

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของ  
ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

**FACTORS INFLUENCING INDIVIDUALS' PERCEPTIONS OF SECURITY AND TRUST IN  
FINTECH SERVICES AMONG THE POPULATION IN BANGKOK**

มินตรา แสนบัว

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Mintra Saenbua

E-mail: itsmintra24@gmail.com

Department of Finance and Banking, Faculty of Business Administration

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ และจำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแพลตฟอร์มฟินเทค (3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ 6Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ด้านการให้บริการส่วนบุคคล ที่มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าคือ ประชากรทั่วไปที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 400 คน จะเป็นผู้ใช้แพลตฟอร์มฟินเทค โดยให้ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6P's) และปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแพลตฟอร์มฟินเทคเป็นตัวแปรอิสระ และการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทค เป็นตัวแปรตาม โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม Google Form การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ทดสอบ วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ และหาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา

จากผลการศึกษการเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มมากกว่าเพศชาย ขณะที่อาชีพพนักงานเอกชนมีระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจมากกว่าอาชีพอื่นๆ ขณะที่ด้านรายได้ พบว่า ผู้มีรายได้สูงมักให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้ฟินเทคมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำ ส่วนอายุและการศึกษา ไม่พบความแตกต่าง จากผลการศึกษการเปรียบเทียบความแตกต่างความรู้ความเข้าใจโดยรวม ที่ต่างกัน จะมีระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน โดยกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความรู้ความเข้าใจระดับสูง จะมีระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคมากกว่า กลุ่มที่ประชากรที่มีความรู้ความเข้าใจในระดับต่ำ ในส่วนของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดออนไลน์ (6Ps) พบว่า ผลลัพธ์ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคในกรุงเทพมหานคร ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการใช้งานที่ง่ายและไม่ซับซ้อน ด้านราคา นโยบายที่โปร่งใส มีอิทธิพลเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การมีการจัดตั้งบริษัทฟินเทคอย่างถูกต้องช่วยเพิ่มความไว้วางใจ ด้านความเป็นส่วนตัว นโยบายที่คำนึงถึงความปลอดภัยในข้อมูลส่วนตัวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ และด้านการให้บริการส่วนบุคคล พี่เจอร์ความปลอดภัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลช่วยสร้างความไว้วางใจในแพลตฟอร์มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** ฟินเทค, ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6Ps), ความปลอดภัย, ความไว้วางใจ

## **ABSTRACT**

This research aims to (1) study the perception of security and trust in fintech services among the population in Bangkok, (2) examine the perception of security and trust in fintech services among the population in Bangkok differentiated by demographic factors and knowledge, and understanding about fintech platforms, and (3) explore the impact of the 6Ps of online marketing mix (Product, Price, Place, Promotion, Privacy, Personalization) on perception of security and trust in fintech services among the population in Bangkok.

The sample consisted of 400 individuals residing in Bangkok who had previously used fintech platforms. The independent variables included demographic factors, online marketing mix factors (6Ps), and knowledge, and understanding of fintech platforms. In contrast, the perception of security and trust in fintech services among the population in Bangkok was analyzed with a statistical significance level of 0.05. The research utilized Google Form

questionnaires, descriptive statistics, frequency, percentage, mean, standard deviation, one-way ANOVA, multiple regression analysis, and reliability testing using the alpha coefficient.

The study found differences in the perception of security and trust in fintech services among the population in Bangkok. Women had higher levels of perception of security and trust in fintech services than men and private sector employees had higher levels than other professions as well as higher-income individuals, with age and education showing no significant differences. The study also found that different levels of overall knowledge affected the perception of security and trust in fintech services among the population in Bangkok. Those with higher knowledge had a greater perception of security and trust in fintech services compared to those with lower knowledge. The online marketing mix factors (6Ps) showed that product ease and simplicity significantly influenced the perception of security and trust in Bangkok fintech services, transparent pricing policies were crucial in decision-making, proper establishment of fintech companies enhanced trust in distribution channels, compliance with regulations and security measures were important in marketing, and personal information privacy policies influenced usage decisions. Personal security features also significantly built trust in the platform with statistical significance at the 0.05 level.

