกใช้บริการอย่างต่อเนื่องหรือไม่ ปัญหาที่สำคัญที่พบในปัจจุบันคือ แม้ว่าธนาคารของรัฐจะมีการพัฒนาแอปพลิเคชันใหม่ฟังก์ชันที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้มากขึ้น แต่ผู้ใช้งานกลุ่มยังขาดความเชื่อมั่นในระบบ หรือพบว่าแอปพลิเคชันยังมีข้อจำกัดในการให้บริการที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความคาดหวังของพวกเขา

ดังนั้น การศึกษานี้จึงมุ่งเน้นไปที่การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ซ้ำของผู้ใช้แอปพลิเคชันการลงทุนทางการเงินของธนาคารของรัฐวิสาหกิจในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับและใช้งานแอปพลิเคชันของธนาคารของรัฐในกลุ่มประชากรในภูมิภาคนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมีลักษณะพื้นที่ที่หลากหลาย ครอบคลุมทั้งเขตอุตสาหกรรม เมืองท่องเที่ยว และชุมชนชนบท ความแตกต่างทางด้านเศรษฐกิจและสังคมอาจส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของประชาชนในพื้นที่ดังกล่าว ปัญหาการเข้าถึงเทคโนโลยี การขาดความมั่นใจในระบบ และความแตกต่างด้านพฤติกรรมผู้ใช้ในแต่ละพื้นที่ อาจเป็นอุปสรรคต่อการใช้งานแอปพลิเคชันของธนาคารของรัฐ การศึกษาครั้งนี้จะช่วยให้ธนาคารของรัฐวิสาหกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถปรับปรุงและพัฒนาแอปพลิเคชันให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้งานในแต่ละกลุ่มประชากรได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ตลอดจนช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นและอัตราการใช้งานซ้ำของผู้ใช้ในระยะยาว

งานวิจัยที่ผ่านมาได้ทำการศึกษาตัวแปรด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการใช้อุปกรณ์ธนาคารในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความตั้งใจใช้งาน การใช้งานจริง (นฤมล อ้นภา, 2567) ความน่าเชื่อถือ ความเสี่ยง การรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งาน (เขวาลักษณ์ ปานประดิษฐ์, 2563), (นิพนธ์ บัวบาน, 2566) คุณภาพระบบและคุณภาพการบริการ รวมถึงพฤติกรรมการใช้บริการ (นฤมล อ้นภา, 2567) ด้านความปลอดภัย

เพื่อเสริมสร้างการยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ (วิสุทธิ์ วิมลธรรม, 2564) ด้านความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของลูกค้า พบว่าปัจจัยเหล่านี้ส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจและความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้งาน (วัชรกร ทองคงแก้ว, 2566)

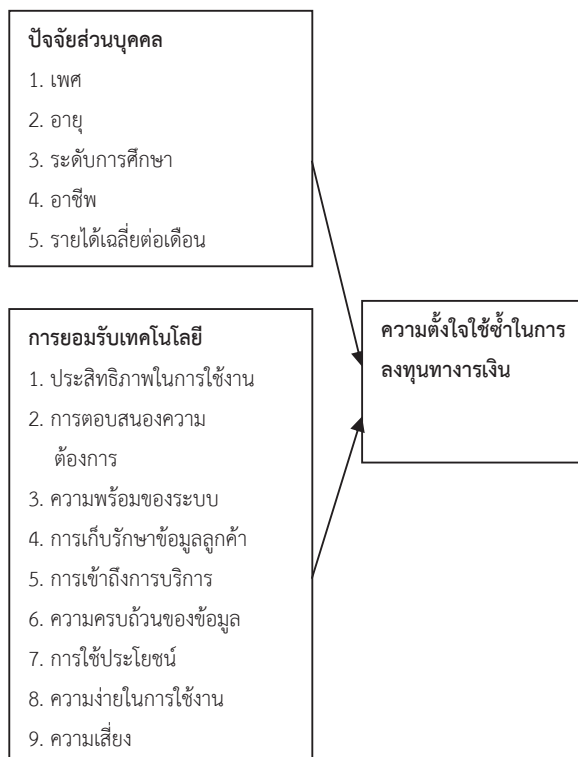
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อความตั้งใจใช้ซ้ำของผู้ใช้แอปพลิเคชันของการลงทุนทางการเงินของธนาคารของรัฐวิสาหกิจในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ซ้ำของผู้ใช้แอปพลิเคชันของการลงทุนทางการเงินของธนาคารของรัฐวิสาหกิจในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้ใช้แอปพลิเคชันที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีความตั้งใจใช้ซ้ำของผู้ใช้แอปพลิเคชันของการลงทุนทางการเงินของธนาคารของรัฐวิสาหกิจในภาคตะวันออกประเทศไทย ที่แตกต่างกัน

2. การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ซ้ำของผู้ใช้แอปพลิเคชันของการลงทุนทางการเงินของธนาคารของรัฐวิสาหกิจในภาคตะวันออกประเทศไทย ที่แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้แอปพลิเคชันในการลงทุนทางการเงินของธนาคารของรัฐวิสาหกิจในภาคตะวันออกประเทศไทย ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรทั้งหมด

2. ผู้ใช้แอปพลิเคชันในการลงทุนทางการเงินของธนาคารของรัฐวิสาหกิจในภาคตะวันออกของประเทศไทย ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา โดยใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ทราบจำนวนประชากรจากสูตร Yamane (1973) ได้จำนวน 400 คน

ผู้วิจัยได้ใช้ การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นวิธีที่ใช้เมื่อผู้วิจัยมีเกณฑ์ที่เฉพาะเจาะจงในการเลือกตัวอย่าง กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องเป็นผู้ใช้แอปพลิเคชันในการลงทุนทางการเงินของธนาคารของรัฐวิสาหกิจในภาคตะวันออกของประเทศไทยเท่านั้น เพื่อให้การวิจัยเจาะจงกับกลุ่มผู้ใช้จริงและตรงตามเป้าหมายของการวิจัย ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีเวลาและเต็มใจที่จะตอบแบบสอบถามให้ครบตามจำนวนตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยศึกษาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยโครงสร้าง แบบสอบถามจะแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามจะเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นข้อมูลส่วนบุคคล มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบหลายตัวเลือก (multiple choices) จำนวน 6 ข้อ โดยแต่ละคำถามจะมีระดับ

การวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (nominal data) พร้อมทั้งรายละเอียดต่าง ๆ ได้แก่ 1. เพศ 2. อายุ 3. ระดับการศึกษา 4. อาชีพ และ 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี มี 9 ด้าน ได้แก่ 1. ประสิทธิภาพในการใช้งาน 2. การตอบสนองความต้องการ 3. ความพร้อมของระบบ 4. การเก็บรักษาข้อมูลลูกค้า 5. การเข้าถึงการบริการ 6. การใช้ประโยชน์ 7. ความง่ายในการใช้งาน และ 9. ความเสี่ยง

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความตั้งใจใช้ซ้ำในการลงทุนทางการเงิน

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ทำการวิจัยได้แบ่งวิธีการเข้าถึงข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร และการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร (review data) ผู้ทำการวิจัยได้ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลด้านวิชาการจากแหล่งข้อมูลและสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์บทความต่าง ๆ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (field data) ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยการลงพื้นที่ที่ได้ทำการสุ่มไว้ และเมื่อได้แบบสอบถามครบ จึงนำมาตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ได้ทำการทดสอบเครื่องมือโดยการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาผ่านการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) พบว่าค่าดัชนีอยู่ระหว่าง 0.75-1.00 ซึ่งเป็นค่าที่เหมาะสม จากนั้นได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.85 แสดงว่าเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือในระดับดี นอกจากนี้ ได้ทำการทดสอบเบื้องต้นกับกลุ่มตัวอย่างนำร่องจำนวน 30 คน และพบว่าข้อคำถามมีความชัดเจน สามารถใช้ในการเก็บข้อมูลจริงได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบที ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สมการเส้นถดถอยพหุคูณ

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษา ผู้วิจัยได้สรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวนคน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	151	37.75
หญิง	230	57.50
LGBTQ+	19	4.75
อายุ		
20-29 ปี	48	12.00
30-39 ปี	178	44.50
40 ปี ขึ้นไป	174	43.50
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี/ปริญญาตรี	264	66.00
ปริญญาโท/ปริญญาเอก	136	34.00
อาชีพ		
ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	168	42.00
พนักงานบริษัทเอกชน	164	41.00
ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ	68	17.00
รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า 30,000 บาท	93	23.25
30,001-40,000 บาท	164	41.00
40,001 บาท ขึ้นไป	143	35.75

