

## ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตัง

### Factors Influencing Acceptance to Use of PAOTANG Application

จิรภัทร มีขันหมาก (Jiraphat Mikhanmak)<sup>1</sup> นิสารัตน์ โสตามุก (Nisarath Sodamuk)<sup>2</sup>

ปณิสรา ตันติกุลชาติ (Panisara Tantikulchat)<sup>3</sup> นลินภัทร์ บำเพ็ญเพียร (Nalinpat Bhumpenpein)<sup>4</sup>

ภาควิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

<sup>1</sup>s6307011857016@email.kmutnb.ac.th, <sup>2</sup>s6307011857024@email.kmutnb.ac.th,

<sup>3</sup>s6307011857032@email.kmutnb.ac.th, <sup>4</sup>nalinpat.b@itd.kmutnb.ac.th

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตังซึ่งเป็นแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินออนไลน์ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ในช่วงเดือนเมษายน 2564 จากกลุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้ที่มีประสบการณ์การใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตังในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 400 คนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณด้วยวิธี Stepwise ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระ 3 ตัวแปร ได้แก่ สภาพแวดล้อมในการใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตัง ประโยชน์จากการใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตัง และความง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตังมีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และร่วมกันอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตังได้ ร้อยละ 54.0

**คำสำคัญ :** ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตัง

#### Abstract

This research aims to study factors affecting acceptance to use of PAOTANG application, which is an online wallet application. Data were collected in April 2021 from 400 respondents who have experience in using the PAOTANG application in Bangkok and its vicinity. Data were also analyzed using percentage, mean, and stepwise multiple linear regression. The results reveal that three independent variables(i.e., facilitating conditions, perceived usefulness, and perceived ease of use) shared 54.0% variation in acceptance to use of PAOTANG application.

**Keyword :** Influential Factor, Acceptance to Use of Application, PAOTANG Application

#### 1. บทนำ

ปัจจุบันรูปแบบของการชำระเงินมีหลากหลายรูปแบบทั้งชำระด้วยเงินสด ชำระผ่านบัตรเครดิตหรือเดบิตชำระผ่านรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งรูปแบบของการชำระเงินต่าง ๆ ถูกพัฒนาขึ้นตามยุคสมัยและเทคโนโลยีในแต่ละยุคที่แตกต่างกัน การใช้สมาร์ทโฟนในสัดส่วน

ที่เพิ่มขึ้นทำให้ธุรกิจธนาคาร ภาครัฐ และภาคเอกชนจำเป็นต้องพัฒนารูปแบบการบริการแบบใหม่ที่สามารถให้บริการทางการเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชันได้ เช่น ช่วยให้การชำระเงินสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย เพื่อตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการ เมื่อผู้ใช้บริการเข้าถึงบริการทางการเงินได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น กระแส

ของเงินก็มีการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น จะช่วยส่งผลดีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจโดยรวมในที่สุด [1]

แอปพลิเคชันเป่าตัง เป็นแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินออนไลน์ หรือ E-wallet ที่ทำขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนในยุค 4.0 เกิดขึ้นจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลแอปพลิเคชันมีฟีเจอร์การใช้งานที่หลากหลาย เช่น กระเป๋าเงินออนไลน์ที่สามารถเติมเงินหรือถอนเงินได้วอลเล็ต สบม.เป็นการลงทุนพันธบัตรออมทรัพย์ ยังรองรับบริการพิเศษ สำหรับลูกค้า กยศ. จ่ายบิลได้ครอบคลุมทุกค่าใช้จ่าย การเติมบุญ (e-Donation) รองรับการสแกน QR Code เพื่อโอนหรือรับเงินตามมาตรฐานธนาคารแห่งประเทศไทย รองรับการสร้างสลิปที่มี QR Code บันทึกสลิปรายการลงสมาร์ตโฟนและแชร์ไปยัง Social Media สามารถควบคุมทุกยอดใช้จ่ายด้วยการกำหนดวงเงินสูงสุดต่อวันพร้อมตรวจสอบยอดธุรกรรมย้อนหลังได้ถึง 3 เดือน [2]

