

ความตั้งใจในการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคล: ผลกระทบของความพร้อมด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี และอิทธิพลทางสังคม

นุรียา เหลี่ยมปาน*

การยางแห่งประเทศไทย

*Correspondence: nureeya.le@gmail.com

doi: 10.14456/jisb.2016.18

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของความพร้อมด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีและอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลบนสมาร์ตโฟน และศึกษาความสัมพันธ์ของความตั้งใจในการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลที่มีต่อการใช้งานแอปจริง รวมถึงการเปรียบเทียบความตั้งใจและพฤติกรรมการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลของช่วงอายุที่ต่างกันของกลุ่มตัวอย่างจากประชากรในเขตกรุงเทพมหานครผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับเทคโนโลยี การรับรู้ประโยชน์ และอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลอย่างมีนัยสำคัญ อีกทั้งความตั้งใจในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ใช้และไม่ได้ใช้งานจริง นอกจากนี้จากการศึกษาความตั้งใจและพฤติกรรมการวางแผนการเงินของช่วงอายุที่ต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงอายุที่แตกต่างกันมีความตั้งใจในการใช้งานแตกต่างกัน โดยกลุ่มคนที่สำเร็จการศึกษาและทำงานแล้วตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไปมีความตั้งใจในการใช้งานสูงสุด และกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงอายุที่ต่างกันมีความถี่ในการใช้งานแอปติดตามงบประมาณและแอปวางแผนค่าใช้จ่ายและเงินออมที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มคนที่สำเร็จการศึกษาและทำงานแล้วตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไปมีความถี่ในการใช้งานสูงสุด สำหรับแอปช่วยเหลือทางการเงินและแอปคำนวณเงินกู้กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีความถี่ในการใช้งานไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: แอปวางแผนการเงินส่วนบุคคล ความพร้อมด้านเทคโนโลยี การยอมรับเทคโนโลยี อิทธิพลทางสังคม

The intention to use personal financial planning apps: The effects of technology readiness, technology acceptance factors, and social influence

Nureeya Lempan*

Rubber Authority of Thailand

*Correspondence: nureeya.le@gmail.com

doi: 10.14456/jisb.2016.18

Abstract

The purposes of this study are to investigate the effects of technology readiness factors, technology acceptance factors, and social influence factors on the intention to use personal financial planning apps; to study the relationship between users' intention to use the apps and their adoption; and to compare the differences of the app usage intention and behaviours among users in different age groups.

Findings show that perceived ease of use, optimism, perceived usefulness, and social influence significantly affect the intention to adopt the apps. The results also support the relationships between the users' intention and the adoption of personal financial planning apps. The intention to use the apps of respondents in various age categories is significantly different. Graduated people who have worked for more than 5 years have higher intention to apply the personal financial planning apps than others. They also have higher adoption level for budget tracking apps and spending/ saving apps than others. However, the adoption of financial assistant apps and loan calculator apps among samples in different age groups is similar.

Keywords: Personal financial planning apps, Technology readiness, Technology acceptance, Social influence

1. บทนำ

การวางแผนการเงินส่วนบุคคล (Personal Financial Planning) เป็นจุดเริ่มต้นและเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้คนเราสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีทิศทาง และสามารถเตรียมการเพื่อรับมือกับความไม่แน่นอนในอนาคตได้ (กิตติพัฒน์ แสหนวีสุข, 2550) แต่จากการรายงานภาวะสังคมไทยไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ. 2557 ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) สะท้อนให้เห็นว่า แม้ว่าครัวเรือนไทยจะมีการก่อหนี้ของครัวเรือนชะลอลงตามภาวะเศรษฐกิจ แต่ความสามารถในการชำระหนี้สินของครัวเรือนลดลงอย่างชัดเจน เนื่องจากคนไทยขาดวินัยในการใช้จ่ายและใช้จ่ายเงินเกินตัวมากขึ้น นอกจากนี้ข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชาชนในปี พ.ศ. 2557 จากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย พบว่า กลุ่มคนอาชีพที่มีรายได้ต่ำและกลุ่มนักศึกษาเป็นหนี้บัตรเครดิตและมีโอกาสผิดนัดชำระหนี้สูงกว่ากลุ่มคนอาชีพอื่น ซึ่งสาเหตุส่วนหนึ่งของปัญหาเหล่านี้มาจากการขาดการวางแผนทางการเงินที่ดี (มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย, 2557)

การศึกษางานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยพบว่า ยังไม่มีงานวิจัยใดที่ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานโปรแกรมประยุกต์บนสมาร์ตโฟนหรือแอป (Apps) ในบริบทของผู้ใช้งานในลักษณะส่วนบุคคล งานวิจัยในอดีตมีเพียงบางงานวิจัยเท่านั้นที่ประยุกต์ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี อาทิ งานวิจัยที่ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปในบริบทของแอปด้านสุขภาพ (Cho et al., 2014) แม้ว่าปัจจุบันโปรแกรมประยุกต์บนสมาร์ตโฟนได้รับความนิยมและถูกนำมาใช้งานจำนวนมาก แต่จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยที่น่าทึ่งทฤษฎีความพร้อมด้านเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในบริบทของการใช้งานโปรแกรมประยุกต์บนสมาร์ตโฟนยังมีจำนวนน้อยมาก (Wu, 2013)

งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลในบริบทของผู้ใช้งานส่วนบุคคล โดยประยุกต์ทฤษฎีความพร้อมด้านเทคโนโลยี ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ร่วมกับปัจจัยอิทธิพลทางสังคม เพื่อตอบคำถามการวิจัยที่ว่า อิทธิพลของความพร้อมด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี และอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลหรือไม่ นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังศึกษาความตั้งใจและพฤติกรรมการวางแผนการเงินของกลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุที่แตกต่างกันด้วย

2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และภูมิหลัง

2.1 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

Davis (1989) นำเสนอแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้หรือยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยภายนอก (External Variables) ที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ที่ส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude towards Use) การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศและทัศนคติที่มีต่อการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้หรือยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ และความตั้งใจในการใช้หรือยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้หรือยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศในที่สุด