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.50 มีอายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.50 ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี/ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.00 มีอาชีพเป็นราชการ/ รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 42.00 และมีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 41.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ตารางผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความตั้งใจใช้ซ้ำในการลงทุนทางการเงิน
เพศ	0.00*
อายุ	0.03*
ระดับการศึกษา	0.02*
อาชีพ	0.03*
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.00*

* $p < .05$

จากตารางที่ 2 พบว่า ความตั้งใจใช้ซ้ำของผู้ใช้แอปพลิเคชันของการลงทุนทางการเงินของธนาคารของรัฐวิสาหกิจในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ซ้ำของผู้ใช้แอปพลิเคชันของการลงทุนทางการเงินของธนาคารของรัฐวิสาหกิจในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย

ตารางที่ 3 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ซ้ำของผู้ใช้แอปพลิเคชันของการลงทุนทางการเงินของธนาคารของรัฐวิสาหกิจในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย

ตัวแปรต้น	B	β	t	p	อันดับที่
Constant	0.17	-	1.82	0.07	
X ₁	0.08	0.08	2.56	0.01*	6
X ₂	0.03	0.03	1.11	0.26	9
X ₃	0.06	0.08	2.77	0.00*	8
X ₄	0.07	0.10	3.24	0.01*	7
X ₅	0.09	0.07	2.86	0.04*	5
X ₆	0.11	0.12	4.78	0.00*	4
X ₇	0.17	0.23	7.88	0.00*	2
X ₈	0.19	0.22	7.21	0.00*	1
X ₉	0.15	0.25	9.07	0.00*	3

R=.927, R²=.859, Adjusted R²=.855, SEE_{est}=.23767, F=263.232, Sig=.000

* $p < .05$

*** X₁ = ประสิทธิภาพในการใช้งาน, X₂ = การตอบสนองความต้องการ, X₃ = ความพร้อมของระบบ, X₄ = การเก็บรักษาข้อมูลลูกค้า, X₅ = การเข้าถึงการบริการ, X₆ = ความครบถ้วนของข้อมูล, X₇ = การใช้ประโยชน์, X₈ = ความง่ายในการใช้งาน, X₉ = ความเสี่ยง

จากตารางที่ 3 พบว่าปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ซ้ำของผู้ใช้แอปพลิเคชันของการลงทุนทางการเงินของธนาคารของรัฐวิสาหกิจในภาคตะวันออกประเทศไทย พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ซ้ำของผู้ใช้แอปพลิเคชันของการลงทุนทางการเงินของธนาคารของรัฐวิสาหกิจในภาคตะวันออกประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยที่ศึกษา ได้แก่ ความง่ายในการใช้งาน การใช้ประโยชน์ ความเสี่ยง ความครบถ้วนของข้อมูล การเข้าถึงบริการ ประสิทธิภาพในการใช้งาน การเก็บรักษาข้อมูลลูกค้า และความพร้อมของระบบ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษา ผู้วิจัยได้พบประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ซ้ำของผู้ใช้แอปพลิเคชันการลงทุนทางการเงินของธนาคารของรัฐวิสาหกิจในภาคตะวันออกประเทศไทย สามารถอธิบายได้โดยใช้แนวคิด Technology Acceptance Model (TAM) ของ Davis (1989) ซึ่งระบุว่า การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของบุคคลขึ้นอยู่กับ Perceived Usefulness (PU) หรือการรับรู้ว่าการใช้เทคโนโลยีจะเป็นประโยชน์ และ Perceived Ease of Use (PEOU) หรือการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน นอกจากนี้ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เช่น อายุและระดับการศึกษา ยังส่งผลต่อระดับการรับรู้และการนำเทคโนโลยีมาใช้ (Venkatesh et al., 2003) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล อ้นภา (2567) ที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL GEN ของธนาคารอาคารสงเคราะห์

2. ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ซ้ำของผู้ใช้แอปพลิเคชันการลงทุนทางการเงินของธนาคารของรัฐวิสาหกิจในภาคตะวันออกของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถอธิบายได้โดย Technology Acceptance Model (TAM) ของ Davis (1989) ที่ระบุว่า การยอมรับเทคโนโลยีขึ้นอยู่กับ Perceived Usefulness (PU) หรือการรับรู้ว่าการใช้เทคโนโลยีจะเป็นประโยชน์ และ Perceived Ease of Use (PEOU) หรือการรับรู้ถึงความง่าย