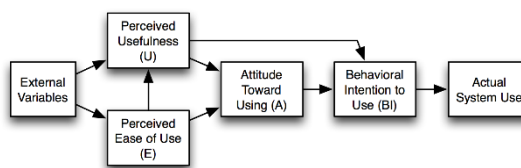
จากความสำคัญที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง โดยศึกษาพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันและปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันซึ่งประกอบด้วย ประโยชน์จากการใช้งาน ความยากง่ายในการใช้งาน ความปลอดภัยในการใช้งาน ความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน สภาพแวดล้อมในการใช้งานและการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันดังกล่าวสามารถส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังในการทำธุรกรรมต่างๆ

## 2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี

ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาในแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (A Technology Acceptance Model หรือ TAM) โดย Davis [3] เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงการยอมรับของผู้ใช้เทคโนโลยี โดยทฤษฎีดังกล่าวมีปัจจัยหลัก ได้แก่ ตัวแปรภายนอก (External Variables) การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) ซึ่งหมายถึงระดับความเชื่อที่ว่า

จะช่วยให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้และการรับรู้ในการใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use) หมายถึง ระดับความเชื่อที่ว่าเทคโนโลยีนั้นไม่ต้องใช้ความพยายามที่จะใช้งานและส่งผลไปยังทัศนคติในการใช้ (Attitude Toward Using) และส่งผลไปยังพฤติกรรมที่มีแนวโน้มจะใช้งาน (Behavioral Intention to use) ซึ่งนำไปสู่การใช้งานจริงในที่สุด (Actual System Use) ดังรูปภาพที่ 1



รูปภาพที่ 1 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี[4]

### 2.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันเป่าตัง

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่ามี 5 ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันดังนี้

ประโยชน์จากการใช้งานแอปพลิเคชัน ( $X_1$ ) ผู้ใช้งานสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรมทางการเงิน ไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมเสียเวลาและเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทาง [1-7, 9-11, 13-15]

ความยากง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชัน ( $X_2$ ) ผู้ใช้งานสามารถติดตั้งและเรียนรู้การใช้งานแอปพลิเคชันได้ด้วยตนเองอีกทั้งแอปพลิเคชันยังมีฟังก์ชันการทำงานที่เหมาะสมรวมไปถึงมีการออกแบบที่สวยงามและทันสมัย [1, 3, 5-6, 8-14]

ความปลอดภัยในการใช้งานแอปพลิเคชัน ( $X_3$ ) ผู้ใช้งานจะต้องใส่รหัสผ่านก่อนการใช้งานทุกครั้ง การยืนยันตัวตนด้วยวิธีการต่างๆ ก่อนการทำธุรกรรม เช่น รหัส PIN, Face ID หรือการสแกนลายนิ้วมือ เป็นต้น [6-7, 9, 11, 13-15]

ความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน ( $X_4$ ) แอปพลิเคชันได้รับการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐ

มีความน่าเชื่อถือ ผู้ใช้งานสามารถตรวจสอบธุรกรรมย้อนหลังได้และแอปพลิเคชันไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลให้กับผู้อื่น [1, 2-3, 6-10, 13-15]

สภาพแวดล้อมในการใช้งานแอปพลิเคชัน ( $X_5$ ) ผู้ใช้งานเลือกใช้งานแอปพลิเคชันจากคำแนะนำของบุคคลรอบข้าง ซึ่งแอปพลิเคชันมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างทั่วถึงและมีบริการให้ความช่วยเหลือในการใช้งาน [2-7, 10-11, 13] ทั้งนี้สามารถสรุปปัจจัยได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชัน

ปัจจัย	[5]	[6]	[7]	[8]	[9]	[10]	[11]	[12]	[13]	[14]	[15]	[16]	[17]	[18]	[19]	รวม
$X_1$	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓	13
$X_2$	✓		✓		✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		11
$X_3$						✓	✓		✓		✓		✓	✓	✓	7
$X_4$	✓		✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	11
$X_5$	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				✓		✓			9

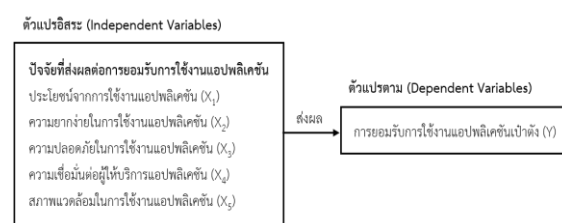
### 3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