2.2 ทฤษฎีดัชนีความพร้อมด้านเทคโนโลยี 2.0 (Technology Readiness Index: TRI 2.0)

Parasuraman and Colby (2014) นำเสนอทฤษฎีดัชนีความพร้อมด้านเทคโนโลยีที่เป็นตัวชี้วัดความรู้สึกทางจิตวิทยาเกี่ยวกับระดับแนวโน้มของการเปิดใจยอมรับและนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้งาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการใช้ชีวิตประจำวัน ทั้งที่บ้านและที่ทำงาน ดัชนีความพร้อมด้านเทคโนโลยีประกอบด้วย การมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับเทคโนโลยี (Optimism) ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) ความไม่สบายใจในการใช้งานเทคโนโลยี (Discomfort) และความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยี (Insecurity)

2.3 แอปวางแผนการเงิน

เว็บไซต์ BankRate.com ได้แบ่งประเภทของโปรแกรมประยุกต์ด้านการเงินที่ทำงานบนอุปกรณ์พกพาออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

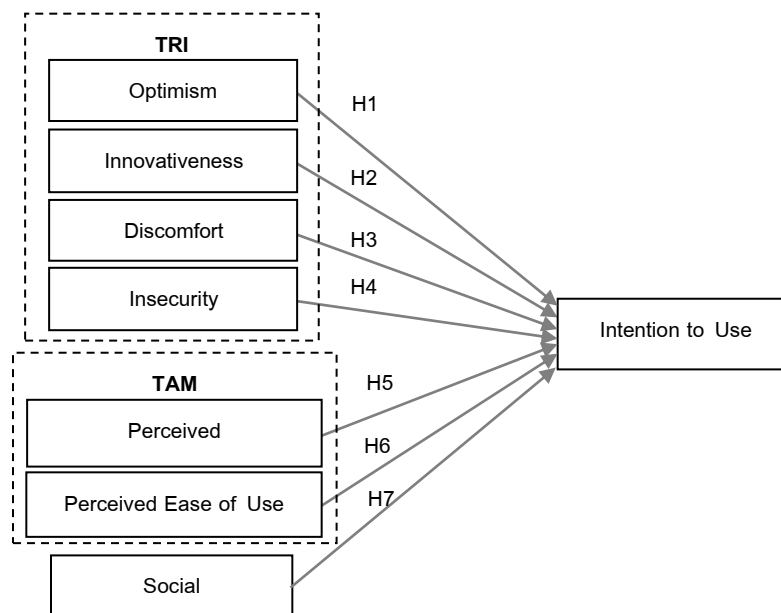
1. แอปติดตามงบประมาณ (Budget Tracking Apps) แอปติดตามงบประมาณช่วยบันทึกค่าใช้จ่าย เสมือนเป็นการติดตามยอดเงินในสมุดบัญชีธนาคาร และจัดแบ่งกลุ่มของงบประมาณต่างๆ ได้ ตัวอย่างแอปติดตามงบประมาณ เช่น My Budget Apps

2. แอปช่วยเหลือทางการเงิน (Financial Assistant Apps) แอปช่วยเหลือทางการเงินช่วยรวบรวม จัดเก็บ และเรียกดูรายงานทางบัญชีต่างๆ ได้ ตัวอย่างแอปช่วยเหลือทางการเงิน เช่น Financial Assistant ในแอป optbanka

3. แอปคำนวณเงินกู้ (Loan Calculator Apps) แอปคำนวณเงินกู้ช่วยประมาณการใช้จ่าย และยอดเงินคงเหลือปัจจุบันของเงินกู้ยืมต่างๆ ตัวอย่างแอปคำนวณเงินกู้ เช่น Simple Loan Calculation

4. แอปวางแผนค่าใช้จ่ายและเงินออม (Spending and Saving Apps) แอปวางแผนค่าใช้จ่ายและเงินออมช่วยจำลองเหตุการณ์ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นตามแต่ละสถานการณ์ ทำให้สามารถเตรียมเงินออมไว้ให้เพียงพอกับค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นได้ ตัวอย่างแอปวางแผนค่าใช้จ่ายและเงินออม เช่น Saving Plan

2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย และสมมติฐาน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับเทคโนโลยีเป็นการมองเทคโนโลยีในเชิงบวก และมีความเชื่อว่าผู้ใช้งานมีความสามารถในการควบคุมเทคโนโลยีได้มากขึ้น นอกจากนี้ยังหมายถึง การรับรู้ถึงความยืดหยุ่นในการใช้งานที่จะส่งผลให้การทำงานในชีวิตประจำวันมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งบุคคลที่มองโลกในแง่ดีนั้นมักมีความกระตือรือร้นในการคิดหากกลยุทธ์ในการจัดการมากกว่าคนมองโลกในแง่ร้าย อีกทั้งกลยุทธ์หรือแผนการที่ใช้ในการจัดการนั้นมักจะมีประสิทธิภาพมากกว่าด้วยเช่นกัน

ดังนั้นคนที่มองโลกในแง่ดีจึงมักเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้อย่างเต็มที่ รวมถึงสามารถยอมรับและเผชิญหน้ากับสิ่งใหม่ๆ ที่จะได้พบผ่านเทคโนโลยีได้ดีกว่าและทำให้เกิดความตั้งใจในการใช้งานได้ (Parasuraman and Colby, 2014; Shih and Fan, 2013; Elliott et al., 2013; Lin and Chang, 2011; Lin and Hsieh, 2007; Lin and Hsieh, 2006) ดังนั้นจึงนำเสนอสมมติฐานที่ว่า

H1: การมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับเทคโนโลยีส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพวงแผนการเงินส่วนบุคคล