ในการใช้งาน ทั้งสองปัจจัยนี้ส่งผลโดยตรงต่อทัศนคติและความตั้งใจใช้ซ้ำของผู้ใช้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จักรพันธ์ จันทลา (2566) ที่พบว่าปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี โดยเฉพาะความน่าเชื่อถือของระบบและการอำนวยความสะดวก ส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจใช้บริการระบบพิสูจน์และยืนยันตัวตนทางดิจิทัล (D.DOPA Digital ID) เมื่อพิจารณาในบริบทของแอปพลิเคชันการลงทุนทางการเงินของธนาคารของรัฐวิสาหกิจในประเทศไทย ปัจจัยที่มีอิทธิพล เช่น ความครบถ้วนของข้อมูล การเข้าถึงบริการ ประสิทธิภาพของระบบ และการเก็บรักษาข้อมูลลูกค้า เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สอดคล้องกับแนวคิดด้าน Trust in Technology (Gefen et al., 2003) ซึ่งเน้นว่าความเชื่อมั่นในระบบเป็นปัจจัยหลักที่ผลักดันให้ผู้ใช้ยอมรับและใช้เทคโนโลยีซ้ำ ดังนั้น ผลการศึกษานี้ไม่เพียงแต่ตอบย้าบทบาทของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีต่อการใช้ซ้ำเท่านั้น แต่ยังช่วยให้ธนาคารของรัฐสามารถนำข้อมูลไปพัฒนาระบบและบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุป การวิจัยครั้งนี้ นำไปสู่ข้อค้นพบที่สำคัญหลายประการที่มีนัยสำคัญต่อการพัฒนาและส่งเสริมการใช้ซ้ำของแอปพลิเคชันการลงทุนทางการเงินของธนาคารของรัฐวิสาหกิจในภาคตะวันออกของประเทศไทย ประการแรก พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ซ้ำของผู้ใช้บริการ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างในพฤติกรรมยอมรับเทคโนโลยีในกลุ่มประชากรที่หลากหลาย ประการที่สอง ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ความง่ายในการใช้งาน ประโยชน์ที่ได้รับ ความปลอดภัยของข้อมูล และประสิทธิภาพของระบบ มีอิทธิพลโดยตรงต่อการใช้ซ้ำของผู้ใช้แอปพลิเคชัน ประการที่สาม พบว่าความไว้วางใจในระบบ การสนับสนุนลูกค้า และกลยุทธ์ด้านโปรโมชั่นเป็นปัจจัยเสริมที่สามารถเพิ่มระดับความพึงพอใจและกระตุ้นการใช้บริการซ้ำอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของภาคตะวันออก ซึ่งประกอบด้วยพื้นที่อุตสาหกรรม เมืองท่องเที่ยว และชุมชนชนบท ส่งผลต่อระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ ทำให้เกิดความจำเป็นในการพัฒนาแอปพลิเคชันให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ในแต่ละบริบทได้อย่างมีประสิทธิภาพ สุดท้าย การออกแบบอินเทอร์เฟซให้ใช้งานง่าย การให้ข้อมูลที่ครบถ้วน และการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบเป็นปัจจัยที่สามารถส่งเสริมประสบการณ์ผู้ใช้และเพิ่มอัตราการใช้งานซ้ำในระยะยาว ข้อค้นพบเหล่านี้มีความสำคัญต่อการ

กำหนดแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาแอปพลิเคชันของธนาคารของรัฐวิสาหกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจและความต่อเนื่องในการใช้บริการทางการเงินในอนาคต