**Keyword:** FinTech, Online Marketing Mix (6Ps), Security, Trust

### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคที่เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในภาคธุรกิจ อุตสาหกรรมการเงินก็ได้รับผลกระทบอย่างมากเช่นกัน มีธุรกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่ๆ เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง การสำรวจในปี 2559 พบว่าประชากรไทยใช้สมาร์ตโฟนถึง 50.5% ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2555 ที่มีเพียง 8% เทคโนโลยีทางการเงินหรือ 'ฟินเทค' ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน รวมการเงินและเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน สร้างความสะดวก รวดเร็ว และลดค่าใช้จ่าย เช่น โฆษณาแบบกึ่งกิจที่ช่วยให้ทำธุรกรรมได้โดยไม่ต้องไปธนาคาร, คริปโทเคอร์เรนซีที่เป็นสกุลเงินดิจิทัล, และบล็อกเชนที่ช่วยให้ธุรกรรมไม่ต้องใช้ตัวกลาง ผลสำรวจพบว่า 64% ของผู้เข้าร่วมการสำรวจเชื่อว่าเทคโนโลยีทางการเงินช่วยในการวางแผนและจัดการการเงินให้ดีขึ้น คนรุ่นใหม่มีความเชื่อมั่นในฟินเทคสูงถึง 69% เทียบกับกลุ่มผู้สูงอายุที่มีความเชื่อมั่นเพียง 55% อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังมีข้อจำกัดหลายประการที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของฟินเทค เช่น การขาดความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภค การขาดแคลนทรัพยากรมนุษย์ การขาดเงินทุนสนับสนุน และความไม่ชัดเจนของกฎเกณฑ์การกำกับดูแล

การวิจัยในเรื่องนี้มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในกรุงเทพมหานคร เพื่อพัฒนากรอบการกำกับดูแลและแนวทาง

ปฏิบัติที่ดีที่สุดที่สุดในอุตสาหกรรมนี้ การวิจัยดังกล่าวจะช่วยให้ผู้ให้บริการฟินเทคสามารถออกแบบและใช้กลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความมั่นใจของผู้ใช้ในแพลตฟอร์มของตนมากขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
3. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจ
4. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6Ps) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) ด้านการให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) ที่มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

### ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตดังนี้

#### 1. ด้านเนื้อหา

##### 1.1 ตัวแปรอิสระได้แก่

1.1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร กำหนด เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

1.1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ 6Ps การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร กำหนด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ 6Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ด้านการให้บริการส่วนบุคคล เป็นตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

1.1.3 ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคเป็นตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

1.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

#### 2. ด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยใช้งานแพลตฟอร์มฟินเทคจำนวน 385 คน แต่เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนในการเก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงเก็บกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีก 15 คน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

### 3. ด้านพื้นที่

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามทางออนไลน์ให้แก่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

### 4. ด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการทำวิจัยครั้งนี้เริ่มตั้งแต่พฤษภาคม 2567 - กรกฎาคม 2567

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นกรอบและแนวทางในการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคในอนาคต

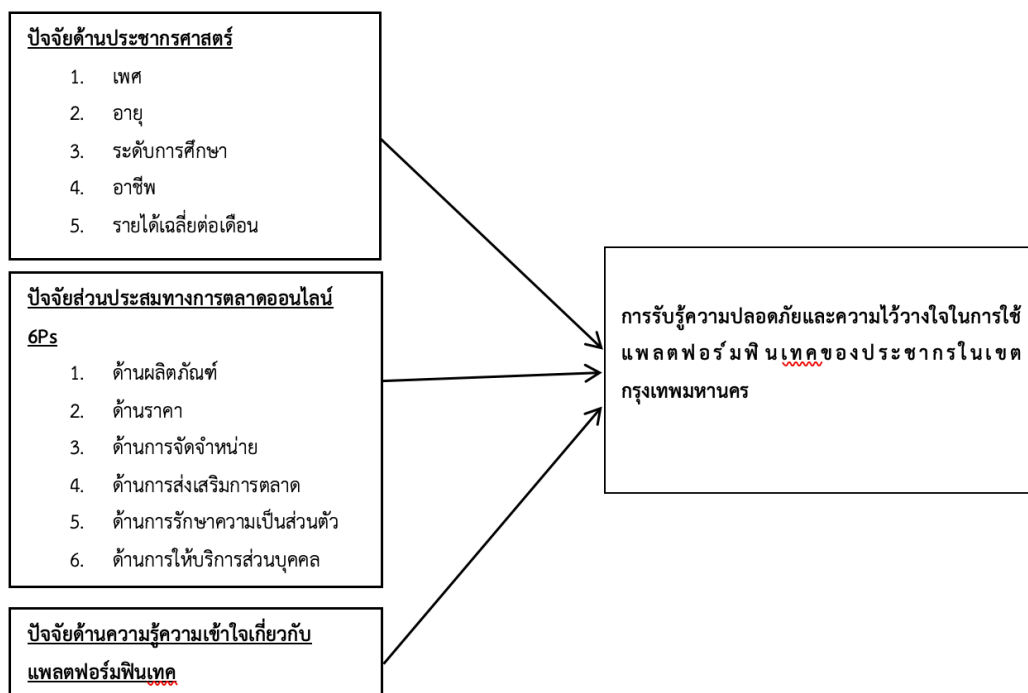
2. เพื่อนำเสนอข้อมูลเชิงลึกที่สามารถช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคที่จะสามารถนำไปสู่โซลูชันฟินเทคที่เป็นนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพและความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น

3. เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนากฎระเบียบและนโยบายการให้บริการแพลตฟอร์มฟินเทคที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

### ตัวแปรอิสระ

### ตัวแปรตาม



## สมมุติฐานของงานวิจัย

1. ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแพลตฟอร์ม핀เทคที่แตกต่างกันทำให้ระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6Ps) มีผลต่อระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

## วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

Kotler (1997, p. 151) ได้กล่าวว่า ตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ รายได้ การศึกษา ศาสนา เชื้อชาติ และสัญชาติ เป็นตัวแปรที่ใช้ในการแบ่งส่วนแบ่งตลาด เพื่อใช้วัดความต้องการ และความพึงพอใจของผู้บริโภค และความถี่ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางประชากรสูง ซึ่ง การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ทำให้ทราบขนาดของตลาดเป้าหมายและสื่อที่ใช้ด้วย (ปริญชัย จุลธีระ (2561) อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุลักษณะครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา ซึ่งนิยมใช้ เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนการตลาดที่สำคัญ

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ 6Ps

Kotler (1997, p. 98) วิเชียร วงศ์นิชชากุล และคณะ (2550, หน้า 13-16) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาดออนไลน์ (Online Marketing Mix) เป็นองค์ประกอบการตลาดแบบใหม่ ซึ่งประกอบด้วย 6Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด การรักษาความเป็นส่วนตัว และการให้บริการส่วนบุคคล โดยส่วนประสมการตลาดออนไลน์ทุกปัจจัยมีความเกี่ยวเนื่องกัน และมีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินการตลาดออนไลน์ โดยองค์ประกอบทั้ง 6 ด้าน มีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือสิ่งใดก็ได้ที่สามารถขายได้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ผ่านกลไกทางการตลาด ทำให้เกิดการซื้อขายกันเกิดขึ้น

2. ด้านราคา (Price) เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้ในการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งต้องมีความเหมาะสม และเป็นสิ่งที่สามารถใช้สำหรับสร้างความสนใจให้กับผู้บริโภค ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่ได้กำหนดเอาไว้ ออกสู่ ผ่านทางคนกลางต่างๆ หรือสถานที่เพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายนั้นสามารถตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือ บริการ

4. ด้านส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เป็นช่องทางที่ใช้สื่อสารกับผู้บริโภคโดยอาจจะใช้คนหรือไม่ใช้คน เป็นเครื่องมือสำหรับการสื่อสาร เพื่อสร้างทัศนคติ ความเชื่อ ความมั่นใจเพื่อให้เกิดพฤติกรรมซื้อโดยพิจารณาตามความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ในขณะนั้น

5. ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) การเก็บข้อมูลความลับของลูกค้า เช่น ชื่อ-สกุล หมายเลขโทรศัพท์ ที่อยู่ เป็นต้น มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี และมีการชี้แจงทางด้านนโยบายด้านการรักษาความปลอดภัยอย่างชัดเจน และลูกค้าสามารถแก้ไขหรือเข้าถึงได้แต่เพียงผู้เดียว

6. ด้านการให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) เป็นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อนำเสนอสิ่งที่ตรงใจลูกค้า อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ**