ความมีนวัตกรรมเป็นแนวโน้มที่บุคคลหนึ่งจะเป็นผู้บุกเบิกทางด้านเทคโนโลยี และริเริ่มการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ และยังเป็นผู้นำทางความคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยี บุคคลที่มีระดับความสนใจเริ่มในการใช้งานเทคโนโลยีสูงมักคิดว่าการไม่ได้ลองใช้งานเทคโนโลยีใหม่ๆ นั้นจะทำให้ตนเองเสียโอกาสหรือผลประโยชน์ที่ควรจะได้รับ คนกลุ่มนี้จึงไม่ลังเลที่จะลองใช้งานสินค้าหรืออุปกรณ์เทคโนโลยีใหม่ๆ แม้ยังไม่ทราบแน่ชัดว่าตนจะได้รับคุณค่าหรือประโยชน์ใดจากการใช้งานนั้น โดยเชื่อว่าตนเองนั้นมีสัญชาตญาณในการทำความรู้จักนวัตกรรมนั้นได้เอง ความมีนวัตกรรมจึงส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการใช้งาน (Shih and Fan, 2013; Elliott et al., 2013; Lin and Chang, 2011; Lin and Hsieh, 2007; Lin and Hsieh, 2006) ดังนั้นจึงนำเสนอสมมติฐานที่ว่า

H2: ความมีนวัตกรรมส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพวงแผนการเงินส่วนบุคคล

ความไม่สบายใจในการใช้งานเทคโนโลยีหมายถึง การที่ผู้ใช้งานรู้สึกว่าคุณสมบัติความสามารถในการควบคุมเทคโนโลยีและมีความรู้สึกว่าคุณเทคโนโลยีครอบงำซึ่งเป็นทัศนคติเชิงลบเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีไปใช้งาน บุคคลที่มีระดับความไม่สบายใจ หรือวิตกกังวลในการใช้งานเทคโนโลยีสูงนั้นมักรู้สึกว่าตนเองถูกคุกคามจากเทคโนโลยีที่มีการใช้งานยุ่งยากซับซ้อน และไม่เล็งเห็นข้อดีของการนำเทคโนโลยีมาใช้งาน ความไม่สบายใจในการใช้งานเทคโนโลยีจึงอาจส่งผลเชิงลบต่อความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยี (Elliott et al., 2013; Lin and Chang, 2011; Lin and Hsieh, 2007; Lin and Hsieh, 2006) ดังนั้นจึงนำเสนอสมมติฐานที่ว่า

H3: ความไม่สบายใจในการใช้งานเทคโนโลยีส่งผลเชิงลบต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพวงแผนการเงินส่วนบุคคล

ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยีเป็นความรู้สึกที่ไม่เชื่อมั่นในศักยภาพ และความถูกต้องของเทคโนโลยี ผู้ใช้จึงเกิดความรู้สึกกังวลถึงผลลัพธ์ที่อาจเกิดขึ้นตามมาและผู้ใช้งานมักเลือกที่จะหลีกเลี่ยงการใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากเทคโนโลยีดังกล่าวไม่มีการควบคุมหรือเป็นเทคโนโลยีที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งานโดยตรงนั้นมีโอกาสที่ข้อมูลจะผิดพลาด สูญหาย ส่งต่อไปยังผู้รับที่ไม่ถูกต้อง หรืออาจถูกลักลอบดูจากบุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาตได้ หากเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินเงินทองก็ยิ่งทำให้เกิดความหวาดระแวงในการใช้งานมากขึ้น ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยีจึงเป็นทัศนคติเชิงลบเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีไปใช้งานได้ (Elliott et al., 2013; Lin and Chang, 2011; Lin and Hsieh, 2007; Lin and Hsieh, 2006) ดังนั้นจึงนำเสนอสมมติฐานที่ว่า

H4: ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยีส่งผลเชิงลบต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพวงแผนการเงินส่วนบุคคล

สมมติฐาน H5 และ H6 เป็น Framework ที่ถูกสร้างขึ้นมาจากการศึกษาในอดีต เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความตั้งใจในการนำเทคโนโลยีไปใช้งานและเพื่อเป็นการต่อยอดไปสู่การสร้างกรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้ โดยสมมติฐาน H5 ศึกษาถึงการรับรู้ประโยชน์ ซึ่งการรับรู้ประโยชน์จะมีระดับสูงขึ้นตามความคาดหวังของผู้ใช้งานในการนำเทคโนโลยีต่างๆไปใช้งานในด้านต่างๆ ทั้งด้านการทำงานและการใช้ชีวิตประจำวัน หลังจากที่ผู้ใช้งานนำเทคโนโลยีมาใช้งานสามารถทำงานเสร็จรวดเร็วขึ้น มีประสิทธิภาพและคุณภาพมากขึ้นเช่นกัน การรับรู้ประโยชน์จึงอาจส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยีของผู้ใช้งานได้ (Shin and Lee, 2014; Lin et al., 2007)

H5: การรับรู้ถึงประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพวงวางแผนการเงินส่วนบุคคล

การรับรู้ความง่ายในการใช้งานเป็นระดับความเชื่อของผู้ใช้งานเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่นำมาใช้ โดยผู้ใช้งานเกิดความรู้สึกว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้งานสามารถใช้งานได้ง่าย เมื่อนำเทคโนโลยีมาใช้งานแล้วทำให้การทำงานในด้านต่างๆ ง่ายขึ้น ช่วยอำนวยความสะดวกมากกว่าการทำงานแบบไม่ใช้เทคโนโลยี ซึ่งอาจทำให้การทำงานช้าลงหรือเกิดความผิดพลาดได้ หลังจากนำเทคโนโลยีมาใช้ก็จะสามารถทำงานเสร็จรวดเร็ว มีประสิทธิภาพและคุณภาพมากขึ้น การรับรู้ความง่ายในการใช้งานจึงส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการใช้งานของผู้ใช้งาน (Guhr et al., 2013; Elliott et al., 2012; Mekić and Özlen, 2014) ดังนั้นจึงนำเสนอสมมติฐานที่ว่า

H6: การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพวงวางแผนการเงินส่วนบุคคล

อิทธิพลทางสังคมเป็นค่านิยมของสังคมหรือบุคคลรอบข้าง เพื่อกำหนดเป็นพฤติกรรมพื้นฐานของกลุ่มคนหรือสังคมรอบข้าง (Hong et al., 2006) โดยหากคนรอบข้างดังกล่าวเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้งานเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นเพื่อน บุคคลในครอบครัว ผู้บังคับบัญชาหรือเพื่อนร่วมงานเป็นผู้ที่ให้ข้อเสนอแนะ คำแนะนำ หรือข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้งานเทคโนโลยีต่างๆ ก็จะส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้งาน และทำให้ผู้ใช้งานเกิดความตั้งใจในการนำเทคโนโลยีมาใช้งานหรือไม่ใช้งานในชีวิตประจำวันมากขึ้น (Hong et al., 2006) ดังนั้นจึงนำเสนอสมมติฐานที่ว่า

H7: อิทธิพลทางสังคมส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพวงวางแผนการเงินส่วนบุคคล

การใช้งานจริงเป็นการแสดงพฤติกรรมการใช้งานของแต่ละบุคคล ความตั้งใจในการใช้งานเป็นตัวแปรที่สามารถบ่งชี้ว่าบุคคลมีการวางแผนมากน้อยอย่างไรในการกระทำพฤติกรรมออกมา ซึ่งความตั้งใจในการใช้งานของผู้ใช้งานนี้จะยังอยู่จนกระทั่งถึงเวลาและโอกาสที่เหมาะสม บุคคลจึงแสดงพฤติกรรมออกมาในลักษณะที่สอดคล้องกับความตั้งใจของบุคคล ผู้ใช้งานจะพิจารณาถึงผลของการกระทำทั้งหลายก่อนที่จะกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้น ดังนั้นหากสามารถวัดความตั้งใจในการใช้งานได้แล้วก็จะสามารถอธิบายพฤติกรรมได้อย่างถูกต้องและใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด (Yang, 2013; Wu, 2013) ดังนั้นจึงนำเสนอสมมติฐานที่ว่า

H8: ความตั้งใจในการใช้งานแอปพวงวางแผนการเงินส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพวงวางแผนการเงินส่วนบุคคล (ใช้งานจริง และไม่ได้ใช้งานจริง)

3. วิธีการวิจัย

ประชากรของงานวิจัยนี้คือ ผู้ใช้งานสมาร์ทโฟนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครทั้งที่เคยใช้งานและไม่เคยใช้งาน แอปวางแผนการเงินส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างจำนวน 360 คน ถูกสุ่มตัวอย่างโดยแบ่งเป็นกลุ่มคนที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 120 คน กลุ่มคนที่จบการศึกษาและทำงานแล้วไม่เกิน 5 ปี จำนวน 120 คน และกลุ่มคนที่จบการศึกษาและทำงานแล้วตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป จำนวน 120 คน งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือนมกราคมถึงมีนาคม พ.ศ. 2558 ใช้แบบสอบถามออนไลน์ แจกแบบสอบถามด้วยการส่งลิงค์แบบสอบถามให้กับผู้รับผ่านทางกล่องข้อความส่วนตัว การฝากลิงค์บนหน้า Fanpage ต่างๆ และใช้แบบสอบถามกระดาษ แจกแบบสอบถามในสถานที่สาธารณะต่างๆ และส่งแบบสอบถามกระดาษไปยังสถานที่ทำงานของบุคคลที่รู้จัก

แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับความตั้งใจในการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคล และทัศนคติที่มีต่อดัชนีความพร้อมด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี และปัจจัยอิทธิพลทางสังคม ประกอบด้วย 33 คำถามแสดงตัวอย่างข้อคำถามดังตารางที่ 1 โดยใช้การตอบ 5 ช่องแบบ Likert's Scale ในการเลือกคำตอบ และกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5 คะแนน ค่อนข้างเห็นด้วย = 4 คะแนน ไม่มีความคิดเห็น = 3 คะแนน ค่อนข้างไม่เห็นด้วย = 2 คะแนน และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1 คะแนน ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลบนสมาร์ทโฟน และส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ตัวอย่างข้อคำถาม

ตัวแปร	ตัวอย่างข้อคำถาม	อ้างอิง
การมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับเทคโนโลยี	OPT1 การใช้งานแอปวางแผนการเงิน นำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น OPT2 การใช้งานแอปวางแผนการเงิน ทำให้ฉันสามารถวางแผนการเงินส่วนบุคคลได้ทุกที่อย่างมีประสิทธิภาพขึ้น	(Parasuraman and Colby, 2014; Parasuraman, 2000)
ความมีนวัตกรรม	INN5 คนรอบข้างมักเข้ามาขอคำแนะนำจากฉันเกี่ยวกับการใช้งานแอปวางแผนการเงิน เวอร์ชันใหม่ ๆ ถูกพัฒนาออกมา INN6 ในบรรดากลุ่มเพื่อน ฉันเป็นคนแรกที่นำเอาแอปวางแผนการเงิน มาใช้งาน	(Parasuraman and Colby, 2014; Parasuraman, 2000)
ความไม่สบายใจในการใช้งานเทคโนโลยี	DIS9 ฉันรู้สึกว่ บางครั้งฉันต้องความรู้กว่าผู้อื่น เมื่อได้รับฟังคำแนะนำด้านเทคนิคจากผู้ให้บริการแอปวางแผนการเงิน DIS10 บางครั้งฉันไม่เข้าใจคำอธิบาย หรือคำแนะนำเกี่ยวกับการใช้งานแอปวางแผนการเงิน ที่ได้รับจากทีมสนับสนุนด้านเทคนิค	(Parasuraman and Colby, 2014; Parasuraman, 2000)
ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยี	DIS14 ฉันรู้สึกไม่ปลอดภัย เมื่อต้องให้ข้อมูลบัตรเครดิตออนไลน์ DIS15 ฉันรู้สึกไม่ปลอดภัย เมื่อต้องทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ DIS16 ฉันรู้สึกไม่มั่นใจ เมื่อต้องทำธุรกรรมในที่ที่เข้าถึงได้แบบออนไลน์	(Parasuraman and Colby, 2014; Parasuraman, 2000)

ตารางที่ 1 ตัวอย่างข้อคำถาม (ต่อ)

ตัวแปร	ตัวอย่างข้อคำถาม	อ้างอิง
อิทธิพลทางสังคม	SI19 คนรอบข้างที่มีความสำคัญกับฉัน (เช่น เพื่อน ญาติพี่น้อง เจ้านาย) จะสนับสนุนให้ฉันใช้งานแอปวางแผนการเงิน SI20 คนรอบข้างที่มีอิทธิพลต่อฉัน คิดว่าฉันควรใช้งานแอปวางแผนการเงิน	(Hong et al., 2006)
การรับรู้ถึงประโยชน์	PU22 แอปวางแผนการเงิน ช่วยประหยัดเวลา ในการวางแผนการเงินได้ PU23 แอปวางแผนการเงิน ช่วยลดข้อผิดพลาด ในการวางแผนการเงินได้	(Davis, 1989)
การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน	PEOU26 ฉันสามารถใช้งานแอปวางแผนการเงิน ได้โดยง่าย PEOU27 แอปวางแผนการเงิน มีการระบุขั้นตอนการใช้งานไว้อย่างชัดเจน	(Davis, 1989)
ความตั้งใจในการใช้งาน	IU30 ฉันคิดว่าการใช้แอปวางแผนการเงิน เป็นประสบการณ์ที่น่าพอใจ IU31 ในอนาคตฉันจะใช้งานแอปวางแผนการเงิน IU32 ฉันจะแนะนำบุคคลอื่น ๆ ให้ใช้แอปวางแผนการเงิน	(Davis, 1989)

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามเบื้องต้น (Pretest) กับแบบสอบถามจำนวน 25 ชุด เพื่อให้แบบสอบถามมีคุณภาพก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง ด้วยการสอบถามความครอบคลุมของเนื้อหาและหาค่าความเชื่อถือได้ก่อนการเก็บข้อมูลจริงด้วยเกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาตามแนวคิดของ Cronbach (Cronbach's Alpha) ที่ 0.7 (เพ็ญแข ศิริวรรณ, 2546) ผลการทดสอบพบว่า บัณฑิตต่าง ๆ มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาสูงกว่า 0.7 ทั้งหมด

4. ผลการวิจัย และการอภิปรายผล

แบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับมาทั้งในรูปแบบกระดาษและออนไลน์มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 490 ชุด ผู้วิจัยได้คัดกรองแบบสอบถามที่สมบูรณ์ และคัดเลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จึงเหลือแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 397 ชุดเพื่อนำมาวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์จำแนกตามระดับการศึกษาและภาวะการทำงาน ได้แก่ กลุ่มคนที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 133 คน กลุ่มคนที่สำเร็จการศึกษาและทำงานแล้วไม่เกิน 5 ปี จำนวน 124 คน และกลุ่มคนที่สำเร็จการศึกษาและทำงานแล้วตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป จำนวน 140 คน โดยคัดเลือกจำนวนคนที่เคยใช้งาน และไม่เคยใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน พบว่า ทั้ง 3 กลุ่มคนมีประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพการสมรสโสด และระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี กลุ่มคนที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีอายุต่ำกว่า 21 ปี มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ขณะที่กลุ่มคนที่สำเร็จการศึกษาและทำงานแล้วไม่เกิน 5 ปีส่วนใหญ่ทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีอายุ 21 – 30 ปี มีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 10,000-20,000 บาท สำหรับกลุ่มคนที่สำเร็จการศึกษาและทำงานแล้วตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ทำงานเป็นข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีอายุ 21 – 30 ปี มีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 10,000 - 20,000 บาท

งานวิจัยนี้นำตัวแปรทั้งหมดมาวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่ม ตรวจสอบความสมเหตุสมผลของโครงสร้าง และลดจำนวนข้อคำถามด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ใช้การหมุนแกนในลักษณะของ Varimax Rotation ใช้หลักเกณฑ์การกำหนดค่า Eigen ที่สูงกว่า 1 และกำหนดค่า Factor Loadings ขององค์ประกอบมากกว่า 0.5 (Hair et al., 2006) ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบสามารถจำแนกตามกลุ่มตัวแปรได้ทั้งหมด 8 กลุ่ม ได้แก่ การมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับเทคโนโลยี ความมีนวัตกรรม ความไม่สบายใจในการใช้งานเทคโนโลยี ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยี อิทธิพลทางสังคม การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน และความตั้งใจในการใช้งาน แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ค่า Rotated Component Matrix ของตัวแปรทั้งหมด

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
INS2	.899							
INS3	.886							
INS1	.799							
INS5	.722							
INS4	.700							
PU3		.826						
PU2		.815						
PU4		.802						
PU1		.798						
PEOU4			.796					
PEOU3			.769					
PEOU2			.760					
PEOU1			.619					
OPT2				.799				
OPT1				.773				
OPT3				.757				
OPT4				.736				
DIS2					.833			
DIS3					.800			
DIS4					.758			
DIS1					.715			
DIS5					.535			
IU4						.817		
IU2						.798		
IU3						.780		
IU1						.598		
SI3							.852	
SI2							.847	
SI1							.810	
INN2								.812
INN3								.765
INN4								.688
INN1								.624

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ซึ่งเป็นการตรวจสอบความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่าง โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมจะมีค่า KMO ที่มากกว่า 0.5 จากการวิเคราะห์กลุ่มตัวแปรทั้ง 8 กลุ่มหลัก พบว่าค่า KMO ที่ได้มีค่ามากกว่า 0.5 นอกจากนี้ยังทำการทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมืออีกครั้งกับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ผลการทดสอบพบว่า ทุกปัจจัยมีค่า Cronbach's Alpha สูงกว่า 0.7 จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษามีความน่าเชื่อถือ ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

ตัวแปร	Cronbach's Alpha
การมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับเทคโนโลยี	.927
ความมีนวัตกรรม	.895
ความไม่สบายใจในการใช้งานเทคโนโลยี	.861
ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยี	.909
อิทธิพลทางสังคม	.955
การรับรู้ถึงประโยชน์	.957
การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน	.966
ความตั้งใจในการใช้งาน	.951

หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1-7 และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบ Point Biserial Correlation กับค่าเฉลี่ยของปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้น เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 8 โดยใช้ค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ($p > .05$) เป็นเกณฑ์ในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4 สรุปผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ปัจจัย	Model		
	Standardized coefficient (b)	t	p
การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน	.363	7.684	.000**
การมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับเทคโนโลยี	.239	5.242	.000**
การรับรู้ถึงประโยชน์	.136	2.813	.005**
อิทธิพลทางสังคม	.121	2.902	.004**
Adjusted R ²		0.455	
F for change in R ²		81.906	

(1) N = 397, (2) * $p < .05$. ** $p < .01$

ผลการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลดังแสดงในตารางที่ 4 พบว่า การมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับเทคโนโลยีส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญ (ยอมรับ H1) นั่นคือ ผู้ใช้งานที่มีทัศนคติมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับเทคโนโลยีมากจะมีความตั้งใจในการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่กล่าวว่า การมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับเทคโนโลยีส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งาน (Elliott, et al., 2013; Shih et al., 2013; Lin et al., 2011) ความมีนวัตกรรมไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญ (ปฏิเสธ H2) ซึ่งอาจเกิดจากกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ อาจไม่ใช่กลุ่มที่พร้อมที่จะนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้เป็นกลุ่มแรก สอดคล้องกับการสนับสนุนของงานวิจัยในอดีตที่ว่า ผู้ใช้งานที่ยังไม่พร้อมที่จะเรียนรู้หรือนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้จะเป็นอุปสรรคต่อความตั้งใจในการนำเทคโนโลยีมาใช้งาน (Shih et al., 2013; Pires and Filho, 2008) ความไม่สบายใจในการใช้งานเทคโนโลยีไม่ส่งผลเชิงลบต่อตัวแปรความตั้งใจในการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญ (ปฏิเสธ H3) แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้งานเทคโนโลยีแต่เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้มีทัศนคติเกี่ยวกับเทคโนโลยีในด้านบวก จึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างยังคงมีความตั้งใจในการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลบนสมาร์ตโฟน (Shih et al., 2013; Pires et al., 2008) ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยีไม่ส่งผลเชิงลบต่อตัวแปรความตั้งใจในการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญ (ปฏิเสธ H4) นั่นคือแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยี แต่กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยครั้งนี้มีทัศนคติมองเทคโนโลยีด้านบวก จึงส่งผลให้ผู้ใช้งานยังคงมีความตั้งใจในการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลบนสมาร์ตโฟน (Shih et al., 2013; Pires et al., 2008) อิทธิพลทางสังคมส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญ (ยอมรับ H7) นั่นคือ คนรอบข้างของผู้ใช้งาน เช่น เพื่อน ญาติ พี่น้อง เจ้านาย ฯลฯ มีอิทธิพลให้ผู้ใช้งานมีความตั้งใจในการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่กล่าวว่า อิทธิพลของบุคคลรอบข้างส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน (Arbore et al., 2014) คนในครอบครัวและเพื่อนฝูงมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งานในอนาคต (Tan et al., 2012) การรับรู้ถึงประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญ (ยอมรับ H5) นั่นคือ ผู้ใช้งานที่มองเห็นประโยชน์ของแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลในระดับสูงจะส่งผลมีความตั้งใจในการใช้งานแอปที่สูงเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่กล่าวว่า การรับรู้ประโยชน์ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน (Mekić et al., 2014; Park et al., 2014; Shin et al., 2014) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญ (ยอมรับ H6) นั่นคือ ผู้ใช้งานที่รู้สึกถึงความง่ายในการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลที่มากจะส่งผลมีความตั้งใจในการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่กล่าวว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน (Wu, 2013)

การวิเคราะห์ Point Biserial Correlation ดังแสดงในตารางที่ 5 พบว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ (ยอมรับ H8) นั่นคือ ความตั้งใจในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับกลุ่มที่ได้ใช้งานจริงและกลุ่มที่ไม่ได้ใช้งานจริง สอดคล้องกับงานวิจัยที่ว่า ความตั้งใจในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการใช้งานจริง (Yang, 2013; Wu, 2013)

ตารางที่ 5 สรุปผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบ Point Biserial Correlation

		ความตั้งใจในการใช้งาน	การใช้งานจริง
ความตั้งใจในการใช้งาน	Pearson Correlation	1	.155**
	Sig. (2-tailed)		.002
	N	397	397
การใช้งานจริง	Pearson Correlation	.155**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	
	N	397	397

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ใช้สถิติ ANOVA สำหรับวิเคราะห์ความแตกต่างของความตั้งใจในการใช้งานแอปของกุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีความตั้งใจในการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลบนสมาร์ตโฟนแตกต่างกัน โดยกลุ่มคนที่จบการศึกษาและทำงานแล้วตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไปมีความตั้งใจในการใช้งานสูงสุด และผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความถี่ในการใช้งานจริง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีความถี่ในการใช้งานทั้งแอปติดตามงบประมาณ และแอปวางแผนค่าใช้จ่ายและเงินออมแตกต่างกัน โดยกลุ่มคนที่สำเร็จการศึกษาและทำงานแล้วตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไปมีความถี่ในการใช้งานสูงสุด รองลงมาได้แก่ กลุ่มคนที่สำเร็จการศึกษาและทำงานแล้วไม่เกิน 5 ปี และกลุ่มคนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ตามลำดับ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีความถี่ในการใช้งานทั้งแอปช่วยเหลือทางการเงินและแอปคำนวณเงินกู้ไม่แตกต่างกัน

5. การประยุกต์ในเชิงทฤษฎี และเชิงปฏิบัติ

การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับงานวิจัยในอดีตมีการศึกษาความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยีในบริบทของโปรแกรมประยุกต์ด้านสุขภาพบนสมาร์ตโฟน แต่สำหรับงานวิจัยในอดีตที่นำทฤษฎีด้านความพร้อมด้านเทคโนโลยีมาประยุกต์ในบริบทของการใช้งานแอปวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลยังมีจำนวนน้อยมาก งานวิจัยครั้งนี้จึงสร้างประโยชน์ในเชิงทฤษฎีจากการสร้างแบบจำลองที่ใช้ในการอธิบายปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอป วางแผนการเงินส่วนบุคคลของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มคนในประเทศไทยที่ค่อนข้างมีความพร้อมด้านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน และโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ตที่รองรับ ผลของการวิจัยและกรอบแนวคิดการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อต่อยอดงานวิจัยในอนาคตได้ งานวิจัยนี้ยังสามารถประยุกต์ใช้เชิงปฏิบัติในแง่ของธุรกิจได้ ผลการวิจัยทำให้ทราบว่า ผู้ใช้งานที่รับรู้ถึงความง่ายของการใช้งานแอปวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลที่มากจะมีความตั้งใจในการใช้งานแอปมาก ดังนั้นผู้พัฒนาแอปทางการเงินต่างๆ สามารถใช้ความง่ายในการใช้งานเป็นจุดแข็งของแอป เริ่มต้นด้วยการออกแบบและพัฒนาแอปวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลที่ใช้งานง่าย จากนั้นผู้พัฒนาควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ถึงจุดแข็งดังกล่าวให้ลูกค้าเป้าหมายรับรู้ หรือจัดตั้งโครงการฝึกอบรมการใช้งานแอป หรือให้ทดลองใช้ฟรีแก่ผู้ที่สนใจ และเพิ่มเติมหรือปรับปรุงคำอธิบายขั้นตอนในการใช้งานให้ผู้ใช้งานสามารถทำความเข้าใจและเรียนรู้การใช้งานได้ด้วยตนเองได้ง่ายมากยิ่งขึ้น ผู้ใช้งานที่มีการรับรู้ประโยชน์ของแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลที่สูง และมีทัศนคติมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับเทคโนโลยีมากจะเป็นผู้ที่มีความตั้งใจในการใช้งานแอปสูง ผู้พัฒนาแอปจึงควรเน้นการประชาสัมพันธ์ถึงประโยชน์ของการใช้งานโปรแกรมประยุกต์วางแผนการเงินบนสมาร์ตโฟนไปยังสาธารณะให้มากขึ้น ซึ่งผู้พัฒนาอาจใช้ประโยชน์จากช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ ฯลฯ เพื่อให้สามารถ

ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารไปได้อย่างรวดเร็ว แพร่หลายเป็นวงกว้าง ด้วยต้นทุนที่ต่ำ หรือจัดโครงการสร้างความเข้าใจ และความตระหนักเกี่ยวกับการวางแผนการเงิน พร้อมกับการนำเสนอคุณค่าที่ได้รับจากการใช้งานแอปวางแผนการเงินให้กับผู้สนใจเข้าร่วมกิจกรรม นอกจากนี้ผลจากการวิจัยพบว่า คนรอบข้างของผู้ใช้งาน เช่น เพื่อน ญาติพี่น้อง เป็นต้น มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคล การถ่ายทอดหรือแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในแง่บวกเกี่ยวกับแอปนั้นจึงช่วยผลักดันความตั้งใจในการใช้งาน ดังนั้นผู้พัฒนาแอปจึงควรให้ความสำคัญกับการวางแผนการตลาดให้ผู้ใช้แอปเกิดการถ่ายทอดหรือแลกเปลี่ยนประสบการณ์เกี่ยวกับแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลแก่บุคคลรอบข้าง ซึ่งจะช่วยให้มีจำนวนผู้ใช้งานที่สนใจใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลเพิ่มขึ้น และแพร่หลายยิ่งขึ้นเช่นกัน นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความตั้งใจในการใช้งาน และความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานแอปของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน ทำให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษาและทำงานแล้วตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไปมีความตั้งใจในการใช้งานและมีความถี่ในการใช้งานแอปสูงสุด ซึ่งผู้ประกอบการยังคงต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้ากลุ่มดังกล่าว โดยจัดทำเป็นแผนการตลาดเพื่อรักษากลุ่มลูกค้าดังกล่าวให้ยังคงใช้งานแอปอย่างต่อเนื่อง และสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีความตั้งใจในการใช้งานและความถี่ในการใช้งานอยู่ในระดับต่ำลงมานั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องวิเคราะห์หาสาเหตุที่ทำให้กลุ่มลูกค้าเหล่านี้ยังมีความตั้งใจในการใช้งานและความถี่ในการใช้งานอยู่ในระดับต่ำ เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าและทำให้กลุ่มลูกค้าข้างต้นหันมาให้ความสนใจและเกิดเป็นการใช้งานแอปเพิ่มขึ้นต่อไป

7. สรุปและงานวิจัยในอนาคต

งานวิจัยนี้นำเสนอแบบจำลองที่ใช้ในการอธิบายปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย ด้วยการประยุกต์ใช้ทฤษฎีทัศนคติความพร้อมด้านเทคโนโลยี และปัจจัยอิทธิพลทางสังคม ร่วมกับทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน การมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับเทคโนโลยี การรับรู้ถึงประโยชน์ และอิทธิพลทางสังคมเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อความตั้งใจในการใช้งาน และความตั้งใจในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลของกลุ่มที่ได้ใช้งานจริงและกลุ่มที่ไม่ได้ใช้งานจริง นอกจากนี้ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุหรือภาวะการทำงานแตกต่างกันมีความตั้งใจในการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มคนที่จบการศึกษาและทำงานแล้วตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไปจะมีความตั้งใจในการใช้งานสูงที่สุด กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีความถี่ในการใช้งานทั้งแอปติดตามงบประมาณ และแอปวางแผนค่าใช้จ่ายและเงินออมแตกต่างกัน โดยกลุ่มคนที่สำเร็จการศึกษาและทำงานแล้วตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไปมีความถี่ในการใช้งานสูงที่สุด แต่มีความถี่ในการใช้งานทั้งแอปช่วยเหลือทางการเงิน และแอปคำนวณเงินกู้ไม่แตกต่างกัน

ข้อจำกัดของงานวิจัยนี้ได้แก่ การกระจายแบบสอบถามใช้วิธีการกระจายแบบเพื่อนถึงเพื่อน จึงอาจทำให้จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่มอายุและภาวะการทำงานมีความคลาดเคลื่อนจากจำนวนที่กำหนดไปเล็กน้อย นอกจากนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยในกรุงเทพมหานครชั้นนอกเป็นส่วนใหญ่ การศึกษาในอนาคตจึงควรมีการกระจายแบบสอบถามให้ครอบคลุมทั้งกรุงเทพมหานคร หรืออาจจะขยายไปสู่กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอื่นๆ มาเป็นกลุ่มตัวอย่างด้วย เพื่อการขยายขอบเขตไปสู่ประชากรในประเทศไทย เพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผนการตลาดของผู้พัฒนาแอปให้ตรงความต้องการ และสามารถเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายครอบคลุมทั่วทั้งประเทศได้มากขึ้น นอกจากนี้งานวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาความตั้งใจในการใช้งานโปรแกรมประยุกต์วางแผนการเงินส่วนบุคคลจากทฤษฎีทัศนคติความพร้อมด้านเทคโนโลยี ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี และปัจจัยอิทธิพลทางสังคมเท่านั้น ซึ่งอาจยังไม่ครอบคลุมถึงปัจจัยอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงพัฒนาแอป รวมถึงการวางแผนการตลาดของผู้พัฒนาแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคล งานวิจัยในอนาคตจึง

ควรศึกษาเพิ่มเติมปัจจัยด้านอื่นๆ ที่น่าสนใจ เช่น ความจงรักภักดี (Loyalty) ความไว้วางใจ (Trust) การรับรู้ถึงความสนุกสนาน (Perceived enjoyment) หรือปัจจัยทางด้านการตลาด เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กิตติพัฒน์ แสนทวีสุข. (2550). *เงินทองต้องใส่ใจ เล่ม 1*. กรุงเทพฯ: บริษัท เจเอสที พับลิชชิ่ง จำกัด.
- เพ็ญแข ศิริวรรณ. (2546). *สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: บจก. เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัลพับลิเคชั่น.
- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และหอการค้าไทย. (2557). *พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชาชน*. ดึงข้อมูลวันที่ 11 กันยายน 2557, จาก ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย: http://cebf.utcc.ac.th/upload/poll_file/file_th_41d15y2014.pdf.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2557). *ระบบฐานข้อมูลด้านสังคมและคุณภาพชีวิต*. ดึงข้อมูลวันที่ 8 พฤศจิกายน 2557, จาก สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ: <http://social.nesdb.go.th/social/>.
- Alessandro, A. I. S., and Richard, P. B. (2014). The Role of Signaling Identity in the Adoption of Personal Technologies. *Journal of the Association for Information Systems*, 86-110.
- Bankrate, Inc. (2015). *Bankrate Finance Apps*. ดึงข้อมูลวันที่ 26 พฤศจิกายน 2557, จาก Bankrate: <http://www.bankrate.com/apps/>.
- Cho, J., Margaret M., Quinlan, D. P., and Noh, G. Y. (2014). Determinants of Adoption of Smartphone Health Apps among College Students. *Journal of Health Behavior*, 860-870.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P. and Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 982-1003.
- David, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 319-340.
- Elliott, K., Meng, G., and Hall, M. (2012). The Influence of Technology Readiness on the Evaluation of Self-Service Technology Attributes and Resulting Attitude Toward Technology Usage. *Services Marketing Quarterly*, 311-329.
- Elliott, K. M., Mark C., Hall, M., and Juan, G. M. (2013). Consumers' Intention to Use Self-Scanning Technology: The Role of Technology Readiness and Perceptions toward Self-Service Technology. *Academy of Marketing Studies Journal*, 129-143.
- Guhr, N., Loi, T., Wiegard, R. and Breithner, M. H. (2013). Technology Readiness in Customers' Perception and Acceptance of M(obile)- Payment: An Empirical Study in Finland, Germany, the USA and Japan. *11th International Conference on Wirtschaftsinformatik*, 119-133.
- Hair, J. F. J., Anderson, R. E., Tatham, R. L., and Black., W. C. (2006). *Multivariate Data Analysis (6th Ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Hong, S. J., and Tarn, K. (2006). Understanding the Adoption of Multipurpose Information Appliances: The Case of Mobile Data Services. *Information Systems Research*, 162-179.

- Lin, C. H., Shih, H. Y., and Sher, P. J. (2007). Integrating Technology Readiness into Technology Acceptance: The TRAM Model. *Psychology & Marketing*, 641-657.
- Lin, J. S. C., and Chang, H. C. (2011). The role of technology readiness in self-service technology acceptance. *Managing Service Quality*, 424-444.
- Lin, J. S. C., and Hsieh, P. L. (2007). The influence of technology readiness on satisfaction and behavioral intentions toward self-service technologies. *Computers in Human Behavior*, 1597-1613.
- Lin, J. S. C., and Hsieh, P. L. (2006). The role of technology readiness in customers' perception and adoption of self-service technologies. *International Journal of Service Industry Management*, 497-517.
- Mekić, E., and Özlen, M. K. (2014). Acceptance of Smartphones by Users in BiH Through Extended Technology Acceptance Model. *European Researcher*, 136-149.
- Parasuraman, A. (2000). Technology Readiness Index (Tri): A Multiple-Item Scale to Measure Readiness to Embrace New Technologies. *Journal of Service Research*, 307-320.
- Parasuraman, A., and Colby, C. L. (2014). An Updated and Streamlined Technology Readiness Index: TRI 2.0. *Journal of Service Research*, 1-16.
- Park, E., Kim, H., and Ohm, J. Y. (2014). Understanding driver adoption of car navigation systems using the extended technology acceptance model. *Behaviour & Information Technology*, 1-11.
- Pires, P. J., and Filho, B. A. C. (2008). Factor from Technology Readiness Index (TRI) as Antecedents of Technology Acceptance Model (TAM). *RAC, Curitiba*, 429-456.
- Shin, S. and Lee, W. (2014). The Effects Of Technology Readiness And Technology Acceptance On NFC Mobile Payment Services In Korea. *The Journal of Applied Business Research*, 1615-1626.
- Shih, Y. C., and Fan, S. T. (2013). Adoption of Instant Messaging By Travel Agency Workers in Taiwan: Integrating Technology Readiness with the Theory of Planned Behavior. *International Journal of Business and Information*, 120-136.
- Yang, H. C. (2013). Bon Appétit For Apps: Young American Consumers' Acceptance Of Mobile Applications. *Journal of Computer Information Systems*, 85-96.
- Wu, H. L. (2013). An Integrated Framework of Mobile Apps Usage Intention. *PACIS 2013 Proceedings*, 134.