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล การศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ซ้ำของผู้ใช้แอปพลิเคชันอย่างมีนัยสำคัญ โดยพบว่า กลุ่มเพศ LGBTQ+ มีแนวโน้มใช้ซ้ำมากที่สุด ในขณะที่กลุ่มเพศชายมีระดับความตั้งใจใช้ซ้ำต่ำที่สุด จึงควรมีการนำเสนอข้อมูลด้านผลตอบแทนและประสิทธิภาพของแอปเพื่อดึงดูดกลุ่มผู้ชาย สำหรับ กลุ่มอายุ พบว่าผู้ใช้ช่วงอายุ 20-29 ปีมีแนวโน้มใช้ซ้ำสูงกว่ากลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไป ซึ่งมีความกังวลเรื่องความปลอดภัยของธุรกรรม จึงควรมีมาตรการสร้างความเชื่อมั่น เช่น การให้ข้อมูลด้านความปลอดภัยและบริการให้คำปรึกษาเพิ่มเติม ในส่วนของ ระดับการศึกษา กลุ่มที่มีการศึกษาสูง (ปริญญาโท/เอก) มีแนวโน้มใช้ซ้ำมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จึงควรมีโปรแกรมหรือรางวัลเพื่อจูงใจการใช้งานอย่างต่อเนื่อง สำหรับ อาชีพ พบว่าพนักงานภาครัฐและเอกชนมีแนวโน้มใช้ซ้ำสูงกว่าผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จึงควรเพิ่มฟังก์ชันที่ช่วยบริหารจัดการทางการเงินเพื่อดึงดูดกลุ่มธุรกิจ ส่วน กลุ่มรายได้ พบว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาทต่อเดือนมีแนวโน้มใช้ซ้ำสูงกว่ากลุ่มรายได้สูงกว่า 40,001 บาทขึ้นไป ซึ่งอาจต้องเพิ่มฟีเจอร์ระดับพรีเมียม เช่น เครื่องมือวิเคราะห์การลงทุน และสิทธิพิเศษเฉพาะสำหรับนักลงทุนระดับสูง เพื่อเพิ่มแรงจูงใจในการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

2. การยอมรับเทคโนโลยี โดยเรียงลำดับตามความสำคัญ ดังนี้

2.1 ด้านความง่ายในการใช้งาน พบว่า แอปพลิเคชันควรมีอินเทอร์เฟซที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน และสามารถใช้งานได้แม้กับผู้ที่ไม่คุ้นเคยกับเทคโนโลยี รูปแบบการแสดงผลต้องชัดเจนและเข้าใจง่าย เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงฟังก์ชันต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก

2.2 ด้านการใช้ประโยชน์ พบว่า แอปพลิเคชันควรช่วยให้การลงทุนและการเข้าถึงข้อมูลทางการเงินเป็นเรื่องง่ายและ

สะดวกยิ่งขึ้น โดยต้องเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ในการบริหารจัดการการลงทุนและเพิ่มมูลค่าทางการเงินให้แก่ผู้ใช้

2.3 ด้านความเสี่ยง พบว่า ระบบต้องมีมาตรการป้องกันความเสี่ยงจากการถูกโจมตีทางไซเบอร์ และต้องไม่มีช่องโหว่ด้านความปลอดภัยที่อาจส่งผลกระทบต่อความมั่นใจของผู้ใช้ ความเสี่ยงที่เกิดจากการใช้งานแอปพลิเคชันอาจเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้ลังเลต่อการใช้งานซ้ำ

2.4 ด้านความครบถ้วนของข้อมูล พบว่า แอปพลิเคชันต้องสามารถให้ข้อมูลด้านการลงทุนได้อย่างครบถ้วน ถูกต้อง และมีการอัปเดตข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ นอกจากนี้ ควรมีระบบจัดเก็บและแสดงข้อมูลที่มีประสิทธิภาพเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาข้อมูลขาดหายหรือไม่สมบูรณ์

2.5 ด้านการเข้าถึงบริการ พบว่า ผู้ใช้ควรสามารถเข้าถึงบริการที่จำเป็นทั้งหมดผ่านแอปพลิเคชันได้อย่างสะดวก แม้ในกรณีที่สัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่เสถียร ระบบควรรองรับการใช้งานในทุกสถานการณ์เพื่อให้ผู้ใช้ได้รับประสบการณ์ที่ดีอย่างต่อเนื่อง

2.6 ด้านประสิทธิภาพในการใช้งานพบว่า แอปพลิเคชันต้องสามารถทำงานร่วมกับอุปกรณ์มือถือได้อย่างราบรื่น ลดข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินการลงทุนด้วยตนเอง และควรมีระบบค้นหาข้อมูลธุรกรรมที่รวดเร็วและแม่นยำ

2.7 ด้านการเก็บรักษาข้อมูลลูกค้า พบว่า ข้อมูลการลงทุนของผู้ใช้ต้องได้รับการปกป้องจากการนำไปใช้อย่างผิดกฎหมาย ระบบควรมีมาตรการแจ้งเตือนเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลที่สำคัญ และต้องมีนโยบายด้านความปลอดภัยที่ชัดเจนในการปกป้องข้อมูลของลูกค้า