ประชากร (population) ที่ใช้สำหรับการวิจัยในครั้งนี้คือ ประชากรที่เคยใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังในการทำธุรกรรมต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งมีเป็นจำนวนมาก ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจากสูตรคอคแรน (W.G. Cochran) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ต้องมีขนาดอย่างน้อย 400 คน และจากการเก็บรวบรวมช่วงเดือนเมษายน 2564 ได้กลุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้งานที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์แบบลิเคิร์ต 5 ระดับ เริ่มตั้งแต่มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด ซึ่งถูกประเมินความเที่ยงตรงด้วยค่าความสอดคล้อง IOC โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน พบว่ามีข้อคำถามบางข้อในปัจจัย  $X_2$ ,  $X_3$  และ  $X_5$  ที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยจึงตัดข้อคำถามดังกล่าวออกไปจากนั้นประเมินความเชื่อมั่นทั้งฉบับด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha)

ที่ค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.882 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปใช้ในงานวิจัยได้

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน โดยส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ โดยคำถามข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคมียาจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว และส่วนที่ 2 สอบถามด้านปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง อันประกอบด้วย 5 ตัวแปรต้น ได้แก่  $X_1$ - $X_5$  และตัวแปรตาม (Y) โดยโมเดลการวิเคราะห์ปัจจัยแสดงได้ดังรูปภาพที่ 2



รูปภาพที่ 2 โมเดลการวิเคราะห์ปัจจัย

### 4. ผลการดำเนินงานวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 295 คน คิดเป็น 72.8% เพศชาย จำนวน 107 คน คิดเป็น 26.4% และเพศอื่นๆ 3 คน คิดเป็น 0.7% มีอายุ 26-35 ปีมากที่สุด จำนวน 187 คน (46.2%) รองลงมาช่วงอายุ 36-45 ปี จำนวน 90 คน (22.2%) ระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 257 คน (63.5%) และปริญญาโทจำนวน 80 คน (19.8%) มีอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 170 คน (42%) มากที่สุด และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา เท่ากันกับอาชีพราชการ คิดเป็นจำนวน 71 คน (17.5%) คนส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 117 คน (28.9%) รองลงมารายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 91 คน (22.5%)

4.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยและสกัดปัจจัยด้วยวิธี Principal Component Analysis

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า KMO เป็นค่าวัดความเหมาะสม (adequacy) ของข้อมูลในการวิเคราะห์องค์ประกอบมีค่าเท่ากับ 0.867 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5สรุปได้ว่า ข้อมูลชุดนี้มีความเหมาะสมในการใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบหรือปัจจัย

สำหรับการทดสอบ Bartlett (Bartlett's Test of Sphericity) จากตารางที่ 2 ได้ค่าสถิติทดสอบ (Chi-Square) เท่ากับ 1,213.252 และค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าตัวแปรทั้ง 5 ตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน ทั้งนี้ยังพบว่าค่า Communalities ของทุกปัจจัยมีค่ามากกว่า 0.5 จึงมีความเหมาะสมในการนำปัจจัยทั้งหมดไปวิเคราะห์ผลต่อไป

**ตารางที่ 2** ผลการวิเคราะห์กลุ่มของปัจจัย KMO and Bartlett's test และ Communalities ของตัวแปรปัจจัย

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		0.867
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1213.253
	df	15
	sig	0.000
Factor	Initial	Extraction
X1	1.000	0.697
X2	1.000	0.685
X3	1.000	0.520
X4	1.000	0.675
X5	1.000	0.598
Extraction Method: Principal Component Analysis (PCA)		

4.3 ผลการวิเคราะห์ผลการถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี Stepwiseพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง มีผลมาจาก 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง ( $X_5$ ) ปัจจัยประโยชน์จากการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง ( $X_1$ ) และปัจจัยความยากง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง ( $X_2$ ) ดังตารางที่ 3 โดยทั้ง 3 ปัจจัยสามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังได้ร้อยละ 54.0 ดังสมการพยากรณ์ต่อไปนี้

$$Y = (-0.225) + 0.503X_5 + 0.348X_1 + 0.161X_2$$

**ตารางที่ 3** ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณวิธี Stepwise

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0.225	0.182		-1.240	0.216
$X_5$	0.503	0.049	0.437	10.338	0.000
$X_1$	0.348	0.056	0.295	6.226	0.000
$X_2$	0.161	0.061	0.127	2.628	0.009
R = 0.737    R Square = 0.544    Adjusted R Square = 0.540					