Benjamin S. Bloom (1956) ปรินซ์ จูริช (2561) (ความรู้ หมายถึง พฤติกรรมและสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งเน้นการจำไม่ว่าจะเป็นการระลึกถึงหรือระลึกได้ก็ตาม เป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอันสืบเนื่องมาจากการเรียนรู้ โดยเริ่มต้นจากการรวบรวมสาระต่างๆ เหล่านั้น จนกระทั่งพัฒนาไปสู่ขั้นที่มีความสลับซับซ้อนยิ่งขึ้นต่อไป โดยความรู้นี้อาจแบ่งออกเป็นความรู้เฉพาะสิ่ง ความรู้ในเรื่องระเบียบการ และความรู้เรื่องสากล เป็นต้น

ความเข้าใจ หมายถึง ความสามารถทางปัญญาและทักษะ ได้แก่

1. ความสามารถในการให้ความหมาย หรือ การแปล
2. ความสามารถในการเข้าใจความหมายของการคิด หรือ การตีความ
3. ความสามารถในการคาดคะเนถึงสิ่งที่อาจเกิดขึ้น หรือ การประเมิน ความรู้ นั้นมีหลายระดับตั้งแต่สามารถระลึกได้จนถึงสามารถนำ ความรู้ ไปเป็นข้อมูลเพื่อประเมินผล และให้ข้อตัดสินใจต่อสิ่งต่างๆ

### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ**

ความปลอดภัย คือการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) Crawford and Benedetto (2014) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยง หมายถึง การรับรู้ถึงความเป็นไปได้ที่จะเกิดความไม่แน่นอน ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมออนไลน์ มีการพิจารณาความเสี่ยงทั้งในด้านการเงิน ความปลอดภัยในการใช้งาน และข้อมูลส่วนตัว ซึ่ง สามารถเกิดความเสี่ยงขึ้นได้ในสถานการณ์ต่างๆ และจะมีผลกระทบตามมาจากการรับรู้ความเสี่ยงนั้น

Deshpande & Zaltman (1992, p.314) ได้ให้ความหมายของการไว้วางใจว่า ความไว้วางใจ หมายถึง ความเต็มใจและวางใจต่อหุ้นส่วนของตนในการแลกเปลี่ยนของผู้บริโภคด้วยความเชื่อมั่น ซึ่งมีแนวคิดการรับรู้ว่า ผู้บริโภคต้องมีความเชื่อมั่นต่อองค์กรด้วยความสนใจในระหว่างการใช้บริการ ความเชื่อมั่นดังกล่าวจะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคพิจารณาผู้ให้บริการที่เป็นทางเลือก 2 ประการคือ ผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือและมีความซื่อสัตย์จริงใจมากที่สุด และความไว้วางใจเป็นพื้นฐานของความสัมพันธ์ทางการติดต่อสื่อสารในการให้บริการแก่ลูกค้า ผู้ให้บริการต้องเรียนรู้ทฤษฎีความสัมพันธ์ใกล้ชิด ความคุ้นเคยเพื่อครองใจลูกค้า

### **งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

การศึกษาจาก ญัฐรุจา เดชจินดา (2561): การศึกษานี้เกี่ยวกับฟินเทค (FinTech) ในมุมมองของสถาบันการเงินและผู้ประกอบการ FinTech startup ในประเทศไทย พบว่าความไม่ชัดเจนของกฎเกณฑ์

การกำกับดูแลด้านความปลอดภัยทางเทคโนโลยีเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของฟินเทค และการตัดสินใจของกลุ่มผู้ใช้งาน

(นภารัตน์) สุนทรวิช, น. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินออนไลน์ของคณวิทำงานในกรุงเทพมหานคร. งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินออนไลน์ของคณวิทำงานในกรุงเทพมหานคร โดยสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่าปัจจัยหลัก ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้เทคโนโลยี ทัศนคติต่อการใช้นวัตกรรมทางการเงิน และความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี นอกจากนี้ นโยบายภาครัฐและความก้าวหน้าของเทคโนโลยียังมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดการลงทุนออนไลน์ โดยมีแอปพลิเคชันที่ช่วยในการวิเคราะห์และทำธุรกรรมได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งเพิ่มความนิยมในการลงทุนออนไลน์ในกลุ่มคณวิทำงาน