2.8 ด้านความพร้อมของระบบ พบว่า แอปพลิเคชันต้องสามารถใช้งานได้ตลอดเวลาโดยไม่มีข้อผิดพลาด รองรับการใช้งานบนอุปกรณ์หลากหลายประเภท และมีระบบที่พร้อมสำหรับการลงทุนของผู้ใช้โดยไม่ก่อให้เกิดปัญหาทางเทคนิค

ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุง

1. พัฒนาอินเทอร์เฟซให้ใช้งานง่ายและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ควรออกแบบแอปพลิเคชันให้มีโครงสร้างที่เป็นมิตรกับผู้ใช้ (User-Friendly) โดยลดความซับซ้อนของขั้นตอนการใช้งาน เพิ่มฟังก์ชันการค้นหาข้อมูล และปรับให้รองรับการใช้งานของกลุ่มประชากรที่มีความหลากหลายทางด้านอายุและระดับการศึกษา

2. เสริมสร้างความปลอดภัยและความไว้วางใจในระบบธนาคารควรเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เช่น การใช้ระบบยืนยันตัวตนแบบหลายชั้น (Multi-Factor Authentication) การเข้ารหัสข้อมูล และการแจ้งเตือนความปลอดภัย เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้

3. ปรับให้เหมาะสมกับบริบททางเศรษฐกิจและสังคมของภาคตะวันออกเนื่องจากพื้นที่ภาคตะวันออกของประเทศไทยมีความแตกต่างกันในด้านเศรษฐกิจและสังคม ควรมีการศึกษาความต้องการของผู้ใช้ในแต่ละพื้นที่อย่างละเอียด และปรับรูปแบบการให้บริการให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การพัฒนาเวอร์ชันที่รองรับธุรกรรมสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก หรือบริการที่ตอบโจทย์กลุ่มแรงงานในเขตอุตสาหกรรม

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีและความตั้งใจใช้ซ้ำ เช่น ปัจจัยด้านพฤติกรรม

ผู้บริโภค (Consumer Behavior), ปัจจัยด้านจิตวิทยาการเงิน (Behavioral Finance), และอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Influence) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพเพื่อเสริมข้อมูลเชิงลึกนอกเหนือจากการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ควรดำเนินการ สัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) หรือสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อเข้าใจแรงจูงใจ อุปสรรค และมุมมองของผู้ใช้ที่อาจไม่ได้สะท้อนผ่านตัวเลขเชิงสถิติ

3. ควรศึกษาการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน วิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันระหว่าง ช่วงอายุ ระดับรายได้ ประสบการณ์การลงทุน และประเภทของธนาคาร (รัฐวิสาหกิจ vs. ธนาคารพาณิชย์) เพื่อระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย

เอกสารอ้างอิง

- [1] จักรพันธ์ จันทลา. (2566). ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการระบบพิสูจน์และยืนยันตัวตนทางดิจิทัล (D.DOPA Digital ID) ผ่านสมาร์ตโฟน ของผู้ใช้บริการในจังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 13(2), 46-60.
- [2] นฤมล อ้นภา. (2567). ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมด้านสินเชื่อผ่านช่องทาง GHB ALL GEN ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขานครสวรรค์. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 3(1), 93-109.
- [3] เยาวลักษณ์ ปานประดิษฐ์. (2563). พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันทางการเงินของผู้บริโภคในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 12(2), 45-60.
- [4] นิพนธ์ บัวบาน. (2566). ผลกระทบของปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเทคโนโลยีต่อพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินออนไลน์. *วารสารเศรษฐศาสตร์และการจัดการ*, 25(1), 98-115.
- [5] วิสุทธิ์ วัฒนธรรม. (2564). ความพร้อมทางเทคโนโลยีและความตั้งใจใช้ซ้ำของผู้ใช้บริการธนาคารดิจิทัล. *วารสารการเงินและการธนาคาร*, 29(3), 77-92.
- [6] วัชรกร ทองคงแก้ว. (2566). บทบาทของปัจจัยทางจิตวิทยาและความเสี่ยงในการตัดสินใจลงทุนผ่านแอปพลิเคชันทางการเงินของนักลงทุนไทย. *วารสารวิจัยธุรกิจและนวัตกรรม*, 15(1), 120-136.
- [7] Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.
- [8] Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS quarterly*, 51-90.
- [9] Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 425-478.



รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 6, 22 มีนาคม 2568

The 6th Santapol Academic and Research Nation Conference Proceedings, March 22, 2025

[10] Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd Edition, Harper and Row, New York.