จากสมการข้างต้นสามารถวิเคราะห์เพื่อสรุปข้อเสนอแนะแนวทางการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง ได้ดังนี้

(1) สภาพแวดล้อมในการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง ส่งผลต่อการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน เนื่องจากในปัจจุบันมีช่องทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ข่าวสารได้หลากหลายช่องทาง การประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชันผ่านสื่อต่าง ๆ นั้น ทำให้ผู้คนให้ความสนใจเกี่ยวกับแอปพลิเคชันเป่าตัง นอกจากนี้การแนะนำจากบุคคลรอบข้าง ไม่ว่าจะเป็นเพื่อน ครอบครัว พ่อค้าแม่ค้า หรือศิลปินดาราที่ชื่นชอบ รวมถึงการมีบริการให้ความช่วยเหลือในการใช้งานแอปพลิเคชันก็ส่งผลทำให้ผู้ใช้งานตัดสินใจเลือกใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง

(2) ประโยชน์จากการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง พบว่า เมื่อผู้ใช้งานได้รับความสะดวกสบายและความรวดเร็วในการทำธุรกรรมทางการเงินและยังทำให้การเข้าถึงบริการต่างๆ ของภาครัฐเป็นเรื่องง่าย ส่งผลเป็นอย่างมากในการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชัน

(3) ความยากง่ายในการใช้แอปพลิเคชันเป่าตัง พบว่า การทำความเข้าใจและเรียนรู้การใช้งานแอปพลิเคชันได้ด้วยตัวเอง รวมถึงความง่ายในการติดตั้งแอปพลิเคชันเป็นสิ่งจำเป็นในการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง ทั้งนี้การออกแบบที่สวยงามชัดเจนหรือการทำงานของฟีเจอร์ต่าง ๆ ที่ครอบคลุมและตอบโจทย์ของผู้ใช้งาน ก็เป็นอีกหนึ่งตัวช่วยในการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชัน

## 5. สรุปผลและอภิปรายผล

งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้งจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างจำนวน 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ วิธี Stepwise พบว่า ตัวแปรที่มีผลในการพยากรณ์การยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้งมีทั้งหมด 3 ตัวแปร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันเท่ากับ 0.737 สามารถพยากรณ์การยอมรับการใช้งานได้ร้อยละ 54.0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และมีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์เท่ากับ 0.736

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการใช้งานแอปพลิเคชัน ทั้งการแนะนำจากผู้ใช้อื่น ๆ การบริการให้ความช่วยเหลือ หรือมีการโฆษณาให้เป็นที่รู้จักปัจจัยด้านประโยชน์จากการใช้งานแอปพลิเคชันที่ทำให้ผู้ใช้ได้รับความสะดวกสบายและสามารถเข้าถึงบริการของภาครัฐได้อย่างง่ายขึ้น ปัจจัยด้านความยากง่ายในการใช้แอปพลิเคชัน พบว่า การเรียนรู้การเข้าใจการใช้งานรวมทั้งการออกแบบที่สวยงามส่งผลอย่างมากที่ทำให้ผู้ใช้ตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันอย่างต่อเนื่อง

ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ [5] ที่กล่าวว่า การเลือกใช้แอปพลิเคชันเกิดจากการสนับสนุนจากคนใกล้ชิดไม่ว่าจะเป็นเพื่อนสนิทบุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้อง การเห็นบุคคลเหล่านี้ใช้บริการแอปพลิเคชันกันอย่างแพร่หลายจะทำให้เกิดพฤติกรรมการทำตามและใช้บริการเช่นเดียวกันกับบุคคลเหล่านี้ รวมถึงคนส่วนใหญ่จะเลือกใช้งานแอปพลิเคชันเนื่องจากเห็นว่าแอปพลิเคชันมีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน สามารถสร้างความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้งานมากขึ้นตอบโจทย์ชีวิตที่เร่งรีบในปัจจุบันทำให้มีเวลาในการนำไปทำอย่างอื่นได้ มากขึ้นผู้ใช้งานต้องการความง่ายและสะดวกสบาย หากแอปพลิเคชันที่เลือกใช้บริการสามารถใช้งานได้ง่าย ผู้ใช้งานย่อมยินดีเลือกใช้