นฤพล รัตนบุลย์ลาภ (2564). การยอมรับเทคโนโลยีและการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันแพลตฟอร์มเทรดสกุลเงินดิจิทัล (คริปโตเคอเรนซี) ของนักลงทุน First Jobber. งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันแพลตฟอร์มเทรดสกุลเงินดิจิทัล (คริปโตเคอเรนซี) ของนักลงทุน First Jobber ในกรุงเทพฯ โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณกับกลุ่มตัวอย่าง 384 คน ผลการวิจัยพบว่าการยอมรับด้านการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งานมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งช่วยให้ธุรกิจแพลตฟอร์มเทรดสกุลเงินดิจิทัลสามารถนำข้อมูลไปใช้พัฒนาการบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้มากขึ้น

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ระเบียบการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยทำการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยใช้แพลตฟอร์มฟินเทค และใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการแจกแบบสอบถาม Google Form เพื่อหาข้อสรุปการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ คนที่อาศัยในกรุงเทพมหานครที่เคยใช้แพลตฟอร์มฟินเทค ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ คนที่อาศัยในกรุงเทพมหานครที่เคยใช้แพลตฟอร์มฟินเทค ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ใช้หลักการคำนวณจากสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane) ประมาณค่าสัดส่วนขนาดตัวอย่างประชากรที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 กำหนด ความเชื่อมั่นที่ 95 % ความคลาดเคลื่อน  $\pm 5\%$  เมื่อได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) และเลือกวิธีสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 400 คน



## การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการดำเนินการวิจัย โดยมีลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. กำหนดวัตถุประสงค์ของการศึกษา ขอบเขตของการศึกษา และสร้างเครื่องมือ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษา
2. ศึกษาจากเอกสาร บทความ ทฤษฎีและผลการศึกษาที่เกี่ยวข้อง รวมทั้ง หลักการและวิธีการสร้างแบบสอบถาม
3. ออกแบบคำถามให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ แนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง เป็นคำถามเพื่อยืนยันว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครจริง มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close End Question) ที่มีให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Questions)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีข้อความทั้งหมดจำนวน 5 ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close End Question) โดยให้เลือกคำตอบเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ 6Ps ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว และด้านการให้บริการส่วนบุคคล จำนวน 17 ข้อ มีลักษณะแบบสอบถามชนิด มาตรฐานส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยรูปแบบของคำถามใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันตรภาค (Interval Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ (5=มากที่สุด และ 1=น้อยที่สุด)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้เรื่องความเข้าใจเกี่ยวกับแพลตฟอร์มฟินเทค การประกอบด้วยข้อความจำนวน 6 ข้อ คะแนนเต็ม 6 คะแนน โดยข้อความที่ตอบ “ใช่” และข้อความที่ตอบ “ไม่ใช่” เกณฑ์การให้คะแนนลักษณะคำตอบ มีคำตอบให้เลือก 3 คำตอบ คือ ใช่, ไม่ใช่, ไม่แน่ใจ โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนดังนี้ ( ตอบถูกได้ 1 คะแนน, ตอบผิด และไม่แน่ใจได้ 0 คะแนน)

4. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาสร้างแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องหลังจากอาจารย์ที่ปรึกษาได้พิจารณาและตรวจสอบพร้อมทั้งให้คำแนะนำแล้ว
5. นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาแล้วนำเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) ความตรงตามสภาพ (Concurrent Validity) และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยใช้ความสอดคล้องระหว่าง ข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Object Congruence : IOC) ตลอดจนความชัดเจนของภาษา แล้ว นำมาปรับปรุงแก้ไข

## การวิเคราะห์ข้อมูล

### 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. วิเคราะห์ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายเฉลี่ยต่อเดือน ค่าความถี่ (Frequency Distribution) และค่าร้อยละ (Percentage) และปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจ

2. วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ 6Ps ความรู้ความเข้าใจ และการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทค โดยวิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

### 2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. เพศ ต่างกัน ทำให้การรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคต่างกัน จะใช้สถิติทดสอบ t-test

2. อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน จะใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว one way ANOVA

3. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแพลตฟอร์มฟินเทคต่างกัน ทำให้การรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคต่างกัน จะใช้สถิติทดสอบ t-test

4. เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ 6Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านการให้บริการส่วนบุคคล ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแพลตฟอร์มฟินเทค ที่มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในกรุงเทพมหานครจะใช้สถิติวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

## สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยที่มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสรุปผลงานวิจัยเป็นประเด็นดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

1.1 กลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยใช้แพลตฟอร์มฟินเทค ที่มีเพศที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

1.2 กลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยใช้แพลตฟอร์มฟินเทค ที่มีอายุที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

- 1.3 กลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยใช้แพลตฟอร์มฟินเทค ที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน
- 1.4 กลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยใช้แพลตฟอร์มฟินเทค ที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
- 1.5 กลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยใช้แพลตฟอร์มฟินเทค ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6Ps) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ด้านการให้บริการส่วนบุคคล ที่มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปการวิจัยได้ดังนี้

2.1 เมื่อพิจารณาจากค่า Sig. ที่มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า มีตัวแปรอิสระจำนวน 5 ตัวแปร ที่มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านความเป็นส่วนตัว และด้านการให้บริการส่วนบุคคล ขณะที่ปัจจัยอีก 1 ตัวแปร มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ได้แก่ ด้านส่งเสริมทางการตลาด ไม่มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแพลตฟอร์มฟินเทค ต่างกันจะมีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างกัน

3.1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความรู้ความเข้าใจโดยรวม โดยใช้การทดสอบทางสถิติ T-test พบว่า ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า ค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ระดับ 0.05 หมายความว่า กลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยใช้แพลตฟอร์มฟินเทคที่มีความรู้ความเข้าใจที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทค แตกต่างกัน

## อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการศึกษาระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความ

ไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ในการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคสำคัญต่อการเลือกใช้บริการฟินเทค ซึ่งสอดคล้องกับ ญัตติฯ เดชจินดา (2561) ที่ศึกษาฟินเทค (FinTech) ในมุมมองของสถาบันการเงินและผู้ประกอบการ FinTech startup ในประเทศไทย พบว่า ความไม่ชัดเจนของกฎเกณฑ์การกำกับดูแลด้านความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีเป็นอุปสรรคต่อเติบโตของฟินเทค และการตัดสินใจของกลุ่มผู้ใช้งาน

2. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากผลการศึกษการเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มมากกว่าเพศชาย ขณะที่อาชีพพนักงานเอกชนมีระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจมากกว่าอาชีพอื่น ๆ ขณะที่ด้านรายได้ หากมีรายได้เฉลี่ยมาก ย่อมมีความสามารถและโอกาสมากกว่าประชากรที่มีรายได้เฉลี่ยน้อยตามข้อจำกัดด้านสินทรัพย์ของแต่ละคน สอดคล้องกับการศึกษา นภารัตน์ สุนทรวิช (2564) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินออนไลน์ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีตัดสินใจลงทุนทางการเงินออนไลน์โดยเลือกลงทุนในผลิตภัณฑ์การเงินที่สนใจแตกต่างกัน โดยคนวัยทำงานเพศหญิงเมื่อได้ศึกษาและรู้จักผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่าง ๆ จะมีการตัดสินใจลงทุนมากกว่าเพศชาย ฉะนั้นการนำข้อมูลเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มให้ตรงตามความต้องการที่เพศหญิงสนใจจะช่วยเพิ่มฐานลูกค้าให้มากขึ้น และสอดคล้องกับ วรากรณ์ สินจิตร (2563) ที่ศึกษา อิทธิพลของการรับรู้คุณภาพการบริการแอปพลิเคชัน *Mobile Banking* ต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพที่ต่างกัน โดยความหลากหลายของผู้ใช้ที่ต่างกันก็ต้องการบริการทางการเงินที่มีความสอดคล้องกับความจำเป็นและความต้องการส่วนตัวของตนเอง
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ 6Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ด้านการให้บริการส่วนบุคคล ที่มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

- 3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากแพลตฟอร์มฟินเทคคือการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้กับการเงิน ผู้ใช้บริการจึงให้ความสำคัญต่อแพลตฟอร์มฟินเทคควรใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน ซึ่งสอดคล้องกับ

ภูมิภควัธจ์ ภูมิพงศ์คชศร (2562) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยในการใช้ Application Mobile Banking โดยรูปแบบการใช้งานที่หลากหลายไม่ซับซ้อน ทำให้ผู้บริโภคไม่เกิดความกังวลในการใช้บริการ และสอดคล้องกับ นฤพล รัตนวิบูลย์ลาภ (2564) พบว่า ความง่ายในการใช้งาน หรือการที่ผู้ใช้งานรู้สึกว่ายากเกินไปสามารถใช้งานได้โดยง่ายโดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากมีผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันแพลตฟอร์มเทรดสกุลเงินดิจิทัลของนักลงทุน

- 3.2 ด้านราคา มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านราคาโดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก เนื่องจากผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อบริการกำหนดราคาค่าบริการของแพลตฟอร์มฟินเทคมีความโปร่งใส ซึ่งสอดคล้องกับ มัทนนา ผลารุจิ (2562) ศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile ของลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาแหลมฉบัง อำเภอกะปง จ.ภูเก็ต พบว่า ให้ความสำคัญด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ KTB Netbank โดยผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อบริการในการทำธุรกรรมในแต่ละครั้งกับประโยชน์ที่ได้รับต่อการบริการจึงจะพอใจที่ใช้บริการ
- 3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากบริษัทฟินเทคที่มีออฟฟิศตัวตนครอบคลุมอยู่ทั่วโลกช่วยเพิ่มความไว้วางใจในการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วราภรณ์ สินจิตร (2563) ที่ศึกษา อิทธิพลของการรับรู้คุณภาพการบริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking ต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ พบว่า คนวัยทำงานส่วนใหญ่เลือกลงทุนกับแพลตฟอร์มที่น่าเชื่อถือ ปลอดภัย โดยบริษัทหรือกลุ่มฟินเทค ควรจัดตั้งแพลตฟอร์มภายใต้การจดทะเบียนบริษัทตามกฎหมายอย่างถูกต้อง เพื่อช่วยเพิ่มความมั่นใจในความปลอดภัยในการลงทุนให้กับผู้ใช้บริการ
- 3.4 ด้านความเป็นส่วนตัว มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านความเป็นส่วนตัวโดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากนโยบายความเป็นส่วนตัวของแพลตฟอร์มฟินเทคมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิธาภัทร ฉวีวงศ์ (2565) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ XYZ จำกัด พบว่า การรักษาความปลอดภัยในข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งานย่อมสร้างความมั่นใจให้กับสมาชิกสหกรณ์ในการยอมรับที่จะทำธุรกรรมการเงินผ่านแอปพลิเคชัน
- 3.5 ด้านการให้บริการส่วนบุคคล มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้บริการคิดเห็นว่ามีความปลอดภัยมากขึ้นเมื่อแพลตฟอร์มฟินเทคมีการนำเสนอพีเจอร์ความปลอดภัยส่วนบุคคล สอดคล้องกับ ณัฐรุจา เดชจินดา (2561) พบว่า ความเชื่อใจในความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยทำให้ผู้ใช้งานเกิดการยอมรับและวางใจในเทคโนโลยีทางการเงินที่เป็น

รูปแบบการบริการแบบใหม่ ซึ่งการใช้เทคโนโลยีทางการเงินจะต้องไม่ทำให้ถูกกลุ่มมิจอาชีพ เข้าถึงข้อมูลสำคัญของผู้ใช้งานและโจรกรรมข้อมูลสำคัญ

### ข้อเสนอแนะผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์และอภิปรายผลเกี่ยวกับสมมติฐานที่ 1 ที่ว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ของกลุ่ม ตัวอย่างที่ต่างกันส่งผลต่อระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้แพลตฟอร์มฟินเทค ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาสามารถนำมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1. การออกแบบและพัฒนาแพลตฟอร์มฟินเทคให้เข้าถึงผู้หญิงมากขึ้น จากผลการวิจัยพบว่า ผู้หญิงมีระดับการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในฟินเทคสูงกว่าผู้ชาย ผู้พัฒนาแพลตฟอร์มควรให้ความสำคัญในการออกแบบประสบการณ์การใช้งานที่ตรงกับความต้องการและความสะดวกสบาย ของ

2. การพัฒนาแพลตฟอร์มให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มอาชีพ ต่างๆ เพราะผล การศึกษาแสดงให้เห็นว่าอาชีพมีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในฟินเทค ผู้พัฒนา แพลตฟอร์มควรทำความเข้าใจถึงความต้องการและความกังวลของผู้ใช้งานในแต่ละกลุ่มอาชีพ

3. การสร้างแคมเปญส่งเสริมการตลาดที่เน้นความปลอดภัยและความโปร่งใส เนื่องจากผู้มี รายได้สูงมักให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้ฟินเทค ผู้พัฒนาแพลตฟอร์ม ควรเน้นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัย การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล และความโปร่งใสใน กระบวนการทางการเงิน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้งานทุกระดับรายได้

จากการวิเคราะห์และอภิปรายผลเกี่ยวกับสมมติฐานจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6Ps) มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยและความไว้วางใจในการ ใช้แพลตฟอร์มฟินเทคของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ข้อเสนอแนะสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ แพลตฟอร์มฟินเทคควรเน้นการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน เพื่อให้ผู้ใช้งานรู้สึกมั่นใจในการใช้บริการ
2. ด้านราคา นโยบายการกำหนดราคาค่าบริการควรมีความโปร่งใสและยุติธรรม ผู้ให้บริการ ควรพิจารณาเสนอค่าบริการที่สมเหตุสมผลและคุ้มค่าสำหรับผู้ใช้งาน
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แพลตฟอร์มฟินเทคควรมีการจดทะเบียนอย่างถูกต้องตาม กฎหมายและมีการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับที่ตั้งสำนักงานหรือจุดบริการที่ชัดเจน
4. ด้านความเป็นส่วนตัว ควรมีนโยบายการรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลที่ชัดเจนและ สามารถปฏิบัติตามได้ ควรมีการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลให้กับ ผู้ใช้งานเพื่อสร้างความเชื่อมั่น
5. ด้านการให้บริการส่วนบุคคล การนำเสนอฟีเจอร์ความปลอดภัยส่วนบุคคลที่ปรับแต่งได้ตาม ความต้องการของผู้ใช้ มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการป้องกันการเข้าถึงข้อมูลโดยไม่ได้อบรมอนุญาตและการโจรกรรมข้อมูลสำคัญ

### ข้อเสนอแนะผลการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไปควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังพื้นที่อื่นนอกเขตกรุงเทพมหานครเพื่อให้ได้ภาพรวมที่ครอบคลุมมากขึ้น อาจรวมถึงการศึกษาทั้งในเขตเมืองและชนบทเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง
2. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงนโยบายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับฟินเทค ต่อความไว้วางใจและการรับรู้ความปลอดภัยของผู้ใช้งาน
3. การวิจัยสามารถมุ่งเน้นไปที่การศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่หรือการพัฒนานวัตกรรมในแพลตฟอร์มฟินเทค เช่น เทคโนโลยีบล็อกเชน หรือระบบการตรวจสอบความปลอดภัยขั้นสูง
4. การใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการจัดกลุ่มสนทนา (focus group) สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความไว้วางใจและการรับรู้ความปลอดภัย

### เอกสารอ้างอิง

ณัฐรุจา เดชจินดา (2561) การศึกษาฟินเทค (FinTech) ในมุมมองของสถาบันการเงินและผู้ประกอบการ FinTech startup ในประเทศไทย. วารสารการเงินและการธนาคาร, 12(3), 45-60. Zhao Xing (2564) การวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อความไว้วางใจในการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ (ระบบ M-payment) ในประเทศไทย Journal of Mobile Payment Systems, 9(2), 120-135

ศิตภัทร จิววงศ์ (2565) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ XYZ จำกัด วารสารการเงินและการธนาคาร, 14(1), 90-105

นภารัตน์ สนุทรวณิช(2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินออนไลน์ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

นฤพล รัตนบุลย์ลาภ (2564) การยอมรับเทคโนโลยีและการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันแพลตฟอร์มเทรดสกุลเงินดิจิทัล (คริปโตเคอเรนซี) ของนักลงทุน First Jobber. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.

*Kotler (1997)*

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550)

วิเชียร วงศ์ณิชากุล และคณะ (2550)

*Benjamin S. Bloom (1956)*

ปรณัฐ ชัย จุลศรี ะ (2561)

*Crawford and Benedetto (2014)*

*Deshpande & Zaltman (1992)*

มัทนา ผลารุจิ (2562)

วราภรณ์ สนิ จติ ร (2563)