

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE

นาย มฆเรศ จันทวิบูลย์

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขา นวัตกรรมจัดการธุรกิจและอุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ปีการศึกษา 2568

FACTORS CONTRIBUTING TO THE ACCEPTANCE
OF THE USAGE OF MESSAGING APPLICATION LINE

Makkaraed Chantaviboonchai

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
For the Degree of Master Business Administration Program
in Innovation of Business and Industrial Management

Graduate Studies

Thai-Nichi Institute of Technology

Academic Year 2025

หัวข้อสารนิพนธ์	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE
โดย	มฆเรศ ฉันทวิบูลย์
สาขาวิชา	สาขา การวางแผนและการจัดการเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. วรรณพล ศุภสกุลดำรงค์

บัณฑิตศึกษา สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น อนุมัติให้แนบสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. วรากร ศรีเชวงทรัพย์)
วันที่..... เดือน..... พ.ศ.

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ รังสรรค์ เลิศในสัตย์)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุญญาดา นาสมบูรณ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์
(ดร. วรรณพล ศุภสกุลดำรงค์)

มฆเรศ ฉันทวิบูลย์ : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร. วรณพล ศุภสกุลดำรงค์, 42 หน้า

สารนิพนธ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) 2. เพื่อทราบถึงรูปแบบอิทธิพลที่ปัจจัยส่งผลต่อการยอมรับ 3. เพื่อทราบขนาดอิทธิพลของปัจจัยต่างๆ ที่มีต่อการยอมรับ เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชัน งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 430 คน

ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ และเห็นด้วยที่จะยอมรับแอปพลิเคชันไลน์ และจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณด้วยโปรแกรม SPSS พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับ ได้แก่ การรับรู้ถึงความใช้ง่าย ความเชื่อมั่น คุณภาพของระบบ คุณสมบัติที่น่าสนใจ และ ความเสี่ยงที่รับรู้

ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันสื่อสารต่างๆ สามารถใช้ประโยชน์จากผลการวิจัยนี้ โดยการมุ่งพัฒนาให้แอปพลิเคชันใช้งานง่าย น่าเชื่อถือ มีคุณภาพ มีเอกลักษณ์และคุณสมบัติที่น่าสนใจ และขจัดความเสี่ยงต่างๆ ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป 1) ควรเพิ่มการศึกษาตัวแปรอื่นๆ ให้ครอบคลุมมากขึ้น 2) ควรเพิ่มงานวิจัยที่เก็บข้อมูลระยะยาวเพิ่มเติมจากงานวิจัยที่ทำจำกัดเพียงช่วงเวลาเดียว และ 3) ควรเพิ่มงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น

บัณฑิตศึกษา

สาขา นวัตกรรมการจัดการธุรกิจและ

อุตสาหกรรม

ปีการศึกษา 2568

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

MAKKARAED CHANTAVIBOONCHAI : FACTORS CONTRIBUTING TO THE
ACCEPTANCE OF THE USAGE OF MESSAGING APPLICATION LINE.

ADVISOR: DR. WANNAPOL SUPHASKULDAMRONG, 42 PP.

This study aims to: 1) examine the factors influencing the acceptance of the LINE application; 2) identify the patterns of influence these factors have on user acceptance; and 3) determine the effect size of each factor on acceptance, in order to provide recommendations for application development. This research utilized a quantitative approach, employing a convenience sampling method with a sample size of 430 participants.

The findings revealed that the majority of respondents were aged 40 and above, were business owners, and expressed a positive intention to accept the LINE application. According to the Multiple Regression Analysis (MRA) conducted via SPSS, the significant factors influencing acceptance include "Perceived Ease of Use", "Perceived Security", "System Quality", "Perceived Trust" and "Perceived Risk".

Developers of communication applications can leverage these findings by focusing on enhancing ease of use, reliability, system quality, and unique attractive features, while simultaneously mitigating perceived risks. For future researches, it is recommended that: 1) additional variables be included for a more comprehensive study; 2) longitudinal research be conducted to supplement the current cross-sectional data; and 3) qualitative methods be integrated to obtain deeper, more nuanced insights.

Graduate Studies

Field of Study: Innovation of Business and

Industrial Management

Academic Year 2025

Student's Signature.....

Advisor's Signature.....

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยรับความอนุเคราะห์จาก อาจารย์ ดร.วรรณพล ศุภสกุล ดำรงค์ ซึ่งเป็นที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ท่านได้กรุณาให้คำชี้แนะแนวทาง หลักการคิด แนวทาง วิเคราะห์ กระบวนการวิเคราะห์ แนะนำการนำผลไปประยุกต์ใช้งาน รวมถึงแก้ไขเนื้อหา ข้อบกพร่องต่างๆตลอดกระบวนการจัดทำ เป็นประโยชน์อย่างสูงในการจัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ กราบขอบพระคุณอย่างสูง

ในโอกาสนี้ ขอขอบพระคุณ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น และคณาจารย์ คณะ บริหารธุรกิจผู้ประสิทธิ์ประสาทความรู้แก่ข้าพเจ้า ตลอดระยะเวลาที่ได้ศึกษาในสถาบัน ขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ สรรเสริญ สัตถาวร ที่ได้ให้คำแนะนำแก่แบบร่างของสารนิพนธ์นี้ ขอขอบคุณนักวิชาการทุกท่าน หนังสือ บทความ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ ที่ข้าพเจ้าฯ ได้ เรียนรู้และนำมาประกอบอ้างอิงในสารนิพนธ์นี้ ขอขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่นหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิตทุกท่าน ที่เมตตาให้ความช่วยเหลือในงานมอบต่างๆ ที่ร่วมกันทำตลอดสูตร และ ขอขอบคุณครอบครัว บิดามารดา เจ้าหน้าที่ เพื่อนๆ ทุกท่านที่ได้มีส่วนช่วยเป็นกำลังทั้งกายใจ ให้จัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จ

มขเรศ ฉันทวิบูลย์

TNI

TAI - NICHII INSTITUTE OF TECHNOLOGY

สารบัญ

เรื่อง	หน้าที่
บทคัดย่อ.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
 บทที่ 1 บทนำ.....	 1
1.1 แอปพลิเคชันสื่อสารและวิวัฒนาการ.....	1
1.2 ความเป็นมาของไลน์ (LINE) และการใช้งานเป็นเครื่องมือสื่อสารภายใน.....	2
1.3 ความสำคัญของปัญหา.....	2
1.4 วัตถุประสงค์.....	3
1.5 สมมติฐาน.....	3
1.6 กรอบแนวคิด.....	3
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
1.8 ประโยชน์ของการศึกษา.....	5
 บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม.....	 6
2.1 การใช้งานแอปพลิเคชันไลน์เพื่อการสื่อสาร.....	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกรอบแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: “TAM”).....	7
2.3 ปัจจัยประกอบการยอมรับของแอปพลิเคชันไลน์.....	8
2.4 ปัจจัยทางสังคมและอิทธิพลกลุ่ม (Social Factors and Group Influence).....	8
2.5 ปัจจัยด้านระบบและคุณสมบัติของแอปพลิเคชัน (System and Application Quality).....	9
2.6 ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความเสี่ยงที่รับรู้ (Trust and Perceived Risk).....	9
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9

บทที่ 3 วิธีการวิจัย.....	12
3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และ วิธีการเก็บข้อมูล.....	12
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	13
3.3 การทดสอบคุณภาพของแบบสอบถาม.....	14
3.4 หลักเกณฑ์การแปลผลข้อมูลจากแบบสอบถาม.....	15
3.5 วิธีการทางสถิติ.....	15
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	16
4.1 ผลการเก็บข้อมูล.....	16
4.2 สัญลักษณ์แทนตัวแปร.....	16
4.3 ข้อมูลส่วนที่ 1: ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม.....	17
4.4 ข้อมูลส่วนที่ 2: ความคิดเห็น.....	19
4.5 ข้อมูลส่วนที่ 3: การยอมรับแอปพลิเคชัน.....	22
4.6 การทดสอบความสัมพันธ์ตามกรอบแนวคิด.....	23
4.7 สมการถดถอย.....	25
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	26
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	26
5.2 อภิปราย.....	37
5.3 ประโยชน์จากงานวิจัย.....	29
5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต.....	30
บรรณานุกรม.....	31
ภาคผนวก.....	35
ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม.....	36
ประวัติผู้วิจัย.....	42

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้าที่
บทที่ 1	
ตารางที่ 1 กรอบแนวคิด.....	4
บทที่ 3	
ตารางที่ 3.1 คำอธิบายตัวแปรในสูตรของ Cochran.....	12
ตารางที่ 3.2 ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม.....	14
ตารางที่ 3.3 การแปลผลตัวเลข.....	15
บทที่ 4	
ตารางที่ 4.1 สัญลักษณ์แทนตัวแปร.....	16
ตารางที่ 4.2 เพศ.....	17
ตารางที่ 4.3 อายุ.....	17
ตารางที่ 4.4 ท่านใช้งาน LINE มานานเท่าไรแล้ว.....	17
ตารางที่ 4.5 ท่านใช้งาน LINE เป็นประจำ.....	18
ตารางที่ 4.6 อาชีพ.....	18
ตารางที่ 4.7 สรุปคำตอบ ตัวแปร “การรับรู้ถึงความง่าย”.....	19
ตารางที่ 4.8 สรุปคำตอบ ตัวแปร “การรับรู้ถึงประโยชน์”.....	19
ตารางที่ 4.9 สรุปคำตอบ ตัวแปร “อิทธิพลทางสังคม”.....	20
ตารางที่ 4.10 สรุปคำตอบ ตัวแปร “คุณภาพของระบบ”.....	20
ตารางที่ 4.11 สรุปคำตอบ ตัวแปร “คุณสมบัติที่น่าสนใจ”.....	21
ตารางที่ 4.12 สรุปคำตอบ ตัวแปร “ความเชื่อมั่น”.....	21
ตารางที่ 4.13 สรุปคำตอบ ตัวแปร “ความเสี่ยงที่รับรู้”.....	22
ตารางที่ 4.14 สรุปคำตอบ ตัวแปร “การยอมรับแอปพลิเคชัน”.....	22
ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างตัวแปรในงานวิจัย.....	23
ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ.....	24

บทที่ 1

บทนำ

ในธุรกิจนั้นการติดต่อสื่อสารเป็นเรื่องที่สำคัญยิ่ง ทั้งการส่งข้อมูล การส่งการและรายงานผลการขอความช่วยเหลือ และกิจกรรมอื่นๆ โดยการสื่อสารที่ดีย่อมนำมาซึ่งประสิทธิผลแก่การดำเนินกิจการ แต่หากการสื่อสารมีความบกพร่อง ธุรกิจก็ย่อมจะประสบปัญหาได้ (Markovic & Salamzadeh, 2018)

การสื่อสารมีหลายวิธี เช่น การพูดกันปากต่อปาก การส่งหนังสือ (จดหมาย) โทรศัพท์ โทรสาร (FAX) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (อีเมล) และในปัจจุบันพัฒนาเป็นการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันสื่อสารในเวลาจริง (Instant Messaging: “IM”) วิธีการเหล่านี้ล้วนมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ สร้างความเข้าใจตรงกันในเรื่องระหว่างผู้ส่งและผู้รับ

การสื่อสาร โดยพื้นฐานควรจะต้องมี “ความถูกต้อง” และ “ความรวดเร็ว” เพื่อสร้าง “ความเชื่อใจ” ให้องค์กรดำเนินต่อไปได้ และต้องลด “ความผิดพลาดในเนื้อหา” และ “ความผิดพลาดในการส่ง” รวมถึงกระตุ้นให้มี “การมีส่วนร่วมของสมาชิก” ซึ่งในบริบทของธุรกิจก็คือเหล่าลูกจ้าง และในเบื้องหลังก็ควรจะมีการ “เก็บรักษาข้อมูล” เพื่อเป็นประโยชน์ต่ออนาคต (Robbins & Judge, 2023)

เมื่อการสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานและมีเครื่องมือเฉพาะ ก็ควรจะต้องมีการประเมินสมรรถนะตามดัชนีบ่งชี้ (KPI) โดยสาระสำคัญของการประเมินดังกล่าว เช่น สามารถสร้างและคงการติดต่อระหว่างบุคคล สามารถส่งสารระหว่างกันได้ภายในระยะเวลาที่ต้องการ สามารถรักษาความลับของสารเหล่านั้นจากบุคคลภายนอก

1.1 แอปพลิเคชันสื่อสารและวิวัฒนาการ

การสื่อสารทางข้อความผ่านอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นครั้งแรกในปี 1988 โดย Jarkko Oikarinen จากมหาวิทยาลัยโอวูลู ประเทศฟินแลนด์ และมีการพัฒนาเรื่อยมาตามวิวัฒนาการของอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์ (คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์) แต่กระนั้นความเชื่อมต่อข้ามประเภทอุปกรณ์ของระบบการสื่อสารในเวลาจริงก็ยังถือว่าต่ำ กล่าวคือ จะไม่สามารถรับสารระหว่างกันได้หากเป็นอุปกรณ์คนละประเภทกันแม้จะมีผู้ใช้งานเดียวกัน เช่น ข้อความโทรศัพท์ไม่สามารถเปิดดูผ่านคอมพิวเตอร์ หรือ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ต้องเปิดผ่านคอมพิวเตอร์เท่านั้น ฯลฯ

ในปัจจุบัน การติดต่อสื่อสารได้ถูกยกระดับโดยการพัฒนาแอปพลิเคชันสื่อสารในเวลาจริงและการใช้งานแอปพลิเคชันเหล่านี้ก็ได้ถูกผนวกเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ต่อยอดเป็นการใช้ในชีวิตต่างๆ รวมถึงการทำงาน และกลายเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจในที่สุด (Rainie & Wellman, 2012) นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาความเชื่อมต่อข้ามประเภทอุปกรณ์ จากเดิมที่

แอปพลิเคชันในระบบปฏิบัติการคอมพิวเตอร์กับโทรศัพท์มือถือ-สมาร์ทโฟนจะต้องแยกกัน ในปัจจุบันสามารถเชื่อมต่อข้อมูลเข้าหากันและเปลี่ยนอุปกรณ์ได้ คือ สามารถเข้าถึงการสื่อสารและข้อมูลในอดีตจากอุปกรณ์ใดก็ได้ トラバที่ใช้บัญชีผู้ใช้เดียวกัน

ตัวอย่างแอปพลิเคชันสื่อสารในเวลาจริง เช่น ไลน์ (LINE), ดิสคอร์ด (Discord), สแล็ก (Slack), เมสเซนเจอร์ (Messenger), วีแชต (WeChat) และวอตส์แอป (WhatsApp) หรือแม้แต่แอปพลิเคชันอื่นๆ ที่มีระบบการส่งข้อความ เช่น ไมโครซอฟท์ทีม (Microsoft Team) และซูม (Zoom) ที่มีบทบาทมากขึ้นในช่วงโรคระบาด COVID-19

1.2 ความเป็นมาของไลน์ (LINE) และการใช้งานเป็นเครื่องมือสื่อสารภายใน

ในปี 2011 เมื่อญี่ปุ่นประสบภัยพิบัติสึนามิ สัญญาณโทรศัพท์ถูกตัดขาด คงเหลือแต่สัญญาณอินเทอร์เน็ต เป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) โดยตัวแอปพลิเคชันได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วในประเทศญี่ปุ่นจากความเข้าใจในวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่เหนือกว่าคู่แข่งอย่างคาเคาทอล์ค (Kakao Talk) ก่อนจะเข้ามาสู่ประเทศไทยและได้รับความนิยมอย่างสูงเช่นกัน

ในบริบทของประเทศไทย ไลน์เป็นแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมอย่างสูง มีผู้ใช้งานมากกว่า 56 ล้านคนต่อเดือนในปี 2025 และถูกใช้เป็นเครื่องมือติดต่อสื่อสารในองค์กรธุรกิจและหน่วยงานราชการ แม้จะถูกตีตลาดอย่างต่อเนื่อง แต่ไลน์ก็มีการพัฒนาระบบต่างๆ เพื่อตอบสนองและขยายประโยชน์ให้สอยในรูปแบบของบริการเสริมมากมาย เช่น บัญชีทางการ (LINE Official Account) บริการส่งของส่ง (LINEMAN) บริการการจ่ายเงิน (LINE Pay) และอื่นๆ

ความนิยมแอปพลิเคชันไลน์มีรากฐานมาจากความง่ายในการใช้งาน เป็นที่สามารถคาดหวังได้ว่าทุกคนจะใช้แอปพลิเคชันดังกล่าว โดยเฉพาะในหมู่ผู้สูงอายุ ดังนั้นจึงมีการใช้แอปพลิเคชันไลน์อย่างกว้างขวางในวงการทำงาน ทั้งสำหรับการติดต่อภายนอก ภายใน หรือแม้แต่ระดับบุคคลต่อบุคคล

1.3 ความสำคัญของปัญหา

การใช้ไลน์ก็มีข้อจำกัดตามตัวแอปพลิเคชัน ปัญหาที่พบจากการใช้ไลน์เป็นสื่อกลางมีหลากหลายรูปแบบ เช่น การสูญเสียข้อมูล (ประวัติการสนทนา ภาพ เอกสาร) เมื่อเวลาผ่านไป หรือผู้ใช้งานทำการเปลี่ยนอุปกรณ์ การถูกโจมตีทางไซเบอร์ (เช่นการเจาะทะลากลุ่ม) และความไม่สะดวกในหน้าแสดงผลต่อผู้ใช้ (User Interface: "UI") บางประการ เช่นการที่ช่องข้อความทุกประเภทถูกรวมไว้ด้วยกัน (ทั้งผู้ติดต่อแบบบุคคลและกลุ่ม) ลำดับผู้ติดต่อที่เปลี่ยนไปตามลำดับการรับข้อความ และระดับการแจ้งเตือนที่ปรับได้น้อย

ข้อจำกัดและปัญหาเหล่านี้นำมาซึ่งปัญหาหลายประการ อาทิเช่น

- ในฐานะปัจเจกบุคคล การที่บัญชีรายชื่อติดต่อทั้งหมดอยู่รวมกันเป็นการลดทอนขอบเขตความเป็นส่วนตัว ซึ่งเป็นค่านิยมที่ได้รับความสำคัญมากขึ้นในปัจจุบัน
- ในฐานะผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน ไลน์มีระบบการแจ้งเตือนที่ไม่ยืดหยุ่น ถ้าเปิดไว้ก็รบกวนความเป็นส่วนตัว เป็นความรำคาญ แต่ถ้าปิดไปก็จะพลาดการรับข้อมูล เป็นการผิดเจตนารมณ์ของการสื่อสาร
- ในฐานะผู้ปฏิบัติงาน การใช้เครื่องมือที่มีข้อบกพร่อง นำมาซึ่งความสูญเสียด้านเวลาและทรัพยากร และส่งผลต่อประสิทธิภาพขององค์กร
- ในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อองค์กร การสูญเสียข้อมูลสำคัญและช่องทางติดต่อ จะส่งกระทบต่อการดำเนินการต่างๆ อย่างยิ่ง

ปัญหาต่างๆ เหล่านี้จัดได้ว่าเป็นปัญหาด้านอุปกรณ์และเครื่องมือ กล่าวคือองค์กรยังคงมีการใช้เครื่องมือที่ล้าสมัยและไม่สะดวกแก่ผู้ใช้งาน ในขณะที่มีเครื่องมืออื่นๆ ที่เชื่อได้ว่ามีประสิทธิภาพสูงกว่าอีกจำนวนมากในท้องตลาด แต่ไลน์ก็ยังคงเป็นแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมสูงสุดอยู่ดี จึงมีความน่าสนใจว่าเพราะเหตุใดไลน์จึงได้รับการยอมรับจากผู้ใช้ในขณะนี้

1.4 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์
2. เพื่อทราบถึงรูปแบบอิทธิพลที่ปัจจัยส่งผลต่อการยอมรับ
3. เพื่อทราบขนาดอิทธิพลของปัจจัยต่างๆ ที่มีต่อการยอมรับ

1.5 สมมติฐาน

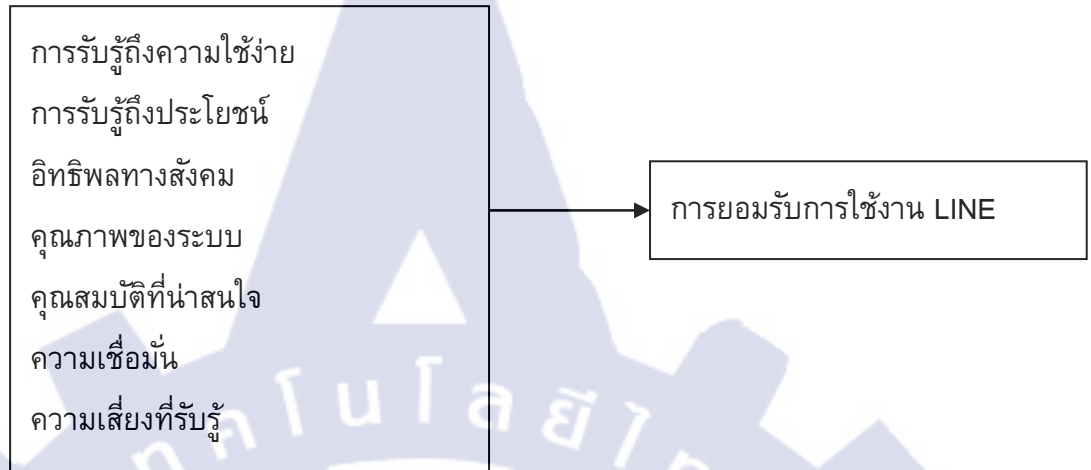
สารนิพนธ์ฉบับนี้มีสมมติฐานว่า ปัจจัย การรับรู้ถึงความง่าย การรับรู้ถึงประโยชน์ อิทธิพลทางสังคม คุณภาพของระบบ คุณสมบัติที่น่าสนใจ ความเชื่อมั่น ความเสี่ยงที่รับรู้ ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานไลน์

1.6 กรอบแนวคิด

จากสมมติฐาน ปัจจัยทั้ง 7 ประการจะเป็นตัวแปรต้นและเชื่อมโยงไปยังตัวแปรตาม โดยอ้างอิงกรอบแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: "TAM") ของ

Davis (1989) เป็นต้นแบบ ส่วนรูปแบบความเชื่อมโยง อ้างอิงจากกรอบแนวคิดของศักรินทร์
ตันสุพงศ์ (2557) ที่เชื่อมต่อดัชนีแปรต้นไปยังตัวแปรตามโดยตรง

ตารางที่ 1 กรอบแนวคิด



1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การสื่อสารภายใน หมายถึง การสื่อสารระหว่างบุคคลต่อบุคคลที่สังกัดองค์กรเดียวกัน หรือฝ่ายย่อยต่างๆ ที่อยู่ภายในองค์กรเดียวกัน
2. การสื่อสารภายนอก หมายถึง การสื่อสารระหว่างบุคคลได้สังกัดองค์กรกับผู้ที่ไม่ได้สังกัดองค์กร
3. แอปพลิเคชัน หมายถึง ระบบของคอมพิวเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการ ประการใดประการหนึ่ง ในที่นี้จะหมายถึงแอปพลิเคชันสำหรับการสื่อสาร
4. ไลน์ (LINE) หมายถึง แอปพลิเคชันเพื่อการสื่อสารอันหนึ่ง ที่ให้บริการในประเทศไทย โดยบริษัท ไลน์ คอมพานี (ประเทศไทย) จำกัด ในเครือ LY Corporation
5. ไฟล์ หมายถึง สื่อและข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ใดๆ ที่สามารถส่งและผลิตซ้ำได้ เช่น ข้อความ บทสนทนา เอกสาร รูปภาพ เสียง
6. การรับรู้ถึงความง่าย หมายถึง ความง่ายในการใช้งานเทคโนโลยีและความรู้สึกของผู้ใช้ต่อความง่ายเหล่านั้น ทั้งการฝึกหัด การเรียกใช้งาน การเปลี่ยนฟังก์ชันระหว่างใช้งาน การตั้งค่าระบบให้เข้ากับผู้ใช้ การดูแลรักษาโดยผู้ใช้ และการโอนข้อมูลข้ามอุปกรณ์
7. การรับรู้ถึงประโยชน์ หมายถึง ประโยชน์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการใช้งานเทคโนโลยีและความรู้สึกของผู้ใช้ต่อประโยชน์เหล่านั้น เช่น การส่งสารถึงผู้รับได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง การรักษาข้อมูล

8. อิทธิพลทางสังคม หมายถึง กลุ่มบุคคลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลผู้หนึ่งผู้ใดและเป็นผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์ (แอปพลิเคชัน) ใดๆ ที่มีความคาดหวังจะให้บุคคลรอบข้างเป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เช่นเดียวกับตน
9. คุณภาพของระบบ หมายถึง เสถียรภาพของการบริการและข้อมูลที่อยู่ในระบบ เช่น ไฟล์หรือการตั้งค่า ที่จะไม่เสื่อมหรือสูญไปจากการเปลี่ยนอุปกรณ์หรือเหตุสุดวิสัยอื่นๆ
10. คุณสมบัติที่น่าสนใจ หมายถึง ระบบที่หลากหลาย อิสระในการใช้งาน ความแตกต่างจากของที่มีอยู่แล้ว ปัจจัยด้านสุนทรียศาสตร์ต่างๆ เช่น องค์ประกอบทางภาพและสี และเอกลักษณ์ของแอปพลิเคชัน
11. ความเชื่อมั่น หมายถึง การรักษาความปลอดภัย การเข้าถึงบัญชีและข้อมูล ความเข้ากันได้กับระบบอื่นๆ ความสามารถในการปรับปรุงและบำรุงรักษาระบบ ความสม่ำเสมอในกรรมวิธี การใช้และการประชาสัมพันธ์ ธรรมชาติของผู้นำพัฒนา และที่สำคัญ ด้านคุณภาพการบริการ และการจัดการความเสี่ยงที่เกิดขึ้น
12. ความเสี่ยงที่รับรู้ หมายถึง ผลเสียหายที่เกิดขึ้นจากการใช้งาน คือ การสูญเสียข้อมูลต่างๆ ผู้ติดต่อ หรือบัญชีผู้ใช้ของตนเอง ความเสี่ยงด้านการเงิน เช่น ชื้อของหรือสมัครบริการที่ไม่ต้องการ โดยไม่รู้ตัวหรือจากความไม่รู้ระบบ หรือผลข้างเคียงอื่นใดที่ส่งผลให้อุปกรณ์เสียหาย
13. การยอมรับการใช้งานไลน์ (LINE) หมายถึง การตกลงใจที่จะยอมรับและใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพและข้อจำกัดต่างๆ แล้ว

1.8 ประโยชน์ของการศึกษา

ผู้เขียนคาดว่าจะการศึกษาในเรื่องนี้จะได้รับประโยชน์คือเพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันไลน์ เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหารและผู้พัฒนาแอปพลิเคชันสื่อสารอื่นๆให้สามารถออกแบบกำกับนโยบายและกลยุทธ์ธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ งานวิจัย และบทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประกอบแนวคิดในการทำวิจัยที่เหมาะสมดังนี้

2.1 การใช้งานแอปพลิเคชันไลน์เพื่อการสื่อสาร

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกรอบแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยี

(Technology Acceptance Model: “TAM”)

2.3 ปัจจัยประกอบการยอมรับแอปพลิเคชันไลน์

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 การใช้งานแอปพลิเคชันไลน์เพื่อการสื่อสาร

Nailya et al. (2023) ศึกษาถึงพฤติกรรมและพัฒนาการของการสื่อสารอันเนื่องมาจากการเข้ามาของโซเชียลเน็ตเวิร์คผ่านกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัย และแสดงความเห็นว่าบุคคลนั้นมีความสามารถในการสื่อสารอยู่แล้ว และโซเชียลมีเดียก็ไม่ได้มีผลสำคัญต่อพัฒนาการดังกล่าว

Sara et al. (2021) มีความเห็นว่าการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันมีความสำคัญต่อการติดต่อระหว่างธุรกิจต่อธุรกิจ และสรุปวงจรการสื่อสารดังกล่าวออกมาเป็นแผนผัง ส่วน Boonittikorn (2014) ได้เน้นไปที่การใช้แอปพลิเคชันไลน์ กับบทบาทในการติดต่อระหว่างธุรกิจและลูกค้า พบว่าควรมีการจำกัดการสื่อสารแต่พอดี

Polnok et al. (2024) ได้อธิบายพลวัตการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันสื่อสารในเวลาจริง และศึกษาความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันไลน์ และอธิบายพลวัตของค่านิยมสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน (“Work-Life Balance”) โดยมีการเก็บข้อมูลตัวอย่างจากพนักงานภายในองค์กรสื่อสาร พบว่าการมีเครื่องมือสื่อสารเพื่อแบ่งปันข้อมูลความรู้เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้คนพึงพอใจในแอปพลิเคชัน และสถานะชีวิตและสังคมต่าง ๆ กลับไม่มีผลต่อความพึงพอใจดังกล่าว ยกเว้นสถานะสมรสที่มีผลต่อความพอใจในสมดุลชีวิตเท่านั้น

วงศ์กร & เดือนเพ็ญ (2016) กล่าวถึงปัจจัยประกอบการใช้แอปพลิเคชันไลน์ว่า ผู้ใช้มีความผูกพันกับแอปพลิเคชัน โดยปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือ ความใส่ใจผู้ใช้ และปัจจัยที่ถูกเขียนไว้ลำดับสุดท้าย คือ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และกล่าวถึงปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายว่ามีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจใช้ คือ แม้ว่าจะเป็นแอปพลิเคชันที่มีการใช้งานสูงสุดในหมู่กลุ่มตัวอย่าง แต่การตัดสินใจใช้อาจลดลงถึง 78% หากว่าไลน์มีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายเพื่อใช้งาน

Massoud et al. (2017) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้อแอปพลิเคชันมือถือของคนไทย ผ่านตัวแปรความรู้ในสามด้าน คือ ความง่ายในการใช้งาน ภาพลักษณ์ค่าใช้จ่าย พบว่าแม้ทั้งสามตัวแปรจะมีผลในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้ แต่มีแค่ด้านค่าใช้จ่ายเท่านั้นที่มีผลต่อเจตนาในการใช้จริงๆ

ธีรพร สิริवंธ (2016) กล่าวว่า ความไม่พึงพอใจในการใช้อแอปพลิเคชันไลน์นั้น เกิดจากการสื่อสารที่มีการตีความผิดพลาด หรือไม่ตอบสนอง เป็นสาเหตุหลัก และได้กล่าวว่า มีปัจจัยส่วนบุคคลอื่นๆ อีก ทั้งนี้ยังได้เสนอข้อแนะนำการใช้งาน คือ การให้ผู้นำองค์กรเป็นผู้นำการใช้งาน

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกรอบแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: "TAM")

เมื่อกล่าวถึงการยอมรับเทคโนโลยี ก็จะต้องกล่าวถึงแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model; "TAM") ซึ่งถูกนำเสนอโดย Davis (1989) ซึ่งกล่าวว่า ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งาน (Behavioral Intention to Use) ระบบเทคโนโลยีถูกกำหนดโดยทัศนคติของผู้ใช้ ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากตัวแปรหลัก 2 ตัว คือ:

1. การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness - PU): คือ ระดับที่บุคคลเชื่อว่าการใช้ระบบใดระบบหนึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานหรือชีวิตของตนเอง ปัจจัยนี้มักเป็นตัวทำนายที่แข็งแกร่งที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านความสามารถในการสื่อสารที่รวดเร็ว การประหยัดค่าใช้จ่าย (โทรศัพท์) และความสามารถในการทำงานเป็นกลุ่ม (Group Chat)
2. การรับรู้ถึงความใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use - PEOU): คือ ระดับที่บุคคลเชื่อว่าการใช้ระบบใดระบบหนึ่งนั้นจะปราศจากความยุ่งยากหรือความพยายาม ความง่ายในการเรียนรู้และใช้งานส่วนต่างๆ ของ LINE

จากแบบจำลองแรกๆ ก็ได้มีการพัฒนาและต่อยอดแบบจำลองดังกล่าวมากมาย ทั้งการเพิ่มความละเอียด หรือความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภายใต้กรอบแนวคิดเดิม หรือการเพิ่มตัวแปรใหม่ๆ และสร้างแบบจำลองใหม่ขึ้นมา เช่น Rauniar et al. (2014) ได้นิยามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีของเฟซบุ๊ก ("Facebook") พบว่าปัจจัยสำคัญของแบบจำลองดังกล่าวประกอบไปด้วย "ความง่ายในการใช้งานที่รับรู้ได้" "วงสังคมที่มีนัยยะ" "ความเป็นต้นตำรับ" "ความสามารถของแอปพลิเคชัน" "ความสำราญที่รับรู้ได้" ซึ่งตรงกับปัจจัยประกอบที่ได้กล่าวไว้

ในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันผู้คนมีความตระหนักรู้ในเทคโนโลยีมากขึ้นจึงมีปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีเพิ่มขึ้นมาอีกอย่างหนึ่งคือ

3. การรับรู้ถึงความปลอดภัยในการใช้ (Perceived Security - PS): คือระดับที่บุคคลเชื่อว่าการใช้ระบบจะไม่นำมาซึ่งความเดือดร้อนแก่ตนเองรักษาความเป็นส่วนตัวและมีความปลอดภัยจากภัยอันตรายต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นใหม่โดยเฉพาะทางไซเบอร์

2.3 ปัจจัยประกอบการยอมรับของแอปพลิเคชันไลน์

ในการศึกษาปัจจัยประกอบการใช้ไลน์ที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 1 ที่กล่าวว่าปัจจัยประกอบการยอมรับแอปพลิเคชันมี 7 ประการ คือ การรับรู้ถึงความง่าย การรับรู้ถึงประโยชน์ อิทธิพลทางสังคม คุณภาพของระบบ คุณสมบัติที่น่าสนใจ ความเชื่อมั่น และความเสี่ยงที่รับรู้ การศึกษาปัจจัยต่างๆ มักพบว่าตัวแปรภายนอกเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อ PU และ PEOU และ PS ซึ่งส่งผลต่อเนื่องไปยังการยอมรับการใช้งาน

ศักรินทร์ ต้นสุพงษ์ (2557) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันไลน์โดยในแบบจำลองมีตัวแปรทั้งหมด 8 ตัวแปรคือ “ประโยชน์ในการใช้งาน” “ความง่ายในการใช้งาน” “ความสามารถในการควบคุมการใช้งาน” “ความคุ้มค่าทางการเงิน” “ความสนุกสนาน” “เครือข่ายทางสังคม” “ความครบถ้วนด้านมีเดีย” และ “ความคิดเห็นที่มีต่อไอที” และจากการทดสอบสมมติฐานถึงนัยยะสำคัญ พบว่ามีเพียง 4 ตัวแปรหลังเท่านั้นที่มีนัยยะสำคัญ

สำหรับปัจจัยด้านความเสี่ยงและความปลอดภัย งานวิจัยของ Chi & Tsai (2017) ได้กล่าวถึงปัจจัยด้านความปลอดภัยว่ามีผลต่อทั้งประโยชน์และความง่ายในการใช้งานที่รับรู้ได้ ซึ่งปัจจัยทั้งสองมีผลต่อเนื่องไปยังความคิด และเป็นการยอมรับในที่สุด ในขณะที่วิภัทร & วิกานดา (2022) ได้กล่าวถึงปัจจัยด้านความเสี่ยงที่รับรู้โดยตรง ว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยประกอบสำคัญของ การยอมรับเทคโนโลยี

2.4 ปัจจัยทางสังคมและอิทธิพลกลุ่ม (Social Factors and Group Influence)

- อิทธิพลทางสังคม (Social Influence): เนื่องจาก LINE เป็นแอปพลิเคชันเครือข่ายสังคม การที่เพื่อน สมาชิกในครอบครัว หรือเพื่อนร่วมงานส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชันนี้ (อัตราความแพร่หลายสูง) จะสร้างแรงกดดันทางสังคมให้บุคคลต้องใช้งานตามไปด้วย เพื่อไม่ให้พลาดการติดต่อสื่อสาร ซึ่งมีผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการใช้งาน
- อิทธิพลระหว่างบุคคล (Interpersonal Influence): การแนะนำหรือการเห็นผู้อื่นใช้ LINE อย่างมีประสิทธิภาพ มักจะนำไปสู่การแลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจในการใช้งาน และเป็นการสร้างการยอมรับแอปพลิเคชัน

2.5 ปัจจัยด้านระบบและคุณสมบัติของแอปพลิเคชัน (System and Application Quality)

- คุณภาพของระบบ (System Quality): เช่น ความเร็ว ความเสถียร การเก็บรักษาข้อมูล และความน่าเชื่อถือของการส่งข้อความ มีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจเลือกใช้
- คุณสมบัติที่น่าสนใจ (Attractive Features): สติกเกอร์ (Stickers) การโทรฟรี (Free Calls) และคุณสมบัติอื่น ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของไลน์ เช่น LINE Pay หรือ Timeline เป็นการขยายขอบเขตความสามารถของตัวแอปพลิเคชัน เพิ่มแรงจูงใจในการเลือกใช้งาน

2.6 ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความเสี่ยงที่รับรู้ (Trust and Perceived Risk)

- ความเชื่อมั่น (Trust): ความเชื่อมั่นในความปลอดภัยความเป็นส่วนตัวและความมั่นคงของข้อมูลในการใช้งาน LINE เป็นตัวแปรสำคัญ เนื่องจากผู้ใช้อาจรู้สึกว่าคุณสมบัติส่วนตัวถูกเปิดเผย สูญหาย หรือเข้าถึงไม่ได้ในยามจำเป็น ซึ่งส่งผลกระทบในทางลบต่อความตั้งใจในการใช้งานหากความเชื่อมั่นต่ำ
- ความเสี่ยงที่รับรู้ (Perceived Risk): ความกลัวว่าข้อมูลจะรั่วไหลสูญหาย หรือถูกโจรกรรม หรือความเสี่ยงทางการเงินจากการใช้ระบบต่างๆ โดยเฉพาะระบบที่เกี่ยวข้องกับการเงิน อาจลดความตั้งใจในการใช้งาน หรือทำให้ผู้ใช้หลีกเลี่ยงการใช้งานเพียงบางส่วน

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การรับรู้ถึงความง่าย และ การรับรู้ถึงประโยชน์ ถูกกล่าวถึงในแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีของ Davis ซึ่งถูกนำเสนอในปี 1989 และเป็นปัจจัยแกนกลางของแบบจำลองดังกล่าวเสมอมา ทั้งโดยการแก้ไขเพิ่มเติมโดย Davis เองในปี 1995 และโดยนักวิจัยอื่นๆ มากมายตลอดมา เช่น Boakye et al. (2014) ซึ่งกล่าวถึงปัจจัยด้านคุณภาพ, Chi & Tsai (2017) ซึ่งกล่าวถึงปัจจัยด้านความปลอดภัย, Dhingra & Mugdal (2019) ซึ่งได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของปัจจัยทั้งสองในบริบทของเทคโนโลยีหลายแขนง เช่น สาธารณสุข พาณิชย์ออนไลน์ โฆษณา ธุรกิจธนาคาร และการศึกษารวมถึงงานวิจัยอื่นๆ ที่จะได้กล่าวต่อไปในส่วนนี้ หากกล่าวถึงแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีแล้ว ก็จะกล่าวถึงปัจจัยสองประการนี้ทั้งสิ้น

อิทธิพลทางสังคม Vannoy et al. (2017) ได้กล่าวถึงการใช้ “เทคโนโลยีทางสังคม” (Social Technology) และนิยามศัพท์ดังกล่าวว่า เป็นการสังคมโดยฉันทะร่วม ความร่วมมือและอำนาจของกลุ่ม โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสื่อกลาง และด้วยปฏิสัมพันธ์เหล่านี้นำไปสู่การสยบยอมและการชักชวนสมาชิกเพิ่ม ซึ่งสามารถอนุมานได้ว่า “การสยบยอม” ในที่นี้หมายถึงการใช้งานเทคโนโลยีใดๆ เพื่อให้สามารถสื่อสารกับสังคมได้ ตรงตามสมมติฐานของแบบจำลอง งานวิจัยของ Korchak et al. (2025) กล่าวถึงอิทธิพลทางสังคมในแง่ของการเลือกใช้อุปกรณ์ประดิษฐ์กำเนิดสื่อ (“Generative Artificial Intelligence”) ว่ามีความสัมพันธ์กันโดยจะมีอิทธิพลมากกว่าในหมู่นักศึกษาระดับปริญญาตรีลงไปเมื่อเทียบกับนักศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า โดยสันนิษฐานว่านักศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไปมีวงสังคมระหว่างกันที่เป็นอิสระจากกันมากกว่า

คุณภาพของระบบเป็นปัจจัยที่เพิ่มมาภายหลังแบบจำลองแรกๆ ของ Davis (1989) และมีการพัฒนาเป็นแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีเชิงคุณภาพ (Qualitative Technology Acceptance Model: “Q-TAM”) โดยงานวิจัยของ Boakye et al. (2014) ได้กล่าวโดยสังเขปว่าปัจจัยเชิงคุณภาพที่สำคัญสูงสุดมีสองประการ คือ คุณลักษณะความเชื่อถือได้ ซึ่งร่วมกันส่งผลไปยังความง่ายในการใช้งานและคุณภาพที่รับรู้ได้ แต่ทว่ากลับไม่ค่อยส่งผลไปยังประโยชน์ในการใช้งานที่รับรู้ได้เสียเท่าใด ทั้งนี้งานวิจัยดังกล่าวอยู่ภายใต้บริบทของเทคโนโลยีที่ใช้แล้วทิ้งซึ่งอาจมีความแตกต่างกับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันสื่อสารที่มีลักษณะใช้แล้วไม่หมดไป ในบริบทของงานบริการส่งทางอากาศในเขตเมือง Kim et al. (2023) ได้ยืนยันความสำคัญของปัจจัยเชิงคุณภาพ โดยความเชื่อมั่นในระบบ โดยความเชื่อมั่นในความปลอดภัย ว่ามีผลส่งเสริมการยอมรับเทคโนโลยีอีกงานวิจัยหนึ่ง

คุณสมบัติที่น่าสนใจ Alam et al. (2023) ศึกษาและสรุปไว้ว่า การรับรู้ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์จะมีผลดึงดูดให้มีการซื้อ (และทดลองใช้งาน) หากแต่เป็นปัจจัยเชิงคุณภาพที่จะทำให้มีการยอมรับอย่างยั่งยืนในบริบทของเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน Liu & Yu (2017) ได้ศึกษาปัจจัย 9 ประการ ทั้งเชิงลักษณะกายภาพ (ภายนอก) และคุณภาพ (ภายใน) พบว่าปัจจัยทั้งหมดมีความสำคัญต่อเนื่องต่อยังปัจจัยหลัก คือ ความง่ายที่รับรู้ได้ ประโยชน์ที่รับรู้ได้ และ ความตั้งใจจะใช้งาน

ความเชื่อมั่น เป็นปัจจัยประกอบที่เพิ่มมาใหม่ในภายหลัง โดยปรากฏในงานวิจัยของ Dickson et al. (2021) ที่ขยายแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีโดยเพิ่มเติมด้วยปัจจัยด้าน

ความเชื่อมั่นสามประการ คือ ความยึดมั่นในความถูกต้อง คุณธรรม และคุณภาพ โดยแบบจำลองดังกล่าวสร้างขึ้นเพื่อวิจัยการยอมรับเทคโนโลยีธุรกรรมออนไลน์ (“E-Banking”) นอกจากนี้ ในงานวิจัยดังกล่าวยังกล่าวอีกว่า การขาดความไว้วางใจและความเป็นส่วนตัว เป็นปัจจัยสำคัญที่ขัดขวางการยอมรับเทคโนโลยี

ความเสี่ยงที่รับรู้เป็นปัจจัยรองเพิ่มมาใหม่ในภายหลัง โดย Im et al. (2008) วิจัยว่าการรับรู้ถึงความง่ายและการรับรู้ถึงประโยชน์มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีมากก็จริง หากแต่ งานวิจัยต่างๆ ขาดปัจจัยควบคุม ซึ่งกล่าวต่อไปว่ามีสี่ประการ คือ ความเสี่ยงที่รับรู้ ประเภทเทคโนโลยี ประสบการณ์ผู้ใช้ และ เพศ (ของบุคคลตัวอย่าง) พบว่าปัจจัยด้านประสบการณ์ผู้ใช้ มีจะความสำคัญน้อยลงมากหากมีการขจัดความผิดพลาดออกไป ในขณะที่ปัจจัยที่เหลือคงมีผลอย่างเห็นได้ชัด. ในทางกลับกัน Suorso et al. (2023) ศึกษาในบริบทของการซื้อของทางออนไลน์และพบว่า ความกังวลต่อความเสี่ยงที่รับรู้ได้จะมีผลเสียต่อการตัดสินใจเลือกใช้และยอมรับเทคโนโลยี

จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า งานวิจัยต่างๆ ที่ว่าด้วยแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี หากแต่ยังไม่มียงานวิจัยใดที่ทำการวิเคราะห์ตัวแปรทั้งเจ็ดประการพร้อมกันในบริบทของ แอปพลิเคชันสื่อสาร งานวิจัยนี้จึงเป็นการนำเสนอมุมมองที่แตกต่าง ในบริบทที่แตกต่างจากงานวิจัยก่อนหน้านี้

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การเก็บข้อมูลสำหรับการทำวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามตามสมัครใจโดยผู้วิจัยให้ข้อมูลและได้ชี้แจงรายละเอียดของการทำการวิจัยนี้รวมทั้งข้อมูลการติดต่อผู้วิจัยให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับทราบ

ผู้วิจัยได้มีการกำหนดรูปแบบวิธีการดำเนินการที่ใช้ในการวิจัยโดยมีเนื้อหาสำคัญดังนี้

- 3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และ วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.3 การทดสอบคุณภาพของแบบสอบถาม
- 3.4 หลักเกณฑ์การแปลผลข้อมูลจากแบบสอบถาม
- 3.5 วิธีการทางสถิติ

3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และ วิธีการเก็บข้อมูล

ประชากรเป้าหมายของการศึกษานี้ คือ ผู้ใช้ LINE ทุกรูปแบบ ในประเทศไทย โดยไม่จำกัดเพศ อายุ วุฒิการศึกษา หรือกลุ่มอาชีพ

จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ เนื่องจากเป็นงานวิจัยที่เก็บข้อมูลเป็นตัวเลขและค่าเฉลี่ย จึงใช้สูตรการคำนวณของ Cochran คือ

$$n = \frac{Z^2 p(1 - p)}{E^2}$$

โดยตัวแปรในสูตร มีความหมายดังตารางต่อไปนี้
ตารางที่ 3.1 คำอธิบายตัวแปรในสูตรของ Cochran

ตัวแปร	แสดงถึง
n	ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
Z	ค่าสถิติจากตารางแจกแจงปกติมาตรฐานตามระดับความเชื่อมั่นที่เลือก (95%) คือ 1.96
p	ประมาณการสัดส่วนของประชากร หากไม่ทราบจำนวนที่แท้จริง ใช้ 0.5
E	ค่าความคลาดเคลื่อนผิดพลาดที่ยอมรับได้ (Margin of Error) คือ 5% หรือ 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(1-0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.5)(0.5)}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

จากการคำนวณ จะได้ค่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384.16 คน แต่ผู้วิจัยจะทำการสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คนเพื่อให้ข้อมูลมีความถูกต้องแม่นยำมากยิ่งขึ้น

วิธีการเก็บข้อมูล ทำโดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยการกระจายแบบสอบถามผ่าน Google Forms

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย

1. เพศ
2. อายุ
3. อายุการใช้งาน LINE
4. ความถี่ในการใช้งาน LINE
5. อาชีพ

ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามความเห็นด้วยต่อข้อความ เพื่อวิเคราะห์ความเห็นด้วยต่อตัวแปรต้นแต่ละตัวในภาพรวม ประกอบไปด้วย

- ข้อ 1 ถึง 3 การรับรู้ถึงความง่าย
- ข้อ 4 ถึง 6 การรับรู้ถึงประโยชน์
- ข้อ 7 ถึง 9 อิทธิพลทางสังคม
- ข้อ 10 ถึง 12 คุณภาพของระบบ
- ข้อ 13 ถึง 15 คุณสมบัติที่น่าสนใจ
- ข้อ 16 ถึง 18 ความเชื่อมั่น
- ข้อ 19 ถึง 21 ความเสี่ยงที่รับรู้

ส่วนที่ 3 เป็นการสอบถามความเข้าใจ และเห็นด้วยต่อข้อความ เพื่อวิเคราะห์ความเห็นด้วยต่อตัวแปรตามในภาพรวม

- ข้อ 1 และ 2 สอบถามความเข้าใจ
- ข้อ 3 และ 4 สอบถามความเห็น

ข้อมูลที่ได้รับมา มีการตรวจสอบความถูกต้อง (ตอบคำถามครบถ้วน) และรวบรวมลงตาราง Spreadsheet โดยระบบของ Google Forms และผู้วิจัยทำการขยายผลการศึกษาจากตารางสรุปข้อมูลดังกล่าว

3.3 การทดสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความคุณภาพของแบบสอบถาม โดยการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ความเที่ยงตรง ทดสอบโดยการให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน วิพากษ์และแก้ไขข้อคำถาม จนได้ชุดคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: "IOC") เกิน 0.50 จึงได้เผยแพร่แบบสอบถามให้กลุ่มเป้าหมาย

ความเชื่อมั่น ทดสอบโดยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Test) จากแบบตอบรับจำนวน 40 ชุด คิดเป็นร้อยละ 10 ของแบบสอบถามที่ตั้งเป้าหมายไว้

ผลการทดสอบ ตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.2 ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

ตัวแปร	จำนวนคำถาม	Cronbach's Alpha
การรับรู้ถึงความง่าย	3	0.811
การรับรู้ถึงประโยชน์	3	0.757
อิทธิพลทางสังคม	3	0.725
คุณภาพของระบบ	3	0.777
คุณสมบัติที่น่าสนใจ	3	0.723
ความเชื่อมั่น	3	0.879
ความเสียที่รับรู้	3	0.778
การยอมรับการใช้งาน LINE	4	0.787

จากผลทดสอบข้างต้น พบว่าทุกข้อคำถามมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไปแสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ (Cronbach, 1970)

3.4 หลักเกณฑ์การแปลผลข้อมูลจากแบบสอบถาม

ในส่วนที่ 1 ที่เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไป (เพศ อายุตัว อาชีพ อายุการใช้ไลน์ ความถี่ในการใช้ไลน์) จัดทำเป็นข้อมูลสถิติ และแจกแจงอัตราร้อยละ

ในส่วนที่ 2 และ 3 ที่เป็นการให้คะแนนความเห็นด้วยกับข้อความที่กำหนด ซึ่งเป็นตัวแปรต้นและตาม (ตามลำดับ) มีระดับความเห็นด้วยตั้งแต่ 1 (ไม่เห็นด้วยอย่างมาก) จนถึง 5 (เห็นด้วยอย่างมาก) ทำการคำนวณค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ชั้นปฐมภูมิภายในแต่ละคำถาม และ ชั้นทุติยภูมิภายในแต่ละตัวแปร (ซึ่งมีหลายคำถาม) และจะนำข้อมูลชั้นทุติยภูมิไปคำนวณสมการถดถอยต่อไป

ตารางที่ 3.3 การแปลผลตัวเลข

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 ~ 5.00	เห็นด้วยอย่างมาก
3.41 ~ 4.20	เห็นด้วย
2.61 ~ 3.40	เฉยๆ
1.81 ~ 2.60	ไม่เห็นด้วย
1.00 ~ 1.80	ไม่เห็นด้วยอย่างมาก

3.5 วิธีการทางสถิติ

การศึกษานี้ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: "SD") เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้ไลน์ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ด้วยการนำข้อมูลคะแนนระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรต้นที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีและการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลมาใช้ในการทำวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วนมาจำนวน 430 ตัวอย่าง ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถแบ่งเป็นหัวข้อต่างๆ ได้ดังนี้

- 4.1 ผลการเก็บข้อมูล
- 4.2 สัญลักษณ์แทนตัวแปร
- 4.3 ข้อมูล ส่วนที่ 1: ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.4 ข้อมูล ส่วนที่ 2: ความคิดเห็น
- 4.5 ข้อมูล ส่วนที่ 3: การยอมรับแอปพลิเคชัน
- 4.6 การทดสอบความสัมพันธ์ตามกรอบแนวคิด
- 4.7 สมการถดถอย

4.1 ผลการเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูล ผู้วิจัยเริ่มเก็บเมื่อวันที่ 23 ถึง 27 กุมภาพันธ์ 2569 โดยการใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ได้ข้อมูลทั้งสิ้นจำนวน 430 ตัวอย่าง

4.2 สัญลักษณ์แทนตัวแปร

เพื่อความสะดวก ผู้วิจัยขอกำหนดสัญลักษณ์ (ตัวย่อ) แทนตัวแปร ดังต่อไปนี้
ตารางที่ 4.1 สัญลักษณ์แทนตัวแปร

ตัวย่อ	คำอ่าน	ตัวแปรที่ใช้ศึกษา
PEOU	Perceived Ease of Use	การรับรู้ถึงความง่าย
PU	Perceived Usefulness	การรับรู้ถึงประโยชน์
SI	Social Influence	อิทธิพลทางสังคม
SQ	System Quality	คุณภาพของระบบ
IF	Interesting Features	คุณสมบัติที่น่าสนใจ
PS	Perceived Security	ความเชื่อมั่น
PR	Perceived Risk	ความเสี่ยงที่รับรู้
TA	Technology Acceptance	การยอมรับการใช้งาน LINE

4.3 ข้อมูล ส่วนที่ 1: ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

ในส่วนที่ 1 กล่าวถึงข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.2 เพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	221	51.39
หญิง	206	47.09
เพศทางเลือก (LGBTQIAN+)	3	0.70
รวม	430	100.00

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย 51.39% เพศหญิง 47.09% และเพศทางเลือก 0.69% ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 อายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
19 – 24 ปี	6	1.40
25 – 30 ปี	29	6.75
31 – 35 ปี	12	2.79
36 – 40 ปี	31	7.21
41 – 45 ปี	59	13.72
46 – 50 ปี	76	17.67
51 – 55 ปี	102	23.72
56 – 60 ปี	45	10.47
61 ปีขึ้นไป	70	16.28
รวม	430	100.00

จากตารางที่ 4.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุมากกว่า 40 ปี โดยอยู่ในช่วงอายุ 51-55 ปีคิดเป็น 23.72%, 46-50 ปีคิดเป็น 17.67% และ 61 ปีขึ้นไป คิดเป็น 16.27%

ตารางที่ 4.4 ท่านใช้งาน LINE มานานเท่าไรแล้ว

อายุการใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
1 - 5 ปี	16	3.72
5 - 10 ปี	144	33.49
10 ปีขึ้นไป	270	62.79
รวม	430	100.00

จากตารางที่ 4.3 ผู้ตอบที่มีประสบการณ์การใช้งาน 10 ปีขึ้นไปคิดเป็น 62.79% 5-10 ปี 33.48% 1-5 ปี 3.72% และไม่มีผู้ใดที่มีประสบการณ์น้อยกว่า 1 ปี

ตารางที่ 4.5 ท่านใช้งาน LINE เป็นประจำ

อายุการใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
ใช้งานเป็นประจำ	366	85.116
ใช้งานสำหรับทุกโอกาสที่เป็นไปได้	39	9.069
เลือกใช้งานในบางโอกาส	12	2.790
ใช้งานเท่าที่จำเป็นเท่านั้น	13	3.023
รวม	430	100.00

จากตารางที่ 4.4 ผู้ตอบที่ใช้งานไลน์เป็นประจำ คิดเป็น 85.11% ใช้งานสำหรับทุกโอกาสที่เป็นไปได้ 9.06% ใช้งานเท่าที่จำเป็นเท่านั้น 3.02% เลือกใช้งานในบางโอกาส 2.79% และไม่มีผู้ใดที่ไม่ได้ใช้งานไลน์เลย

ตารางที่ 4.6 อาชีพ

ลำดับ	อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
1	นักเรียนระดับมัธยม	1	0.23
2	นักศึกษาระดับปวช. - ปวส.	1	0.23
3	นิสิต-นักศึกษาระดับปริญญาตรี	9	2.09
4	นิสิต-นักศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป	6	1.40
5	พนักงานสำนักงาน	60	13.95
6	พนักงานโรงงาน	15	3.49
7	พนักงานบริการ	9	2.09
8	ผู้จัดการ (Manager)	35	8.14
9	ผู้บริหาร (C-Level)	29	6.74
10	เจ้าของธุรกิจส่วนบุคคล (กรรมการ)	118	27.44
11	ฟรีแลนซ์	23	5.35
12	บุคลากรทางการแพทย์ (แพทย์พยาบาล)	20	4.65
13	บุคลากรทางการศึกษา (ครู)	22	5.12
14	บุคลากรทางศาล (อัยการผู้พิพากษา)	4	0.93
15	ทนายความ	9	2.09
16	ข้าราชการพลเรือน	53	13.33
17	ข้าราชการทหาร - ตำรวจ	11	2.56
18	อาชีพอื่นๆ	5	1.16
รวม		430	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มอาชีพที่ใช้งานมากที่สุด คือ เจ้าของธุรกิจส่วนบุคคล คิดเป็น 27.44% รองลงมาเป็นพนักงานสำนักงาน 13.95% และข้าราชการพลเรือน 13.32% และกลุ่มอาชีพที่น้อยที่สุดคือนักเรียนระดับมัธยม และนักศึกษาระดับปวช.-ปวส. เท่ากันที่ 0.23%

4.4 ข้อมูล ส่วนที่ 2: ความคิดเห็น

การรับรู้ถึงความง่าย (PEOU)

ตารางที่ 4.7 สรุปคำตอบตัวแปร “การรับรู้ถึงความง่าย”

คำถาม	ระดับความเห็น					วิเคราะห์ผล	
	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย	SD
ท่านใช้งาน LINE ได้อย่างคล่องแคล่ว	2	5	71	151	201	4.27	0.81
ท่านเห็นว่า LINE ใช้ง่าย	5	3	32	143	247	4.45	0.76
เป็นการง่ายหากท่านจะสอนผู้อื่นให้ใช้ LINE	7	8	84	140	191	4.16	0.91
รวม						4.29	0.84

จากตารางที่ 4.6 พบว่าข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ “ท่านเห็นว่า LINE ใช้ง่าย” ที่ 4.45 ตามมาด้วย “ท่านใช้งาน LINE ได้อย่างคล่องแคล่ว” ที่ 4.26 และสุดท้ายคือ “เป็นการง่ายหากท่านจะสอนผู้อื่นให้ใช้ LINE”

โดยรวมแล้ว ตัวแปรต้นนี้มีค่าเฉลี่ยที่ 4.29

การรับรู้ถึงประโยชน์ (PU)

ตารางที่ 4.8 สรุปคำตอบ ตัวแปร “การรับรู้ถึงประโยชน์”

คำถาม	ระดับความเห็น					วิเคราะห์ผล	
	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย	SD
ท่านใช้งานระบบอันหลากหลายของ LINE	13	32	136	142	107	3.69	1.02
ท่านเห็นว่า LINE มีประโยชน์	4	2	25	102	297	4.59	0.71
ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้งาน LINE	4	6	42	125	253	4.43	0.80
รวม						4.24	0.94

จากตารางที่ 4.7 พบว่าข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ “ท่านเห็นว่า LINE มีประโยชน์” ที่ 4.59 ตามมาด้วย “ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้งาน LINE” ที่ 4.43 และสุดท้ายคือ “ท่านใช้งานระบบอันหลากหลายของ LINE” ที่ 3.69

โดยรวมแล้ว ตัวแปรต้นนี้มีค่าเฉลี่ยที่ 4.24

อิทธิพลทางสังคม (SI)

ตารางที่ 4.9 สรุปคำตอบ ตัวแปร “อิทธิพลทางสังคม”

คำถาม	ระดับความเห็น					วิเคราะห์ผล	
	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย	SD
ท่านใช้งาน LINE เพราะผู้ติดต่อของท่านใช้งาน LINE	4	3	23	89	311	4.63	0.70
ท่านประสงค์จะใช้ LINE เพื่อติดต่อกับผู้อื่น	3	5	22	107	293	4.59	0.71
ท่านรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคมถ้าได้ใช้งาน LINE	11	15	90	121	193	4.09	1.01
รวม						4.44	0.85

จากตารางที่ 4.8 พบว่าข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ “ท่านใช้งาน LINE เพราะผู้ติดต่อของท่านใช้งาน LINE” ที่ 4.62 ตามมาด้วย “ท่านประสงค์จะใช้ LINE เพื่อติดต่อกับผู้อื่น” ที่ 4.58 และสุดท้ายคือ “ท่านรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคมถ้าได้ใช้งาน LINE” ที่ 4.09

โดยรวมแล้ว ตัวแปรต้นนี้มีค่าเฉลี่ยที่ 4.43

คุณภาพของระบบ (SQ)

ตารางที่ 4.10 สรุปคำตอบ ตัวแปร “คุณภาพของระบบ”

คำถาม	ระดับความเห็น					วิเคราะห์ผล	
	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย	SD
แอปพลิเคชัน LINE ให้บริการท่านได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4	9	57	172	188	4.23	0.83
ท่านสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เก็บรักษาไว้ใน LINE ได้เสมอ	28	29	121	137	115	3.66	1.14
ไฟล์ของท่านจะไม่เสียหายหรือสูญเสียคุณภาพจากการส่งผ่าน LINE	33	53	143	107	94	3.41	1.18
รวม						3.76667	1.13

จากตารางที่ 4.9 พบว่าข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ “แอปพลิเคชัน LINE ให้บริการท่านได้อย่างมีประสิทธิภาพ” ที่ 4.23 ตามมาด้วย “ท่านสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เก็บรักษาไว้ใน LINE ได้เสมอ” ที่ 3.65 และสุดท้ายคือ “ไฟล์ของท่านจะไม่เสียหายหรือสูญเสียคุณภาพจากการส่งผ่าน LINE” ที่ 3.40

โดยรวมแล้ว ตัวแปรต้นนี้มีค่าเฉลี่ยที่ 3.76

คุณสมบัติที่น่าสนใจ (IF)

ตารางที่ 4.11 สรุปคำตอบ ตัวแปร “คุณสมบัติที่น่าสนใจ”

คำถาม	ระดับความเห็น					วิเคราะห์ผล	
	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย	SD
ท่านเคยใช้งานระบบตกแต่งช่องสนทนา	33	53	105	119	120	3.56	1.23
ท่านใช้งาน LINE โดยมีจุดประสงค์จะใช้งานระบบเบ็ดเตล็ดต่างๆ ของ LINE	89	95	140	50	56	2.74	1.27
ท่านยินดีใช้งานระบบของ LINE ในส่วนที่ต้องจ่ายเงิน	113	96	115	56	50	2.61	1.31
รวม						4.24	0.94

จากตารางที่ 4.10 พบว่าข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ “ท่านเคยใช้งานระบบตกแต่งช่องสนทนา” ที่ 3.55 ตามมาด้วย “ท่านใช้งาน LINE โดยมีจุดประสงค์จะใช้งานระบบเบ็ดเตล็ดต่างๆ ของ LINE” ที่ 2.74 และสุดท้ายคือ “ท่านยินดีใช้งานระบบของ LINE ในส่วนที่ต้องจ่ายเงิน” ที่ 2.61

โดยรวมแล้ว ตัวแปรต้นนี้มีค่าเฉลี่ยที่ 2.97

ความเชื่อมั่น (PT)

ตารางที่ 4.12 สรุปคำตอบ ตัวแปร “ความเชื่อมั่น”

คำถาม	ระดับความเห็น					วิเคราะห์ผล	
	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย	SD
ท่านเชื่อมั่นว่า LINE มีมาตรการรักษาความเป็นส่วนตัวของข้อมูลการสนทนา	26	57	167	120	60	3.30	1.06
ท่านเชื่อมั่นว่า LINE บริหารข้อมูลของท่านด้วยธรรมาภิบาล	16	41	180	122	71	3.44	1.00
ท่านเชื่อมั่นว่า LINE รักษาความปลอดภัยทางธุรกรรมการเงิน	34	60	171	110	55	3.21	1.09
รวม						3.32	1.05

จากตารางที่ 4.10 พบว่าข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ “ท่านเชื่อมั่นว่า LINE บริหารข้อมูลของท่านด้วยธรรมาภิบาล” ที่ 3.44 ตามมาด้วย “ท่านเชื่อมั่นว่า LINE มีมาตรการรักษาความเป็นส่วนตัวของข้อมูลการสนทนา” ที่ 3.30 และสุดท้ายคือ “ท่านเชื่อมั่นว่า LINE รักษาความปลอดภัยทางธุรกรรมการเงิน” ที่ 3.21

โดยรวมแล้ว ตัวแปรต้นนี้มีค่าเฉลี่ยที่ 3.32

ความเสี่ยงที่รับรู้ (PR)

ตารางที่ 4.13 สรุปคำตอบ ตัวแปร “ความเสี่ยงที่รับรู้”

คำถาม	ระดับความเห็น					วิเคราะห์ผล	
	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย	SD
ท่านมีความกังวลว่าข้อมูลใน LINE ของท่านจะสูญหายเมื่อเวลาผ่านไป	24	23	118	154	151	3.80	1.14
ท่านมีความกังวลว่าบัญชีผู้ใช้ของท่านใน LINE จะถูกยึดครองโดยบุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาตและถูกนำไปใช้ในทางที่ผิด	24	50	159	111	86	3.43	1.10
ท่านมีความกังวลว่าจะมีธุรกรรมที่ท่านไม่ได้ยินยอมเกิดขึ้นเนื่องจากการใช้ LINE	29	41	165	107	88	3.43	1.12
รวม						3.55	1.13

จากตารางที่ 4.12 พบว่าข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ “ท่านมีความกังวลว่า ข้อมูลใน LINE ของท่านจะสูญหายเมื่อเวลาผ่านไป” ที่ 3.80 ตามมาด้วย “ท่านมีความกังวลว่าบัญชีผู้ใช้ของท่านใน LINE จะถูกยึดครองโดยบุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาตและถูกนำไปใช้ในทางที่ผิด” ที่ 3.43 และสุดท้ายคือ “ท่านมีความกังวลว่าจะมีธุรกรรมที่ท่านไม่ได้ยินยอมเกิดขึ้นเนื่องจากการใช้ LINE” ที่ 3.42

โดยรวมแล้ว ตัวแปรต้นนี้มีค่าเฉลี่ยที่ 3.55

4.5 ข้อมูล ส่วนที่ 3: การยอมรับแอปพลิเคชัน

การยอมรับแอปพลิเคชัน (TA)

ตารางที่ 4.14 สรุปคำตอบ ตัวแปร “การยอมรับแอปพลิเคชัน”

คำถาม	ระดับความเห็น					วิเคราะห์ผล	
	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย	SD
ท่านทราบถึงประสิทธิภาพของ LINE	8	31	185	147	59	3.51	0.88
ท่านทราบถึงข้อจำกัดของ LINE	14	46	189	14	141	3.34	0.91
ท่านยอมรับในประสิทธิภาพของ LINE	6	13	121	189	101	3.85	0.86
ท่านยินดีจะใช้ LINE มากกว่าแอปพลิเคชันสื่อสารอื่น	5	16	87	140	182	4.11	0.93
รวม						3.70	0.94

จากตารางที่ 4.13 พบว่าข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ “ท่านยินดีจะใช้ LINE มากกว่าแอปพลิเคชันสื่อสารอื่น” ที่ 4.11 ตามมาด้วย “ท่านยอมรับในประสิทธิภาพของ LINE” ที่ 3.85 และ “ท่านทราบถึงประสิทธิภาพของ LINE” ที่ 3.50 และสุดท้ายคือ “ท่านทราบถึงข้อจำกัดของ LINE” ที่ 3.34

โดยรวมแล้ว ตัวแปรต้นนี้มีค่าเฉลี่ยที่ 3.70

4.6 การทดสอบความสัมพันธ์ตามกรอบแนวคิด

การทดสอบความสัมพันธ์นี้ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เทียบตัวแปรต้นต่อตัวแปรตาม

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรในงานวิจัย

ตัวแปร (N = 400)	TA	PEOU	PU	SI	SQ	IF	PS	PR
การยอมรับ แอปพลิเคชัน (TA)	1	.529	.519	.475	.496	.456	.490	.246
การรับรู้ถึงการใช้ ง่าย (PEOU)		1	.703	.598	.451	.405	.359	.207
การรับรู้ถึง ประโยชน์ (PU)			1	.740	.561	.368	.352	.214
อิทธิพลทางสังคม (SI)				1	.561	.300	.338	.193
คุณภาพของระบบ (SQ)					1	.429	.563	.121
คุณสมบัติที่ น่าสนใจ (IF)						1	.576	.257
ความเชื่อมั่น (PS)							1	.159
ความเสี่ยงที่รับรู้ (PR)								1

จากตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ระหว่างตัวแปรทั้งหมด 8 ตัว พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างกันของทุกคู่มีค่าไม่เกิน 0.9 หมายความว่า ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (ความซ้ำซ้อนของตัวแปรต้น) และสามารถนำตัวแปรไปใช้ในการวิเคราะห์ได้

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ตัวแปร	USTD. Beta	ST. Error	STD. Beta	t	Tol.	VIF	sig
ค่าคงตัว	.631	.196		3.218			.001
การรับรู้ถึงความง่าย (PEOU)	.210	.053	.212	3.977	.467	2.141	<.001
การรับรู้ถึงประโยชน์ (PU)	.115	.064	.114	1.801	.329	3.039	.072
อิทธิพลทางสังคม (SI)	.081	.061	.076	1.336	.409	2.445	.182
คุณภาพของระบบ (SQ)	.097	.041	.121	2.355	.499	2.004	.019
คุณสมบัติที่น่าสนใจ (IF)	.080	.032	.116	2.460	.598	1.673	.014
ความเชื่อมั่น (PS)	.149	.037	.200	4.042	.544	1.837	<.001
ความเสี่ยงที่รับรู้ (PR)	.065	.029	.087	2.265	.910	1.099	.024

$R = 0.663$; $R \text{ Squared} = 0.440$; $F = 47.362$; $\text{sig} < 0.05$

จากการวิเคราะห์ตัวแปรทั้งหมด มีตัวแปรต้น 7 ตัว คือ “การรับรู้ถึงความง่าย” “การรับรู้ถึงประโยชน์” “อิทธิพลทางสังคม” “คุณสมบัติที่น่าสนใจ” “คุณภาพของระบบ” “ความเชื่อมั่น” และ “ความเสี่ยงที่รับรู้” และตัวแปรตาม 1 ตัว คือ “การยอมรับแอปพลิเคชัน” พบว่าความสามารถในการพยากรณ์ของตัวแปรต้นทั้งหมดต่อการตัดสินใจยอมรับแอปพลิเคชันอยู่ที่ประมาณ 44% ($R \text{ Squared} = 0.44$) ส่วนอีก 56% เป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ ที่อยู่นอกกรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบ multicollinearity เพิ่มเติมด้วยการทดสอบค่า Tol และ VIF โดยพบว่าตัวแปรต้นทุกตัวมีค่า Tol > 0.1 และ VIF < 10 หมายความว่าไม่เกิดปัญหาดังกล่าว (ยูทช ไกยวรรณ, 2562)

จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่ามีตัวแปรต้นที่มีนัยยะสำคัญต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน คือ มีค่า $\text{sig} < 0.05$ มีจำนวน 5 ตัวแปร โดยเรียงลำดับตามจากมากไปน้อยดังนี้ “การรับรู้ถึงความง่าย” “ความเชื่อมั่น” “คุณภาพของระบบ” “คุณสมบัติที่น่าสนใจ” และ “ความเสี่ยงที่รับรู้” จึงยอมรับสมมติฐานบางส่วนใน 5 ตัวแปรนี้ ในขณะที่ตัวแปร “อิทธิพลทางสังคม” และ “การรับรู้ถึงประโยชน์” ไม่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ จึงปฏิเสธสมมติฐานบางส่วนใน 2 ตัวแปรนี้

4.7 สมการถดถอย

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ สามารถเขียนเป็นสมการถดถอยได้ดังต่อไปนี้

สมการถดถอยที่คำนวณโดยคะแนนดิบ

การยอมรับแอปพลิเคชัน (TA) = 0.631 + 0.210 การรับรู้ถึงความง่าย (PEOU) + 0.115 การรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) + 0.081 อิทธิพลทางสังคม (SI) + 0.097 คุณภาพของระบบ (SQ) + 0.080 คุณสมบัติที่น่าสนใจ (IF) + 0.149 ความเชื่อมั่น (PS) + 0.065 ความเสี่ยงที่รับรู้ (PR)

สมการถดถอยที่คำนวณโดยคะแนนมาตรฐาน

การยอมรับแอปพลิเคชัน (TA) = 0.212 การรับรู้ถึงความง่าย (PEOU) + 0.114 การรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) + 0.076 อิทธิพลทางสังคม (SI) + 0.121 คุณภาพของระบบ (SQ) + 0.116 คุณสมบัติที่น่าสนใจ (IF) + 0.200 ความเชื่อมั่น (PS) + 0.087 ความเสี่ยงที่รับรู้ (PR)

TNI

TAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยทั้งหมดในสารนิพนธ์ เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE นี้ เมื่อนำข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 430 คน มาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปราย
- 5.3 ประโยชน์จากงานวิจัย
- 5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการศึกษาดังต่อไปนี้
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 221 คน (51.39%), ช่วงอายุ 51-55 ปี จำนวน 102 คน (23.72%), อายุการใช้งานไลน์ 10 ปีขึ้นไป จำนวน 270 คน (62.71%), ใช้งานเป็นประจำ จำนวน 366 คน (85.11%) และมีอาชีพเจ้าของกิจการส่วนบุคคล จำนวน 118 คน (27.44%)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในแต่ละปัจจัยดังนี้

- 2.1 การรับรู้ถึงความสะดวก เป็นปัจจัยที่มีความเห็นด้วยมากที่สุดในระดับเห็นด้วยอย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) โดยเห็นความใช้งานง่ายและความคล่องแคล่ว (4.45 / 4.26)
- 2.2 คุณภาพของระบบ มีความเห็นเป็นอันดับถัดมา (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยมีความมั่นใจในเสถียรภาพของบริการสูงสุด (4.23) แต่การเข้าถึงข้อมูลและการรักษาคุณภาพมีคะแนนต่ำกว่า (3.65 / 3.40)
- 2.3 ความเชื่อมั่น มีความเห็นในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยความเชื่อมั่นในด้านธรรมาภิบาลการใช้อยู่ การรักษาความเป็นส่วนตัว และความปลอดภัยทางธุรกรรมการเงิน มีระดับไล่เลี่ยกัน (3.44 / 3.30 / 3.21)

2.4 คุณสมบัติที่น่าสนใจ มีความเห็นในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.97) ซึ่งส่วนใหญ่ เคยตกแต่งช่องสนทนา (3.55) แต่ไม่ได้สนใจระบบเบ็ดเตล็ดเป็นสำคัญ (2.74) หรือยินดีที่จะใช้ระบบที่ต้องจ่ายเงิน (2.61)

2.5 ในทางกลับกัน กลุ่มตัวอย่างมีความกังวลต่อความเสี่ยงจากการใช้งานในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยความกังวลที่สุดอยู่ในด้านการสูญเสียข้อมูล (3.80) ส่วนความกังวลด้านการสูญเสียการครอบครองบัญชีและธุรกรรมที่ไม่ได้ยินยอม อยู่ในระดับ ไกล่เคียงกัน (3.43 / 3.42)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การยอมรับแอปพลิเคชัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยที่จะ ยอมรับในแอปพลิเคชันไลน์ (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความยินดีจะใช้งานไลน์ มากกว่าแอปพลิเคชันสื่อสารอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.11) ยอมรับและทราบในประสิทธิภาพของไลน์ ก่อนข้างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85 และ 3.51) และเคยๆ กับข้อจำกัดของไลน์ (ค่าเฉลี่ย 3.34) แสดง ให้เห็นว่าผู้คนมีความเชื่อมั่นและยอมรับในไลน์ โดยความรู้ในประสิทธิภาพและข้อจำกัดมิใช่ สาระสำคัญ

ส่วนสุดท้าย ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า สมการถดถอยสามารถอธิบาย ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรได้ประมาณ 44% (จากค่า R Squared) และตัวแปรต้นที่มีอิทธิพล ต่อการยอมรับแอปพลิเคชันไลน์ มี 5 ตัวแปรตามลำดับ คือ การรับรู้ถึงความใช้ง่าย ความเชื่อมั่น คุณภาพของระบบ คุณสมบัติที่น่าสนใจ และ ความเสี่ยงที่รับรู้

5.2 อภิปราย

“การรับรู้ถึงความใช้ง่าย” เป็นปัจจัยประกอบที่สำคัญที่สุด โดยเป็น 1 ใน 2 ปัจจัยหลักที่ ถูกกล่าวถึงในแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีของ Davis (1989) และถูกกล่าวถึงในงานวิจัย ในสาขานี้เสมอมา เช่น Dhingra & Mudgal (2019) สำหรับบริบทของเทคโนโลยีการสื่อสาร ความมีนัยยะของตัวแปรนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chi et al. (2017) และ Liu & Yu (2017) ในบริบทของโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน หรือ วิภัทร & วิกานดา (2022) ในบริบทของการใช้ บริการสาธารณสุข ซึ่งกล่าวว่าความใช้ง่ายและการรับรู้ดังกล่าวมีอิทธิพลตัดสินใจใช้งาน

“ความเชื่อมั่น” เป็นอีกปัจจัยที่สำคัญต่อการยอมรับเทคโนโลยี ดังที่ Dickson et al. (2021) ได้กล่าวในเชิงทฤษฎีและผ่านบริบทของการจ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ Rauniar et al.

(2014) ในบริบทของการใช้เฟซบุ๊ก และ Kim et al. (2023) ซึ่งศึกษาความเชื่อมั่นในคุณภาพการบริการการขนส่งทางอากาศในเขตเมือง

“คุณภาพของระบบ” มีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Boakye et al. (2014) ที่ศึกษาในบริบทของโทรศัพท์มือถือ ได้เน้นย้ำถึงปัจจัยเชิงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และนำเสนอแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีเชิงคุณภาพ ซึ่งส่งผลต่อเนื่องไปถึงความเชื่อมั่นและการยอมรับในที่สุด หรือ Kim et al. (2023) ดังที่กล่าวไปข้างต้น ล้วนแต่สอดคล้องกับผลวิจัยที่พบในสารนิพนธ์นี้

“คุณสมบัติที่น่าสนใจ” เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการดึงดูดผู้ใช้ใหม่ เพื่อให้มีการยอมรับแอปพลิเคชัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Alam et al. (2023) ที่ว่าด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือ Liu & Yu (2017) ในบริบทของโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน ทั้งนี้งานวิจัยทั้งสองมีหมายเหตุเหมือนกัน คือ การตัดสินใจยอมรับนั้นจะขึ้นอยู่กับปัจจัยเชิงคุณภาพเป็นสำคัญ

“ความเสี่ยงที่รับรู้” เป็นปัจจัยด้านลบที่จะส่งผลเสียต่อการเลือกใช้และยอมรับเทคโนโลยี โดยมีงานวิจัยของ Im et al. (2008) ได้กล่าวว่าการรับรู้ความเสี่ยงเป็นปัจจัยควบคุมที่มีผลต่อไปยังการรับรู้ถึงความใช้งานและประโยชน์ ในขณะที่ Suorso et al. (2023) ศึกษาในบริบทของการซื้อของออนไลน์ และได้ข้อสรุปว่าความเสี่ยงมีผลต่อการเลือกใช้

ในขณะที่ตัวแปร “การรับรู้ถึงประโยชน์” และ “อิทธิพลทางสังคม” ไม่มีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า “การรับรู้ถึงประโยชน์” ผู้ใช้ไม่ได้คาดหวังจะรับรู้ถึงประโยชน์ใช้สอยของแอปพลิเคชัน ด้วยทราบถึงความสามารถอยู่แล้ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักรินทร์ ดันสุพงษ์ (2014) ที่กล่าวว่า ประโยชน์ในการใช้งานไม่มีนัยยะต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน แต่ขัดแย้งกับ Alam et al. (2023) และ Liu & Yu (2017) ซึ่งกล่าวตรงกันข้ามว่า ประโยชน์ในการใช้งานมีนัยยะ ส่วน “อิทธิพลทางสังคม” การใช้งานไลน์ในปัจจุบันเป็นเรื่องปกติในสังคมแล้ว ขัดแย้งกับงานวิจัยของ ศักรินทร์ ดันสุพงษ์ (2014) ซึ่งกล่าวว่าเครือข่ายทางสังคมมีนัยยะต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน ผู้วิจัยเห็นว่าบริบทของงานวิจัยต่างกันที่เวลาถึง 12 ปี ทำให้ผู้ใช้ไลน์ในเวลานั้นถูกยอมรับในฐานะผู้ใช้งานแรกๆ (“early adopter”) แต่ในปัจจุบันไลน์ไม่ใช่เรื่องใหม่อีกต่อไป

5.3 ประโยชน์จากงานวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน 5 ปัจจัย และไม่มีอิทธิพล 2 ปัจจัย สามารถนำเสนอแนวการใช้ประโยชน์แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ผู้ที่ต้องการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องเดียวกับสารนิพนธ์นี้ ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันสื่อสาร และ ผู้ใช้งานโดยทั่วไป ได้ดังต่อไปนี้

1. จากข้อมูลประชากรศาสตร์ สามารถคาดคะเนพฤติกรรมการใช้งานไลน์ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ใช้ที่อายุมากกว่า 40 ปี ในกลุ่มเจ้าของกิจการและผู้บริหาร ผู้พัฒนาสามารถเน้นการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้ได้
2. จากปัจจัยที่มีนัยยะสำคัญอันดับแรก การรับรู้ถึงความง่าย ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันควรดำรงรักษาคุณสมบัติในด้านความใช้งานง่ายไว้เป็นสำคัญ และอาจพิจารณาเพิ่ม “ระบบสอนใช้งาน” ภายในตัวแอปพลิเคชัน เพื่อให้ผู้ใช้ใหม่สามารถเข้าถึงแอปพลิเคชันได้รวดเร็วยิ่งขึ้น
3. ผู้พัฒนาควรพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยต่างๆ โดยเฉพาะทางธุรกรรมและบัญชีผู้ใช้ เช่น ใช้ระบบการยืนยันตัวตนสองขั้นตอน (Two-Factor Authentication: “2FA”) รวมถึงด้านธรรมาภิบาลการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยการปฏิบัติตามกฎหมายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และเพื่อเสริมความเชื่อมั่น ควรมีการประชาสัมพันธ์มาตรการต่างๆ อย่างต่อเนื่องด้วย
4. ผู้พัฒนาควรรักษาคุณภาพของระบบและเสถียรภาพของบริการไว้ และแก้ไขปัญหาด้านการบริหารไฟล์ คือ ไฟล์หมดอายุ และ สูญเสียคุณภาพจากการส่ง
5. ผู้พัฒนาอาจพิจารณาปรับแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันกลับมาทางช่องทางหลักแทนระบบเบ็ดเตล็ด และในส่วนของความยินดีจะจ่ายเงินใช้งาน สามารถพิจารณาทฤษฎีทางการตลาดต่างๆ เพื่อกระตุ้นความยินยอมจะจ่ายเงินได้
6. ความเสี่ยงที่ผู้ใช้งานเป็นกังวลสูงสุดคือเรื่องไฟล์หมดอายุ ผู้พัฒนาจะต้องแก้ไขความกังวลนี้เป็นอย่างสำคัญ สำหรับความกังวลด้านการถูกยึดบัญชีผู้ใช้ และ ธุรกรรมที่ไม่ยินยอมสามารถพิจารณาระบบยืนยันตัวตนหลายขั้นตอน ดังได้กล่าวไปก่อนหน้านี้

5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า หากต้องการศึกษาเรื่องเดียวกันต่อไป ควรมีการปรับปรุงดังต่อไปนี้

1. จากผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่าบรรดาตัวแปรสามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้น้อย อาจเป็นเพราะกรอบแนวคิดหรือตัวแปรที่ใช้ยังขาดความครอบคลุม ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าควรเพิ่มตัวแปร เช่น ตัวแปรกลุ่มความคิดและความตั้งใจ
2. งานวิจัยมีการเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา อาจพิจารณาทำงานวิจัยเป็นการเก็บข้อมูลระยะยาวแทนการจำกัดช่วงเวลาเดียว
3. งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ขาดความลึกและความเข้าใจในความต้องการของผู้บริโภค อาจพิจารณาเพิ่มงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้มีข้อมูลเชิงลึกมาก

TNI

บรรณานุกรม

TNI

บรรณานุกรม

- ธีรพร สิริवंธ (2559). *The study of behaviors in using line application for organization communication*. [Mahidol University], สืบค้นจาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/1865>
- ยุทธ ไกยวรรณ (2562). หลักสถิติวิจัยและการใช้โปรแกรม SPSS
- วงศ์กร ยุกิจภูต & เตือนเพ็ญ ธีรวรรณวิวัฒน์ (2559). พฤติกรรมการใช้งาน และปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในแอปพลิเคชัน LINE ของผู้ใช้งานในกรุงเทพมหานคร. *วารสารนานาชาติมหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 6(3), 71–95, สืบค้นจาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/KKUIJ/article/view/86107>
- วิภัทร เลิศภูริวงศ์ & วิกานดา พรสกุลวานิช (2565). *Technology Acceptance, Attitude, and Social Influences Predicting Intention to Use Public Hospital Application* [Thammasat University], สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jcin/article/view/263192>
- ศักรินทร์ ต้นสุพงษ์ (2014). *Factors influencing the adoption of LINE application* [Independent Studies, Bangkok University], สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/1260>
- Alam, K., Jahan, N., Chowdhury, R., Saleheen, S., Mia, T., Sazzad, S., Hossain, N., & Mithun, M. (2023). *Influence of Product Design on Consumer Purchase Decisions*. 1, 23–36, สืบค้นจาก <https://www.researchgate.net/publication/379249038> Influence of Product Design on Consumer Purchase Decisions
- Boakye, K., McGinnis, T., & Prybutok, V. R. (2014). Q-TAM: A quality technology acceptance model for technology operations managers. *Operations Management Research*, 7, 13–23, สืบค้นจาก <https://doi.org/10.1007/s12063-014-0085-x>

- Boonnitikorn, N. (2014). *The effectiveness of marketing communication through LINE application in Thailand* [Thammasat University], สืบค้นจาก https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:137152
- B.U., Dickson, B.O., Oby, N.N., Samuel, & S.O., Udoka (2021). Integrating Trust into Technology Acceptance Model (TAM), the Conceptual Framework for E-Payment Platform Acceptance. *British Journal of Management and Marketing Studies*, 4, 34–5, สืบค้นจาก <https://doi.org/10.52589/BJMMS-TB3XTKPI>
- Chi, Y.-L., & Tsai, Y.-C. (2017). The empirical study of impact critical security factors of mobile applications on technology acceptance model. *Journal of Statistics and Management Systems*, 20(2), 245–273, สืบค้นจาก <https://doi.org/10.1080/09720510.2016.1232888>
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of Psychological Testing*. New York: Harper & Row.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. สืบค้นจาก <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dhingra, M., & Mudgal, R. K. (2019). Applications of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use: A Review. *2019 8th International Conference System Modeling and Advancement in Research Trends (SMART)*, 293–298, สืบค้นจาก <https://doi.org/10.1109/SMART46866.2019.9117404>
- Im, I., Kim, Y., & Han, H. (2008). The effects of perceived risk and technology type on users' acceptance of technologies. *Information & Management*, 45, 1–9, สืบค้นจาก <https://doi.org/10.1016/j.im.2007.03.005>
- Kim, Y. W., Lim, C., & Ji, Y. G. (2023). Exploring the User Acceptance of Urban Air Mobility: Extending the Technology Acceptance Model with Trust and Service Quality Factors. *International Journal of Human–Computer Interaction*, 39(14), 2893–2904, สืบค้นจาก <https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2087662>
- Korchak, A., Murshidi, G. Al, Getman, A., Raouf, N., Arshe, M., Meheiri, N. Al, Shulgina, G., & Costley, J. (2025). The role of social influence in generative artificial intelligence

ChatGPT adoption intentions among undergraduate and graduate students. *Innovations in Education and Teaching International*, 62(5), 1559–1573, สืบค้นจาก

<https://doi.org/10.1080/14703297.2025.2496942>

Liu, N., & Yu, R. (2017). Identifying design feature factors critical to acceptance and usage behavior of smartphones. *Computers in Human Behavior*, 70, 131–142, สืบค้นจาก

<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.073>

Nailya R.S., Olga V.G., Galina G. SP., Albina B.S., Olga V.S., Svetlana M.S. (2023).

Communication tools and social media usage: Assessing self-perceived communication competence”. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 13(4),

e202343, สืบค้นจาก

<https://doi.org/10.30935/ojcm/13453>

Polnok, C., Dounghummes, N. & Boonrugsa, T. (2024). Impact of Use of LINE Application on Employees’ Satisfaction and Work Life Balance in Broadcasting Organization Employees in Thailand. *Journal of Language and Culture*, 43(2), 109–133, สืบค้นจาก

<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JLC/article/view/279590>

Rauniar, R., Rawski, G., Jei, Y., & Johnson, B. (2014). Technology acceptance model (TAM) and social media usage: An empirical study on Facebook. *Journal of Enterprise Information Management*, 27, สืบค้นจาก

<https://doi.org/10.1108/JEIM-04-2012-0011>

<https://doi.org/10.1108/JEIM-04-2012-0011>

ภาคผนวก

TNI



ภาคผนวก ก.

แบบสอบถาม

TNI

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำสารนิพนธ์เรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE"

หลักสูตรนวัตกรรมการจัดการธุรกิจและอุตสาหกรรม บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะ
บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
จัดทำโดยนายมมเรศ จันทวิบูลย์

1. แบบสอบถามนี้ไม่มีการเก็บอีเมล ชื่อ ที่อยู่ หรือเลขประจำตัวประชาชนของท่าน
2. หากท่านไม่สะดวกใจจะตอบคำถามใด สามารถหยุดการตอบแบบสอบถามนี้ได้ทันที และข้าพเจ้าต้องขอภัยในความไม่สะดวกมา ณ ที่นี้
3. หากท่านยินดีจะตอบแบบสอบถามนี้ กรุณาตอบตามความจริง และข้าพเจ้าขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

อธิบายศัพท์: "LINE" คือแอปพลิเคชันสื่อสารตัวหนึ่งที่ทำให้บริการส่งข้อความผ่านอินเทอร์เน็ตเปิดตัวในปี พ.ศ. 2554 ในประเทศญี่ปุ่น ปัจจุบันดำเนินกิจการในหลายประเทศและได้รับความนิยมอย่างสูงในประเทศไทย ซึ่งการใช้งาน LINE เป็นการใช้งานโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม (เป็นการใช้งานอินเทอร์เน็ต)

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไป

คำถามส่วนนี้ ว่าด้วยข้อมูลทั่วไปของท่าน และสภาพการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE ของท่าน

คำชี้แจง กรุณาเลือกคำตอบ 1 ข้อ ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. เพศ
 - ชาย
 - หญิง
 - เพศทางเลือก (LGBTQIAN+)

2. ช่วงอายุ

- ☐ 13 – 18 ปี
- ☐ 19 – 24 ปี
- ☐ 25 – 30 ปี
- ☐ 31 – 35 ปี
- ☐ 36 – 40 ปี
- ☐ 41 – 45 ปี
- ☐ 46 – 50 ปี
- ☐ 51 – 55 ปี
- ☐ 56 – 60 ปี
- ☐ 61 ปีขึ้นไป

3. ท่านใช้งาน LINE มานานเท่าไรแล้ว

- ☐ 1 ปีหรือน้อยกว่า
- ☐ 1 - 5 ปี
- ☐ 5 - 10 ปี
- ☐ 10 ปีขึ้นไป

4. ท่านใช้งาน LINE เป็นประจำ

- ☐ ใช้งานเป็นประจำ
- ☐ ใช้งานสำหรับทุกโอกาสที่เป็นไปได้
- ☐ เลือกใช้งานในบางโอกาส
- ☐ ใช้งานเท่าที่จำเป็นเท่านั้น
- ☐ ไม่ได้ใช้งานเลย

5. อาชีพปัจจุบันของท่าน

- นักเรียนระดับมัธยม
- นักศึกษาระดับปวช. - ปวส.
- นิสิต-นักศึกษาระดับปริญญาตรี
- นิสิต-นักศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป
- พนักงานสำนักงาน
- พนักงานโรงงาน
- พนักงานบริการ
- ผู้จัดการ (Manager)
- ผู้บริหาร (C-Level)
- เจ้าของธุรกิจส่วนบุคคล (กรรมการ)
- ฟรีแลนซ์
- บุคลากรทางการแพทย์ (แพทย์พยาบาล)
- บุคลากรทางการศึกษา (ครู)
- บุคลากรทางศาล (อัยการผู้พิพากษา)
- ทนายความ
- ข้าราชการพลเรือน
- ข้าราชการทหาร - ตำรวจ
- อาชีพอื่นๆ

ส่วนที่ 2: ความคิดเห็นเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน LINE

คำถามส่วนนี้ ว่าด้วยความคิดเห็นของท่านที่มีต่อแอปพลิเคชัน LINE ในด้านต่างๆ

คำชี้แจง กรุณาใส่ตัวเลข 1 2 3 4 5 เพียงหนึ่งตัว เพื่อแสดงความคิดเห็นด้วยต่อข้อความต่อไปนี้

โดย 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึง 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ข้อ	คำถาม	ระดับความเห็น
1	ท่านใช้งาน LINE ได้อย่างคล่องแคล่ว	
2	ท่านเห็นว่า LINE ใช้ง่าย	
3	เป็นการง่ายหากท่านจะสอนผู้อื่นให้ใช้ LINE	
4	ท่านใช้งานระบบอันหลากหลายของ LINE	
5	ท่านเห็นว่า LINE มีประโยชน์	
6	ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้งาน LINE	
7	ท่านใช้งาน LINE เพราะผู้ติดต่อของท่านใช้งาน LINE	
8	ท่านประสงค์จะใช้ LINE เพื่อติดต่อกับผู้อื่น	
9	ท่านรู้สึกว่าคุณเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ถ้าได้ใช้งาน LINE	
10	แอปพลิเคชัน LINE ให้บริการท่านได้อย่างมีประสิทธิภาพ	
11	ท่านสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เก็บรักษาไว้ใน LINE ได้เสมอ	
12	ไฟล์ของท่านจะไม่เสียหายหรือสูญเสียด้านคุณภาพจากการส่งผ่าน LINE	
13	ท่านเคยใช้งานระบบตกแต่งช่องสนทนา	
14	ท่านใช้งาน LINE โดยมีจุดประสงค์จะใช้งานระบบเบ็ดเตล็ดต่างๆ ของ LINE	
15	ท่านยินดีใช้งานระบบของ LINE ในส่วนที่ต้องจ่ายเงิน	
16	ท่านเชื่อมั่นว่า LINE มีมาตรการรักษาความเป็นส่วนตัวของข้อมูลการสนทนา	
17	ท่านเชื่อมั่นว่า LINE บริหารข้อมูลของท่านด้วยธรรมาภิบาล	
18	ท่านเชื่อมั่นว่า LINE รักษาความปลอดภัยทางธุรกรรมการเงิน	
19	ท่านมีความกังวลว่า ข้อมูลใน LINE ของท่านจะสูญหายเมื่อเวลาผ่านไป	
20	ท่านมีความกังวลว่า บัญชีผู้ใช้ของท่านใน LINE จะถูกยึดครองโดยบุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาต และถูกนำไปใช้ในทางที่ผิด	
21	ท่านมีความกังวลว่า จะมีธุรกรรมที่ท่านไม่ได้ยินยอม เกิดขึ้นเนื่องจากการใช้ LINE	

ส่วนที่ 3: การยอมรับแอปพลิเคชัน LINE

คำถามส่วนนี้ ว่าด้วยความคิดเห็นของท่านเรื่องการยอมรับแอปพลิเคชัน LINE

คำชี้แจง กรุณาใส่ตัวเลข 1 2 3 4 5 เพียงหนึ่งตัว เพื่อแสดงความเห็นด้วยต่อข้อความต่อไปนี้

ข้อ	คำถาม	ระดับความเห็น
1	ท่านทราบถึงประสิทธิภาพของ LINE 1 หมายถึง ทราบเพียงเล็กน้อย จนถึง 5 หมายถึง ทราบเป็นอย่างดี	
2	ท่านทราบถึงข้อจำกัดของ LINE 1 หมายถึง ทราบเพียงเล็กน้อย จนถึง 5 หมายถึง ทราบเป็นอย่างดี	
3	ท่านยอมรับในประสิทธิภาพของ LINE 1 หมายถึง ไม่ยอมรับ จนถึง 5 หมายถึง ยอมรับ	
4	ท่านยินดีจะใช้ LINE มากกว่าแอปพลิเคชันสื่อสารอื่น 1 หมายถึง ยินดี จนถึง 5 หมายถึง ยอมรับ	