บริการมากขึ้น นอกจากจะทำให้ทัศนคติดีขึ้นแล้วการใช้งานง่ายย่อมส่งผลถึงความมีประโยชน์ของแอปพลิเคชันด้วย

โดยปัจจัยทั้ง 3 ปัจจัยนี้สามารถนำไปวิเคราะห์ถึงแนวทางการแก้ไขหรือพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานของแอปพลิเคชันเพื่อปรับปรุงฟีเจอร์การใช้งานต่าง ๆ ให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานได้มากที่สุดและเพิ่มโอกาสในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันอย่างต่อเนื่องให้มากขึ้นด้วย

## เอกสารอ้างอิง

- [1] ณัฐพล ทีฆรังสรรค์. (ม.ป.ป.). *ปัจจัยที่มีผลกระทบบต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยรังสิต.
- [2] บมจ. ธนาคารกรุงไทย. (2561). *จ่ายเงินผ่าน QR Code เป่าตั้ง กรุงไทย จ่ายง่ายใน App เดียว | KTB*. สืบค้น 17 มีนาคม 2564, จาก <https://krungthai.com/th/personal/detail/201>
- [3] Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- [4] SutheePromsena. (2020). *Technology Acceptance Model (Davis et al., 1989)*. [ภาพ]. สืบค้น 17 เมษายน 2564, จาก [https://miro.medium.com/max/2400/1\\*B99lHiTSOjS2sPKQ3BY4cw.png](https://miro.medium.com/max/2400/1*B99lHiTSOjS2sPKQ3BY4cw.png)
- [5] ณัฐปภัสร ดาราพงษ์. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี Mobile Banking (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [6] ปาลี คล้ายเพชร. (2559). *การเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยี Mobile Banking กรณีศึกษา MYMO กับ K PLUS ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต)*.

- กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล  
รัตนโกสินทร์.
- [7] จักรพงษ์ ลีลาธนาศิริ. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี.
- [8] บุญยาพร จำนงค์ฤทธิ์. (2561). *ศึกษาการยอมรับ เทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินออนไลน์ (e-Wallet)* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [9] ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย. (2562). การยอมรับการ ใช้โมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยอย่าง ต่อเนื่อง. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ*, 8(2), 10-21.
- [10] คุณิตา เทพวงศ์. (2559). การตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน BualuangmBanking ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ ในเขตจังหวัดชลบุรี. *สหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี*, 2(1), 1-9.
- [11] กรณิธรรัตน์ รังสิยามรณ. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการ ยอมรับแอปพลิเคชัน SCB EASY กรณีศึกษา ผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [12] นันทกัตต์ แต่รุ่งเรือง. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ความเชื่อมั่นในการใช้แอปพลิเคชัน KMA ของลูกค้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)* (วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย ศิลปากร.
- [13] ปภานัน วงศ์กิตติชัยกุล. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อ การใช้งาน Krungthai NEXT ของกลุ่มวัยสี่เงินใน กรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- [14] ขยาภรณ์ กิตติพิชัย. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อการ ยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงิน อิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ในการซื้อสินค้าของ ผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร.
- [15] ปวีตรา สอนดี. (2560). *การยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) ของกลุ่มผู้ใช้งาน ที่มีอายุ 40-60 ปี* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [16] วิฑิตาภรณ์ สระแก้ว, วาสนา สุวรรณวิจิตร และอรจันทร์ ศิริโชติ. (2561). แรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรม ทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ของ ผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร สาขารัตนภูมิ จังหวัดสงขลา. *วารสาร เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 10(2), 39-54.
- [17] ศุภสิรา คุณรัตน์. (2561). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ ยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- [18] วรณพร ทวلمانพ. (2558). *พฤติกรรมและความ พึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขต กรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.
- [19] จันทิมา ฉิมช้าง. (2561). *ความคาดหวังและความพึง พ้อใจของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบน โทรศัพท์มือถือ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลกรุงเทพ.