

FACTORS INFLUENCING BEHAVIORAL INTENTION TO USE ON-DEMAND TRAVEL INSURANCE

Naphatsorn SUADET^{1*}, Busayasachee PUANG-NGERN¹ and Tita VANICHBUNCHA¹

¹ Chulalongkorn Business School, Chulalongkorn University, Thailand;

6680190826@student.chula.ac.th (Corresponding Author)

ARTICLE HISTORY

Received: 6 February 2026

Revised: 27 February 2026

Published: 13 March 2026

ABSTRACT

This research examines the factors influencing behavioral intention to use on-demand travel insurance by adopting the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) as the theoretical framework. The study investigates the relationships among key factors within the UTAUT2 framework that affect consumers' behavioral intention to use on-demand travel insurance, with the objective of providing recommendations for the development of on-demand travel insurance products that align with users' needs and service usage behaviors in the digital era. A quantitative research approach was applied, and data were collected from 432 respondents using an online survey. The collected data were analyzed using descriptive statistics to describe respondent characteristics, followed by Confirmatory Factor Analysis (CFA) to assess construct validity and Structural Equation Modeling (SEM) to examine the hypothesized relationships. The findings reveal that performance expectancy related to convenience and plan adjustment, social influence, and habit have statistically significant positive effects on behavioral intention to use on-demand travel insurance, with habit exerting the strongest influence. However, effort expectancy have statistically significant positive effects on performance expectancy related to convenience and plan adjustment.

Keywords: On-Demand Travel Insurance, UTAUT2, Behavioral Intention

CITATION INFORMATION: Suadet, N., Puang-Ngern, B., & Vanichbuncha, T. (2026). Factors Influencing Behavioral Intention to Use On-Demand Travel Insurance. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 4(3), 34

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด

นภัสสร เสือเดช^{1*}, บุษยาศจี พวงเงิน¹ และ จิตตา วานิชย์บัญชา¹

1 คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 6680190826@student.chula.ac.th

(ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด (On-Demand Travel Insurance) โดยอาศัยแนวคิดจากทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยี 2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2: UTAUT2) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ตามแนวคิดของทฤษฎีดังกล่าวที่มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด รวมถึงเพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมในการใช้บริการในยุคดิจิทัล การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 432 คน ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ผลการศึกษาพบว่า ความคาดหวังประสิทธิภาพในการใช้งานด้านความสะดวกและการปรับเปลี่ยนแผนการเดินทาง อิทธิพลทางสังคม และความเคยชินในการใช้งาน เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความตั้งใจใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด โดยความเคยชินในการใช้งานมีความสัมพันธ์สูงสุด ขณะที่ความคาดหวังด้านความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความคาดหวังประสิทธิภาพในการใช้งานด้านความสะดวกและการปรับเปลี่ยนแผนการเดินทาง

คำสำคัญ: ประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด, ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยี 2, ความตั้งใจในการใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด

ข้อมูลอ้างอิง: นภัสสร เสือเดช, บุษยาศจี พวงเงิน และ จิตตา วานิชย์บัญชา. (2569). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 4(3), 34

บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเติบโตขึ้นต่อเนื่องอย่างรวดเร็ว และมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม จากข้อมูลของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยรายงานว่าภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกกำลังฟื้นตัวอย่างรวดเร็วในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยในไตรมาสแรกของปี 2024 จำนวนนักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้นถึง 82% เมื่อเทียบกับระดับก่อนการแพร่ระบาดของโรคโควิด (United Nations World Tourism Organization, 2024) และองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ รายงานว่ามีการเดินทางของผู้โดยสารเพิ่มขึ้นเป็น 4.2 พันล้านคน ในปี 2023 เพิ่มขึ้น 30% จากปี 2022 และจำนวนเที่ยวบินเพิ่มขึ้น 13% (International Civil Aviation Organization, 2024) เมื่อมีการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นแล้วนั้น ในมุมมองของการเดินทางของนักท่องเที่ยวควรคำนึงถึงความปลอดภัยในการเดินทาง เนื่องจากทุกการเดินทางมีความเสี่ยงที่สามารถเกิดอุบัติเหตุขึ้นได้ตลอดเวลา ซึ่งสามารถจัดการกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการเดินทางได้จากการซื้อประกันภัยการเดินทาง ประกันภัยการเดินทางเป็นเครื่องมือบริหารความเสี่ยงที่สามารถช่วยบรรเทาความเสียหายลงได้

ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้คนไปจนถึงการปฏิรูปอุตสาหกรรม ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในธุรกิจอย่างหลากหลาย รวมถึงในอุตสาหกรรมประกันภัย ตัวอย่างเช่น ประกันภัยแบบเปิด-ปิด โดยผลิตภัณฑ์รูปแบบนี้ได้รับอิทธิพลมาจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่น ความสะดวกสบาย และการใช้งานดิจิทัลมากยิ่งขึ้น ประกันภัยลักษณะนี้จะให้ความคุ้มครองตามการใช้งานจริง โดยผู้เอาประกันภัยสามารถเลือกเปิด-ปิดความคุ้มครองได้ผ่านแอปพลิเคชัน ทั้งนี้ ประกันภัยแบบเปิด-ปิด ครอบคลุมหลายประเภท เช่น ประกันภัยการเดินทาง ประกันภัยรถยนต์ และประกันภัยทรัพย์สิน จากการสำรวจปี 2018 พบว่า 42.43% ของนักเดินทางชาวอเมริกัน ให้ความสนใจและต้องการใช้งานประกันภัยแบบเปิด-ปิด (Statista, 2024)

ในส่วนประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด ซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มย่อยที่สำคัญของตลาดประกันภัยแบบเปิด-ปิด เป็นการคุ้มครองตามการใช้งาน ชำระค่าเบี้ยประกันตามระยะเวลาการเดินทาง ก็มีแนวโน้มการเติบโตที่น่าสนใจ โดยในปี 2023 มีมูลค่ารวมอยู่ที่ 1.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 3.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2032 (Dhapte, 2025) การเติบโตนี้สะท้อนถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ช่วยให้การเข้าถึงประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด เป็นไปได้อย่างสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ตลาดประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดในประเทศไทยยังคงอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการพัฒนา เมื่อพิจารณาจากอัตราการขยายตัวของตลาดในต่างประเทศ จึงอาจสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพในการขยายตัวของประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดของประเทศไทยในอนาคต

ดังนั้น งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจใช้ประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด โดยอาศัยกรอบแนวคิดจากทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยี 2 เพื่ออธิบายพฤติกรรมความตั้งใจใช้บริการของผู้บริโภค

การทบทวนวรรณกรรม

ประกันภัยการเดินทางเป็นเครื่องมือที่ช่วยบริหารความเสี่ยง (Risk Management) โดยการถ่ายโอนความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากบุคคลไปยังบริษัทประกันภัย ซึ่งมีผลิตภัณฑ์หลายประเภทที่ออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการและความเสี่ยงที่แตกต่างกันของนักเดินทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในรูปแบบเปิด-ปิด (On-Demand or Usage-based Insurance) ซึ่งเป็นแนวทางใหม่สำหรับการประกันภัย ที่มุ่งเน้นให้ความยืดหยุ่นในการใช้งานและคุ้มครองตามความต้องการจริงของผู้ใช้บริการ ระบบประกันภัยแบบดั้งเดิมมักมีระยะเวลาคุ้มครองที่แน่นอน เช่น รายปีหรือรายครั้ง ซึ่งไม่สามารถปรับเปลี่ยนระยะเวลาคุ้มครองได้ตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ประกันภัยที่มีความยืดหยุ่น จึงมีความสำคัญ เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในการเลือกใช้งานได้ตามความต้องการ (ประชาชาติธุรกิจ, 2568)

เทคโนโลยีทางการเงิน (FinTech) เป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมประกันภัย ก่อให้เกิดเทคโนโลยีประกันภัย (InsurTech) บริษัทประกันภัยได้นำเทคโนโลยีดังกล่าวมาใช้เพื่อยกระดับการให้บริการ ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมใหม่ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุดและยืดหยุ่นมากขึ้น

ประกันภัยแบบเปิด-ปิด (On-Demand Insurance) ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ต้องการความคุ้มครองที่ปรับเปลี่ยนได้ตามการใช้งานจริง (ประชาชาติธุรกิจ, 2568) ประกันภัยแบบเปิด-ปิด ช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถเปิด-ปิดความคุ้มครองได้ทันทีผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยชำระเบี้ยประกันภัยเฉพาะช่วงเวลาที่ต้องการความคุ้มครองเท่านั้น ซึ่งแตกต่างจากระบบประกันภัยแบบดั้งเดิมที่กำหนดระยะเวลาในการคุ้มครองแบบคงที่ ทำให้มีความคุ้มครองที่ยืดหยุ่นและคุ้มค่ากว่า

ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยี 2 (UTAUT2) ได้ถูกพัฒนามาจากทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) (Venkatesh et al., 2003) ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การเข้าใจพฤติกรรมกรยอมรับเทคโนโลยีในบริบทของผู้บริโภค ทฤษฎี UTAUT ถูกพัฒนาขึ้นมาจากการรวบรวมทฤษฎีที่หลากหลายที่ศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน และต่อมาได้พัฒนาเป็น UTAUT2 ซึ่งมีการเพิ่มปัจจัยใหม่ๆ ให้เหมาะสมกับการศึกษาพฤติกรรมกรใช้งานเทคโนโลยีของผู้บริโภค โดยมีการเพิ่มตัวแปรใหม่มาสามตัวแปร ได้แก่ แรงจูงใจด้านความบันเทิง มูลค่าด้านราคา และความเคยชินในการใช้งาน นอกจากนี้ ยังพิจารณาตัวแปรที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหลักและพฤติกรรมกรใช้งานเทคโนโลยี เช่น เพศ อายุ และประสบการณ์ ซึ่งช่วยขยายความเข้าใจในการยอมรับเทคโนโลยี สามารถทำนายพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น (Venkatesh et al., 2012) ประกอบด้วยปัจจัย 7 ประการ ที่มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรมกรใช้งาน ดังนี้

1) ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน (Performance Expectancy: PE) หมายถึง ความเชื่อของแต่ละบุคคลว่าการใช้เทคโนโลยีจะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้ หรือทำให้บรรลุเป้าหมายได้ง่ายขึ้น เช่น พัฒนาให้การทำงานรวดเร็วยิ่งขึ้น มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Venkatesh et al., 2003) อย่างไรก็ตาม แนวคิดความคาดหวังด้านประสิทธิภาพในการใช้งานตามกรอบทฤษฎี UTAUT2 มุ่งเน้นประสิทธิภาพในลักษณะทั่วไป ซึ่งอาจยังไม่สะท้อนลักษณะเฉพาะของประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรการเดินทางที่เน้นความสะดวกและจัดการกับความไม่แน่นอนของแผนการเดินทาง ดังนั้น งานวิจัยนี้ได้ปรับใช้ทฤษฎี UTAUT2 ให้สอดคล้องกับบริบทของงานวิจัยที่ศึกษา โดยจะทำการศึกษาปัจจัยความคาดหวังประสิทธิภาพในการใช้งานด้านความสะดวกและการปรับเปลี่ยนแผนการเดินทาง (Performance Expectancy Related to Convenience and Plan Adjustment: PECPA) ซึ่งหมายถึง ระดับการรับรู้ของแต่ละบุคคลว่าการใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด สามารถช่วยเพิ่มความสะดวกสบายในการจัดการประกันภัยการเดินทาง ช่วยให้สามารถเปิด-ปิดการใช้งานตามสถานการณ์ได้อย่างรวดเร็ว และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการกับความไม่แน่นอนของแผนการเดินทาง เช่น การเปลี่ยนแปลงกำหนดการ

2) ความคาดหวังด้านความง่ายในการใช้งาน (Effort Expectancy: EE) หมายถึง ระดับที่บุคคลเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีหรือการใช้นระบบ สามารถใช้งานได้ง่ายและไม่ซับซ้อน (Venkatesh et al., 2003)

3) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence: SI) คือ ระดับที่บุคคลรับรู้ว่าการที่บุคคลสำคัญมีอิทธิพลหรือมีบทบาทในการโน้มน้าว ทำให้เชื่อว่าควรใช้งานเทคโนโลยีหรือระบบ (Venkatesh et al., 2003)

4) ความเอื้ออำนวยต่อการใช้งาน (Facilitating Conditions: FC) หมายถึง ระดับที่บุคคลเชื่อว่าโครงสร้างพื้นฐานที่องค์กรมี จะช่วยส่งเสริมหรืออำนวยความสะดวก ให้เกิดการใช้งานเทคโนโลยีหรือระบบได้ (Venkatesh et al., 2003)

5) แรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic Motivation: HM) คือ แรงจูงใจที่เกิดจากความสนุกสนานเพลิดเพลิน ความพอใจที่ได้รับจากการใช้งานเทคโนโลยี (Thong et al., 2006)

6) มูลค่าด้านราคา (Price Value: PV) หมายถึง ระดับการรับรู้ถึงผลประโยชน์ที่ได้รับเทียบกับต้นทุนการใช้งานเทคโนโลยี โดยถ้าการใช้งานเทคโนโลยีมีผลประโยชน์มากกว่าต้นทุน ผู้ใช้บริการจะรู้สึกถึงความคุ้มค่า และมีแนวโน้มต่อการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น (Venkatesh et al., 2012)

7) ความเคยชินในการใช้งาน (Habit: HB) หมายถึง ระดับที่บุคคลสามารถดำเนินกิจกรรมใดๆ ได้อย่างอัตโนมัติ จากความเคยชิน เนื่องจากพฤติกรรมนั้นได้เกิดขึ้นบ่อยครั้ง ความเคยชินเป็นผลมาจากการเรียนรู้ที่สะสม ถูกกระตุ้นโดยสถานการณ์เดิมที่เคยเจอ และการเรียนรู้ในอดีต (Venkatesh et al., 2012)

โดยในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เพิ่มตัวแปรความไว้วางใจที่รับรู้ (Perceived Trust: PT) หมายถึง ความเชื่อมั่นโดยรวม ที่ผู้ใช้บริการมีต่อระบบและการให้บริการ เช่น ความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย ความโปร่งใส และความสามารถในการปฏิบัติตามข้อตกลง ความไว้วางใจที่รับรู้มีบทบาทสำคัญในการลดความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูล และช่วยเสริมสร้างความมั่นใจในการใช้บริการ (Quintero et al., 2023)

นอกจากนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมตามแนวคิดของ Venkatesh et al. (2003) พบว่า ตัวแปรความคาดหวังด้านความง่ายในการใช้งาน (Effort Expectancy: EE) ได้รับการพัฒนามาจากแนวคิดพื้นฐานของการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) ในแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ของ Davis (1989) ซึ่งอธิบายว่า ตัวแปรการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) หมายถึง การรับรู้ว่าการใช้งานระบบสามารถเข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อน ขณะที่ ตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness: PU) หมายถึง การรับรู้ของผู้ใช้ว่าการใช้ระบบจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน โดยทั้งสองตัวแปรมีบทบาทสำคัญต่อการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยี กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้รับรู้ว่าการใช้ระบบหรือเทคโนโลยีใช้งานง่าย จะส่งผลให้รับรู้ถึงประโยชน์และประสิทธิภาพของเทคโนโลยีหรือระบบนั้นมากขึ้น และนำไปสู่การตัดสินใจใช้งานในที่สุด ความสัมพันธ์ดังกล่าวได้รับการยืนยันจากการวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการวิเคราะห์ถดถอย โดยพบว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีบทบาทเป็นตัวแปรนำที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานมากกว่าการส่งผลโดยตรงต่อการใช้งาน ทั้งนี้ ตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างการรับรู้ความง่ายในการใช้งานและการใช้งาน

จากแนวคิดแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี ผู้วิจัยนำมาปรับใช้กับกรอบแนวคิดการวิจัยในงานศึกษานี้ โดยกำหนดให้ความคาดหวังประสิทธิภาพในการใช้งานด้านความสะดวกและการปรับเปลี่ยนแผนการเดินทาง ทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างความง่ายในการใช้งานและความตั้งใจในการใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด ดังนั้น จากทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น งานวิจัยนี้ได้นำแนวคิดมาประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับบริบทของการศึกษาปัจจุบันที่มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจใช้ประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด โดยกำหนดตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความคาดหวังประสิทธิภาพในการใช้งานด้านความสะดวกและการปรับเปลี่ยนแผนการเดินทาง ความคาดหวังด้านความง่ายในการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม ความเอื้ออำนวยต่อการใช้งาน แรงจูงใจด้านความบันเทิง มูลค่าด้านราคา ความเคยชินในการใช้งาน ความไว้วางใจที่รับรู้ และตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจในการใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังกล่าวสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1 กรอบแนวคิด และปัจจัยต่างๆ มีสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1: ผู้ใช้บริการเชื่อว่าประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด จะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานและความสะดวกสบายในการใช้งาน เช่น สามารถจัดการความเสี่ยงได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังช่วยให้สามารถปรับเปลี่ยนแผนการเดินทางได้อย่างยืดหยุ่นตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง เช่น การเปลี่ยนแปลงกำหนดการ ทำให้เกิดความตั้งใจในการใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดมากยิ่งขึ้น

H_1 : Performance Expectancy Related to Convenience and Plan Adjustment มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อ Behavioral Intention

สมมติฐานที่ 2: ผู้ใช้บริการรับรู้ว่าการเดินทางแบบเปิด-ปิดสามารถใช้งานได้ง่าย ไม่ซับซ้อน และไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก จะส่งผลให้ผู้ใช้รับรู้ถึงประโยชน์และประสิทธิภาพในการใช้งานด้านความสะดวกและการปรับเปลี่ยนแผนการเดินทางได้มากยิ่งขึ้น

H_2 : Effort Expectancy มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อ Performance Expectancy Related to Convenience and Plan Adjustment

สมมติฐานที่ 3: อิทธิพลทางสังคมหรือจากบุคคลรอบข้าง เช่น เพื่อน ครอบครัว อินฟลูเอนเซอร์ หรือความคิดเห็นในสื่อออนไลน์ทางสังคม อาจส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการเกิดความตั้งใจในการใช้บริการการเดินทางแบบเปิด-ปิดมากยิ่งขึ้น

H_3 : Social Influence มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อ Behavioral Intention

สมมติฐานที่ 4: การมีทรัพยากรหรือการสนับสนุนที่เพียงพอ เช่น การเข้าถึงทางอินเทอร์เน็ต หรือ แพลตฟอร์มดิจิทัลที่สะดวก อาจช่วยให้ผู้ใช้มีความตั้งใจในการใช้บริการการเดินทางแบบเปิด-ปิดมากยิ่งขึ้น

H_4 : Facilitating Conditions มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อ Behavioral Intention

สมมติฐานที่ 5: ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน หรือความพึงพอใจที่ได้รับจากฟีเจอร์เสริมจากการใช้บริการการเดินทางแบบเปิด-ปิด เช่น การเล่นเกมหรือการสะสมแต้มเพื่อแลกรางวัล อาจส่งเสริมให้ผู้ใช้มีความตั้งใจในการใช้บริการการเดินทางแบบเปิด-ปิดมากยิ่งขึ้น

H_5 : Hedonic Motivation มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อ Behavioral Intention

สมมติฐานที่ 6: การรับรู้ถึงความคุ้มค่าของการใช้บริการเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่าย เช่น ค่าเบี้ยประกันที่เหมาะสม และคุ้มค่าต่อความคุ้มครองที่ได้รับ อาจทำให้ผู้ใช้บริการมีความตั้งใจในการใช้บริการการเดินทางแบบเปิด-ปิดมากยิ่งขึ้น

H_6 : Price Value มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อ Behavioral Intention

สมมติฐานที่ 7: ความคุ้นเคยหรือประสบการณ์ในการใช้บริการมาก่อน หรือประสบการณ์การใช้บริการที่มีลักษณะคล้ายกัน เช่น แอปพลิเคชันที่สามารถเปิด-ปิดการใช้งานได้ อาจทำให้ผู้ใช้บริการมีแนวโน้มที่จะมีความตั้งใจในการใช้บริการการเดินทางแบบเปิด-ปิดมากยิ่งขึ้น

H_7 : Habit มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อ Behavioral Intention

สมมติฐานที่ 8: ความไว้วางใจที่รับรู้ เช่น ความน่าเชื่อถือของการบริการ ความปลอดภัยของระบบ ความโปร่งใสของเงื่อนไข และความมั่นใจในการใช้บริการ อาจช่วยเพิ่มความมั่นใจของผู้ใช้บริการ อาจทำให้ผู้ใช้บริการมีความตั้งใจในการใช้บริการการเดินทางแบบเปิด-ปิดมากยิ่งขึ้น

H_8 : Perceived Trust มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อ Behavioral Intention

สมมติฐานที่ 9: ผู้ใช้บริการรับรู้ว่าการเดินทางแบบเปิด-ปิดสามารถใช้งานได้ง่าย ไม่ซับซ้อน และไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก จะมีแนวโน้มรับรู้ว่าการดังกล่าวสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งาน โดยเฉพาะในด้านความสะดวกและความสามารถในการปรับเปลี่ยนแผนการเดินทาง เช่น การเปิด-ปิดความคุ้มครองได้ตามความต้องการ การรับรู้ถึงประสิทธิภาพดังกล่าวจึงส่งผลให้ผู้ใช้เกิดความตั้งใจในการใช้บริการมากยิ่งขึ้น

H_9 : Performance Expectancy Related to Convenience and Plan Adjustment ทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่าง Effort Expectancy กับ Behavioral Intention

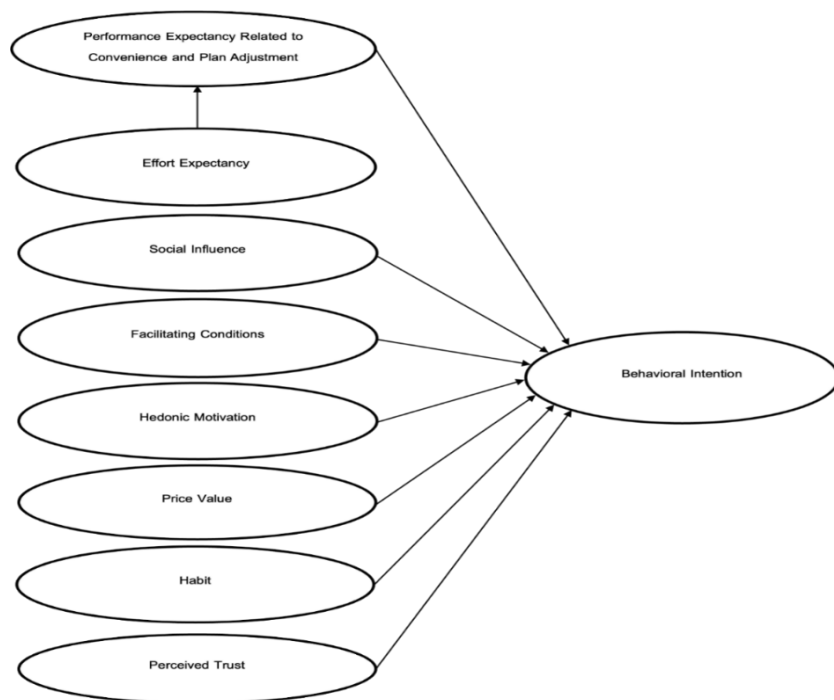
เครื่องมือการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยข้อคำถามทั้งหมดได้รับการดัดแปลงจากงานวิจัยก่อนหน้า และปรับให้เหมาะสมกับบริบทของการใช้บริการการเดินทางแบบเปิด-ปิด โดยมีทั้งหมด 9 ปัจจัยประกอบไปด้วยคำถาม 39 ข้อ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) ปัจจัยความคาดหวังประสิทธิภาพในการใช้งานด้านความสะดวกและการปรับเปลี่ยนแผนการเดินทาง วัดด้วยข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ ดัดแปลงจาก Venkatesh et al. (2012), Venkatesh et al. (2003) และ Quintero et al. (2023) โดยสะท้อนถึงการรับรู้ของผู้ใช้บริการว่าประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ความสะดวก จัดการความเสี่ยงและแผนการเดินทางได้ ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น ท่านคาดหวังว่าการใช้ประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดช่วยเพิ่มความสะดวกสบาย เช่น สามารถเปิด-ปิดการใช้งานได้ในช่วงเวลาที่ต้องการ ท่านคาดหวังว่าประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด จะช่วยให้ท่านสามารถเปิด-ปิดความคุ้มครองผ่านทางแอปพลิเคชันได้อย่างรวดเร็ว และท่านคาดหวังว่าประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด จะช่วยให้สามารถเปิด-ปิดความคุ้มครองได้อย่างสะดวกและทันที เมื่อแผนการเดินทางมีการเปลี่ยนแปลงกะทันหัน เช่น กรณีเที่ยวบินถูกยกเลิก
- 2) ปัจจัยความคาดหวังด้านความง่ายในการใช้งาน วัดด้วยข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ ดัดแปลงจาก Venkatesh et al. (2003) และ Hasselwander and Weiss (2024) โดยมุ่งวัดระดับความง่ายในการเรียนรู้และการใช้งานระบบประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น ท่านคาดหวังว่าสามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานแอปพลิเคชันประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด ได้ง่ายและไม่ซับซ้อน และท่านคาดหวังว่าสามารถทำความเข้าใจและใช้งานฟังก์ชันเสริมต่างๆ ในแอปพลิเคชันได้อย่างง่ายดาย เช่น การตรวจสอบสถานะการคุ้มครอง การเพิ่มวันคุ้มครอง
- 3) ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม วัดด้วยข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ ดัดแปลงจาก Venkatesh et al. (2003) และ Jiang et al. (2024) ซึ่งสะท้อนถึงการรับรู้ของผู้ใช้บริการต่อความคิดเห็น คำแนะนำ รวมถึงอิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์ ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น ท่านรู้สึกว่ามีเพื่อน หรือครอบครัวใช้ประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด และท่านรู้สึกว่ามีโฆษณาออนไลน์ เช่น การโฆษณาบน Facebook TikTok Instagram มีส่วนกระตุ้นให้ท่านสนใจใช้ประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด
- 4) ปัจจัยด้านความเอื้ออำนวยต่อการใช้งาน วัดด้วยข้อคำถามจำนวน 4 ข้อ ดัดแปลงจาก Venkatesh et al. (2012) โดยพิจารณาถึงความพร้อมด้านทรัพยากร เทคโนโลยี และการสนับสนุนที่เอื้อต่อการใช้งานประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น ท่านคิดว่าท่านมีความพร้อมทางด้านอุปกรณ์ เช่น โทรศัพท์มือถือ ในการใช้งานประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด
- 5) ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง วัดด้วยข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ ดัดแปลงจาก Venkatesh et al. (2012) เพื่อสะท้อนถึงความรู้สึกสนุก เพลิดเพลิน การเล่นเกมเพื่อสะสมแต้ม และการแลกของรางวัล ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น ท่านคิดว่าหากแอปพลิเคชันประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด มีเกมให้เล่นเพื่อสะสมแต้ม จะมีส่วนจูงใจในการใช้งาน
- 6) ปัจจัยมูลค่าด้านราคา วัดด้วยข้อคำถามจำนวน 3 ข้อ ดัดแปลงจาก Venkatesh et al. (2012) สะท้อนถึงการเปรียบเทียบระหว่างประโยชน์ที่ได้รับกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น ท่านคิดว่าประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดมีราคาเบียดเบียนที่สมเหตุสมผล ราคาไม่แพงจนเกินไป
- 7) ปัจจัยด้านความเคยชินในการใช้งาน วัดด้วยข้อคำถามจำนวน 3 ข้อ ดัดแปลงจาก Venkatesh et al. (2012) เพื่อสะท้อนถึงพฤติกรรมการใช้งานที่เกิดจากความคุ้นเคยหรือประสบการณ์ที่ผ่านมา ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น ท่านคิดว่าหากท่านได้ลองใช้ประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด ท่านอาจใช้ประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดในการเดินทางในครั้งถัดไป
- 8) ปัจจัยด้านความไว้วางใจที่รับรู้ วัดด้วยข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ ดัดแปลงจาก Quintero et al. (2023) โดยสะท้อนถึงความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการในด้านความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ และความโปร่งใสของระบบประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น ท่านเชื่อว่าข้อมูลส่วนตัวของท่านจะปลอดภัยเมื่อใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด
- 9) ความตั้งใจในการใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด วัดด้วยข้อคำถามจำนวน 4 ข้อ ดัดแปลงจาก Venkatesh et al. (2012) และ Quintero et al. (2023) เพื่อพิจารณาความตั้งใจใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบ

เปิด-ปิด ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น ท่านมีแนวโน้มที่จะใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดในอนาคต และท่านคิดว่าประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดจะเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดสำหรับการเดินทาง

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การสำรวจ (Survey) กลุ่มประชากรที่ศึกษา คือคนไทยที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป เนื่องจากสามารถซื้อประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด ได้ด้วยตัวเอง ขนาดของกลุ่มตัวอย่างพิจารณาตามแนวทางของ Nunnally and Bernstein (1994) ได้แนะนำว่า ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมควรมีอย่างน้อย 10 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ ตามกฎ Rule of Thumb จากงานวิจัยนี้มีจำนวนตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 39 ตัว ดังนั้นทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 390 คน

รูปแบบคำถามในแบบสอบถามพัฒนาตามแนวทางของ Pimentel (2010) โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert Scale 5 ระดับ ก่อนนำแบบสอบถามไปใช้จริง ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นด้วยการทำ Pilot Survey จำนวน 30 คน โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค ซึ่งกำหนดเกณฑ์ไม่ต่ำกว่า 0.70

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานโดยใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยต่างๆ กับความตั้งใจใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 565 คน โดยแบบสอบถามที่สมบูรณ์สามารถนำมาวิเคราะห์ได้จำนวน 432 คน เมื่อพิจารณาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 283 คน (ร้อยละ 65.5) ส่วนมากมีอายุ 18-29 ปี จำนวน 329 คน (ร้อยละ 76.2) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี

จำนวน 362 คน (ร้อยละ 83.8) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 116 คน (ร้อยละ 26.9) ส่วนมากมีอาชีพเป็น นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 176 คน (ร้อยละ 40.7) รองลงมาคือ พนักงานบริษัท จำนวน 160 คน (ร้อยละ 37) และอาชีพอิสระ/ฟรีแลนซ์ จำนวน 33 คน (ร้อยละ 7.6) ตามลำดับ

ในด้านลักษณะพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีและการเดินทาง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนของผู้ที่เคยและไม่เคยใช้บริการเทคโนโลยีแบบเปิด-ปิดใกล้เคียงกัน โดยผู้ที่ไม่เคยใช้บริการเทคโนโลยีแบบเปิด-ปิดเลย จำนวน 232 คน (ร้อยละ 53.7) ส่วนเคยใช้บริการเทคโนโลยีแบบเปิด-ปิด (ประกันภัยแบบเปิด-ปิด, แอปพลิเคชันเปิด-ปิดเครื่องใช้ไฟฟ้า) จำนวน 200 คน (ร้อยละ 46.3) สำหรับความถี่ในการเดินทางไปต่างประเทศภายในระยะเวลา 1 ปี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีการเดินทางไปต่างประเทศ จำนวน 192 คน (ร้อยละ 44.4) รองลงมาคือ เดินทาง 1 ครั้งต่อปี จำนวน 122 คน (ร้อยละ 28.2) ส่วนใหญ่มักวางแผนการเดินทางล่วงหน้าเป็นประจำ จำนวน 340 คน (ร้อยละ 78.7) และยอมรับได้หากราคาประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดสูงกว่าประกันภัยการเดินทางแบบรายครั้งไม่เกินร้อยละ 5 จำนวน 206 คน (ร้อยละ 47.7) นอกจากนี้ มากกว่าครึ่งเคยใช้ประกันภัยการเดินทาง จำนวน 231 คน (ร้อยละ 53.5) ช่องทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ การซื้อผ่านเว็บไซต์ของบริษัทประกันภัย จำนวน 128 คน (ร้อยละ 29.6) และประเภทประกันภัยการเดินทางที่เคยใช้มากที่สุดคือประกันภัยการเดินทางแบบรายครั้ง จำนวน 212 คน (ร้อยละ 49.1) รองลงมาคือ ประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด จำนวน 48 คน (ร้อยละ 11.1) และประกันภัยการเดินทางแบบรายปี จำนวน 16 คน (ร้อยละ 3.7) ตามลำดับ

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อบัณฑิตที่ศึกษาอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยความคาดหวังประสิทธิภาพในการใช้งานด้านความสะดวกและการปรับเปลี่ยนแผนการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.33$, $SD = 0.89$) รองลงมาคือ ความคาดหวังด้านความง่ายในการใช้งาน ($\bar{X} = 4.26$, $SD = 0.88$) และความเอื้ออำนวยต่อการใช้งาน ($\bar{X} = 4.23$, $SD = 0.90$) ขณะที่อิทธิพลทางสังคมมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X} = 3.44$, $SD = 1.08$) สำหรับความตั้งใจในการใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด ซึ่งเป็นตัวแปรตาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.07$, $SD = 0.96$)

ในการแจกแจงของข้อมูล ค่าความเบ้ (Skewness) อยู่ในช่วง -1.7 ถึง -0.1 และค่าความโด่ง (Kurtosis) อยู่ในช่วง -0.5 ถึง 3.2 ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาตามเกณฑ์ของ Kline (2016) ระบุว่า ค่าความเบ้ที่มีค่าสัมบูรณ์ไม่เกิน 3 และค่าความโด่งที่มีค่าสัมบูรณ์ไม่เกิน 10 ถือว่าเป็นเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้ว่าการแจกแจงใกล้เคียงปกติ ทั้งนี้ เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้มีขนาดกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 200 คน การประเมินความเป็นปกติของข้อมูลจึงไม่ถือเป็นข้อจำกัดที่รุนแรงต่อการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Hair et al., 2019)

การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ผลการวิเคราะห์พบว่า โมเดลการวัดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ โดยประเมินความสอดคล้องของโมเดลใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง ได้แก่ $\chi^2/df = 2.219$, $RMSEA = 0.053$, $GFI = 0.841$, $AGFI = 0.813$, $CFI = 0.947$ และผลการทดสอบสมมติฐานของ $RMSEA$ มีค่า p-value เท่ากับ 0.076 แสดงให้เห็นว่า โมเดลมีความคลาดเคลื่อนต่ำมาก ขณะเดียวกันค่า Hoelter's Critical N ของโมเดลเท่ากับ 213 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่แนะนำ โดย Hoelter (1983) เสนอว่า ค่า Hoelter's Critical N ที่มากกว่า 200 แสดงให้เห็นว่า โมเดลมีความเหมาะสมและมีขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เพียงพอ นอกจากนี้ ผลการประเมินคุณภาพของตัวชี้วัดตามเกณฑ์ของ Hair et al. (2019) พบว่า ตัวแปรแฝงทั้ง 9 ตัวแปร มีค่า Composite Reliability (CR) มากกว่า 0.70 และ Average Variance Extracted (AVE) มากกว่า 0.50 ทั้งหมด โดยตารางที่ 1 แสดงผลสรุปดัชนีความสอดคล้องของโมเดล

ตารางที่ 1 ตารางผลสรุปดัชนีความสอดคล้องของโมเดล

ค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดล	ค่าที่ได้จากผลการวิเคราะห์	ผลการพิจารณา
ค่าไคสแควร์ (χ^2)	$\chi^2=1464.731$, p-value=0.000	ไม่ผ่านเกณฑ์
ค่าสัดส่วนไคสแควร์ต่อชิ้นแห่งความเป็นอิสระ (χ^2/df)	2.219	ผ่านเกณฑ์ (อยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้)
ค่าดัชนีความโค้งเป็นปกติของโมเดล (GFI)	0.841	ไม่ผ่านเกณฑ์
ค่าความสอดคล้องที่ปรับแล้ว (AGFI)	0.813	ผ่านเกณฑ์ (อยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้)
ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA)	0.053	ผ่านเกณฑ์ (อยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้)
ค่าดัชนีความสอดคล้องเชิงเปรียบเทียบ (CFI)	0.947	ผ่านเกณฑ์ (อยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้)

การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) แสดงให้เห็นว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่ยอมรับได้ โดยพิจารณาจากดัชนีต่างๆ ได้แก่ $\chi^2/df = 2.366$, RMSEA = 0.056, GFI=0.830, AGFI=0.802 และ CFI = 0.940 ซึ่งค่า χ^2/df มีค่าน้อยกว่า 3 บอถึงความเหมาะสมของโมเดลอยู่ในระดับที่ดี ขณะที่ค่า RMSEA ต่ำกว่า 0.08 และค่า CFI สูงกว่า 0.90 สะท้อนถึงความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลในระดับที่ยอมรับได้ สำหรับค่า AGFI มีค่าเท่ากับ 0.802 ซึ่งอยู่ในช่วงเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ขณะที่ค่า GFI ถึงแม้ว่าจะไม่ถึงเกณฑ์ที่มักแนะนำไว้ แต่ตามแนวคิดของ Hair et al. (2019) ดัชนีทั้งสองไม่ควรใช้เป็นเกณฑ์ชี้ขาดในการตัดสินความเหมาะสมของโมเดล (decision factor) เนื่องจากมีความอ่อนไหวต่อขนาดกลุ่มตัวอย่างและความซับซ้อนของโมเดล จึงควรพิจารณาดัชนีความสอดคล้องอื่นร่วมด้วย สำหรับการทดสอบสมมติฐานของ RMSEA มีค่า p-value เท่ากับ 0.002 ซึ่งไม่สามารถยืนยันสมมติฐานที่ว่าโมเดลมีความคลาดเคลื่อนต่ำมาก อย่างไรก็ตาม ค่า RMSEA ที่อยู่ต่ำกว่า 0.08 ยังอยู่ในช่วงที่สะท้อนถึงความเหมาะสมของโมเดลในระดับที่ยอมรับได้ นอกจากนี้ ค่า Hoelter's Critical N ของโมเดลเท่ากับ 199 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งอยู่ในระดับใกล้เคียงเกณฑ์ขั้นต่ำที่แนะนำ โดย Hoelter (1983) เสนอว่าค่า Hoelter's Critical N ที่มีค่าประมาณหรือมากกว่า 200 แสดงถึงความเพียงพอของขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้น เมื่อพิจารณาดัชนีความสอดคล้องร่วมกัน จึงสรุปว่าโมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่ยอมรับได้ โดยตารางที่ 2 แสดงผลสรุปดัชนีความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้าง

ตารางที่ 2 ผลสรุปดัชนีความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้าง

ค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดล	ค่าที่ได้จากผลการวิเคราะห์	ผลการพิจารณา
ค่าไคสแควร์ (χ^2)	$\chi^2=1578.301$, p-value=0.000	ไม่ผ่านเกณฑ์
ค่าสัดส่วนไคสแควร์ต่อชิ้นแห่งความเป็นอิสระ (χ^2/df)	2.366	ผ่านเกณฑ์ (อยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้)
ค่าดัชนีความโค้งเป็นปกติของโมเดล (GFI)	0.830	ไม่ผ่านเกณฑ์
ค่าความสอดคล้องที่ปรับแล้ว (AGFI)	0.802	ผ่านเกณฑ์ (อยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้)
ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA)	0.056	ผ่านเกณฑ์ (อยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้)
ค่าดัชนีความสอดคล้องเชิงเปรียบเทียบ (CFI)	0.940	ผ่านเกณฑ์ (อยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้)

ตารางที่ 3 ตารางแสดงความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง

เส้นทาง	Standardized path coefficient (β)	Unstandardized path coefficient (b)	S.E.	t-value	P-value
PECPA→ BI	0.107	0.112	0.054	2.053	0.040
EE→ PECPA	0.892	0.897	0.043	20.898	<0.001
SI→BI	0.129	0.139	0.057	2.446	0.014
FC→BI	0.049	0.055	0.089	0.621	0.535
HM→BI	-0.067	-0.069	0.067	-1.024	0.306
PV→BI	0.106	0.105	0.068	1.553	0.120
HB→BI	0.564	0.558	0.105	5.336	<0.001
PT→BI	0.064	0.066	0.074	0.896	0.370

ตารางที่ 4 ตารางแสดงความสัมพันธ์ทางอ้อม

เส้นทาง	Indirect Effect	Lower Bounds	Upper Bounds	P-value
EE→ PECPA→ BI	0.096	-0.050	0.228	0.211

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างพบว่าความคาดหวังประสิทธิภาพในการใช้งานด้านความสะดวกและการปรับเปลี่ยนแผนการเดินทาง อิทธิพลทางสังคม และความเคยชินในการใช้งาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความเคยชินในการใช้งานเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์สูงสุด ($\beta = 0.564$, p-value < 0.001) ขณะที่ความคาดหวังด้านความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความคาดหวังประสิทธิภาพในการใช้งานด้านความสะดวกและการปรับเปลี่ยนแผนการเดินทางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.892$, p-value < 0.001)

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมโดยใช้วิธี Bootstrap พบว่า ความคาดหวังด้านความง่ายในการใช้งานไม่มีความสัมพันธ์ทางอ้อมต่อความตั้งใจใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดผ่านตัวแปรส่งผ่าน คือ ความคาดหวังประสิทธิภาพในการใช้งานด้านความสะดวกและการปรับเปลี่ยนแผนการเดินทาง โดยมีค่า Indirect Effect เท่ากับ 0.096 และช่วงความเชื่อมั่นที่ระดับ 95% เท่ากับ (-0.050, 0.228) ซึ่งครอบคลุมค่า 0 และมีค่า p-value = 0.211

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังประสิทธิภาพในการใช้งานด้านความสะดวกและการปรับเปลี่ยนแผนการเดินทางมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับรูปแบบประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดที่จะช่วยเพิ่มความสะดวกสบายในการจัดการประกันภัยการเดินทาง โดยสามารถเปิดหรือปิดความคุ้มครองตามสถานการณ์ได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการกับความไม่แน่นอนของแผนการเดินทาง เช่น การเปลี่ยนแปลงกำหนดการหรือแผนการเดินทางอย่างกะทันหัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Fan and Lee (2023) พบว่า ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพเป็นปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการประกันภัยออนไลน์ โดยผู้ใช้มีแนวโน้มเลือกใช้บริการที่ช่วยอำนวยความสะดวก และตอบสนองต่อความต้องการในการใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด แสดงให้เห็นว่า ความคิดเห็นหรือการสนับสนุนจากบุคคลรอบข้าง เช่น ครอบครัว เพื่อน หรืออินฟลูเอนเซอร์ มีบทบาท

ต่อการตัดสินใจใช้บริการ สอดคล้องกับงานของ Muchran et al. (2023) ที่พบว่า อิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการใช้บริการระบบชำระเงินแบบไม่ใช้เงินสด โดยบุคคลมีแนวโน้มที่จะตั้งใจใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินมากขึ้น เมื่อรับรู้ว่าคุณค่าที่มีความสำคัญต่อพวกเขาให้การสนับสนุนหรือมีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้งานจะช่วยเพิ่มความมั่นใจในการตั้งใจใช้เทคโนโลยีระบบชำระเงินแบบไร้เงินสด

นอกจากนี้ ความเคยชินในการใช้งานเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์สูงสุดในโมเดล แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้ที่มีความคุ้นเคยกับการใช้งานเทคโนโลยีแบบเปิด-ปิดในชีวิตประจำวัน เช่น การเปิด-ปิดเครื่องใช้ไฟฟ้าผ่านแอปพลิเคชัน มีแนวโน้มที่จะใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดมากขึ้น ทั้งนี้ เนื่องจากประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดยังถือเป็นประกันภัยรูปแบบใหม่ในประเทศไทย ความคุ้นเคยของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันที่สามารถเปิด-ปิดการใช้งานได้ตามความต้องการจึงมีบทบาทในการช่วยให้เข้าใจขั้นตอนการใช้งานได้เร็วขึ้น และช่วยเพิ่มความมั่นใจในการทดลองใช้ประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ Jiang et al. (2024) ที่พบว่าความเคยชินมีบทบาทสำคัญต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันธนาคาร

สำหรับความคาดหวังด้านความง่ายในการใช้งาน ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังด้านความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความคาดหวังประสิทธิภาพในการใช้งานด้านความสะดวกและการปรับเปลี่ยนแผนการเดินทาง แสดงให้เห็นว่า เมื่อผู้ใช้รับรู้ว่าจะระบบประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดสามารถใช้งานได้ง่าย จะช่วยเสริมให้ผู้รับรู้ถึงประโยชน์ ความสะดวก และประสิทธิภาพของการใช้งานมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Davis (1989) อธิบายว่า ความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ช่วยสนับสนุนให้ผู้รับรู้ถึงประโยชน์และประสิทธิภาพของเทคโนโลยี อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางอ้อมของความคาดหวังด้านความง่ายในการใช้งานต่อความตั้งใจใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด ผ่านตัวแปรส่งผ่าน พบว่าอิทธิพลทางอ้อมดังกล่าวไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งอาจอธิบายได้ว่า ในบริบทของประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด ผู้ใช้บริการมักมองว่าความง่ายในการใช้งานเป็นคุณลักษณะพื้นฐานที่ควรมีอยู่แล้วจึงไม่ถูกนำมาใช้เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยตรง แต่จะทำหน้าที่เป็นปัจจัยสนับสนุนที่ช่วยเสริมการรับรู้คุณค่าและประสิทธิภาพของการใช้งานประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดมากกว่า

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

- 1) ความคาดหวังประสิทธิภาพในการใช้งานด้านความสะดวกและการปรับเปลี่ยนแผนการเดินทาง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยนี้มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นบริษัทประกันภัยควรมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดที่ตอบโจทย์ด้านความสะดวกสบาย และการจัดการความไม่แน่นอนของการเดินทาง เช่น นำเสนอทางเลือกการคิดค่าเบี้ยประกันภัยตามระยะเวลาใช้งานจริง ควรมีทางเลือกการคิดค่าเบี้ยประกันภัยแบบรายชั่วโมงหรือรายนาที สามารถตัดชำระเงินอัตโนมัติตามการใช้งานจริง
- 2) อิทธิพลทางสังคม ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทประกันภัยจึงควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารการตลาดผ่านบุคคลหรือกลุ่มอ้างอิงที่ผู้ใช้บริการให้ความเชื่อถือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ Micro-influencer หรือการรีวิวจากผู้ใช้งานจริงที่มีความใกล้ชิดกับกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (อายุ 18-29 ปี) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดในงานวิจัยนี้ โดยการนำเสนอประสบการณ์การใช้งานจริงที่สะท้อนถึงประโยชน์และประสิทธิภาพของการใช้งานประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการตัดสินใจใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิด
- 3) ความเคยชินในการใช้งาน ผลการวิจัยพบว่า ความเคยชินในการใช้งานเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกสูงสุดต่อความตั้งใจใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ผู้ใช้บริการที่มีประสบการณ์และความคุ้นเคยกับการใช้งานแอปพลิเคชันแบบเปิด-ปิดมาก่อน จะสามารถเข้าใจวิธีการใช้งานระบบได้อย่างรวดเร็ว และมองว่าการเปิด-ปิดความคุ้มครองไม่เป็นอุปสรรคต่อการใช้งาน ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยใช้งานมาก่อนอาจประสบปัญหาใน

การทำความเข้าใจระบบ และอาจต้องเรียนรู้ขั้นตอนในการใช้งาน ดังนั้น บริษัทประกันภัยควรออกแบบบริการให้สามารถผสมเข้ากับแอปพลิเคชันหรือแพลตฟอร์มที่ผู้ใช้งานคุ้นเคยอยู่แล้ว เช่น แอปธนาคาร แอปการเงินดิจิทัล นอกจากนี้บริษัทประกันภัยควรพัฒนาสื่อสนับสนุนการเรียนรู้ที่ช่วยอธิบายวิธีการใช้งานระบบเปิด-ปิดความคุ้มครองอย่างชัดเจนและเป็นขั้นตอน เพื่อส่งเสริมให้การใช้งานเกิดความต่อเนื่องและกลายเป็นพฤติกรรมประจำในระยะยาว

4) ความคาดหวังด้านความง่ายในการใช้งาน แม้ว่าจะไม่มีความสัมพันธ์โดยตรงต่อความตั้งใจใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดอย่างมีนัยสำคัญ แต่ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยนี้มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความคาดหวังประสิทธิภาพในการใช้งานด้านความสะดวกและการปรับเปลี่ยนแผนการเดินทาง ดังนั้น บริษัทประกันภัยควรให้ความสำคัญกับการออกแบบระบบที่ใช้งานง่าย เข้าใจได้ง่าย และลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น เพื่อสนับสนุนให้ผู้บริโภคใช้รับรู้ถึงประโยชน์และประสิทธิภาพของบริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) งานวิจัยครั้งถัดไปอาจขยายขอบเขตการศึกษาไปยังประกันภัยแบบเปิด-ปิดประเภทอื่น เช่น ประกันภัยรถยนต์ เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการของผู้บริโภคในบริบทของความเสี่ยงที่แตกต่างกัน
- 2) งานวิจัยในครั้งถัดไปอาจขยายการศึกษาไปยังประกันสุขภาพที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งเป็นรูปแบบการประกันที่มีการนำข้อมูลจากอุปกรณ์สวมใส่อัจฉริยะ เช่น นาฬิกาอัจฉริยะ ในการติดตามพฤติกรรมสุขภาพของผู้เอาประกันภัย และนำข้อมูลที่ได้ไปใช้กำหนดสิทธิประโยชน์หรือส่วนลดเบี้ยประกัน
- 3) งานวิจัยในครั้งถัดไปอาจพิจารณาปรับขยายกรอบแนวคิดให้มีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยนำแนวคิดหรือทฤษฎีอื่นมาประยุกต์ร่วมกับแบบจำลอง UTAUT2 เพื่ออธิบายความตั้งใจใช้บริการประกันภัยการเดินทางแบบเปิด-ปิดในมิติที่หลากหลายยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ประชาชาติธุรกิจ. (2568). วิเคราะห์แนวคิดใหม่ของประกันที่เน้นความยืดหยุ่นและปรับตามการใช้งาน. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/public-relations/news-1739301>.
- Dhapte, A. (2025). *On-Demand Insurance Market Overview. Market Research Future*. Retrieved from <https://www.marketresearchfuture.com/reports/on-demand-insurance-market-33671>.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Fan, C. K., & Lee, C.-Y. (2023). An Empirical Study of Internet Insurance in Taiwan Adopting the Theoretical Framework of UTAUT2. *Journal of Applied Finance & Banking*, 13(5), 1-28.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis*. 8th ed. Cengage.
- Hasselwander, M., & Weiss, D. (2024). Super App Adoption Intention Based on Utaut2 with Perceived Risk. Available at SSRN, 4784554.
- Hoelter, J. W. (1983). The Analysis of Covariance Structures: Goodness-of-Fit Indices. *Sociological Methods & Research*, 11(3), 325-344.
- International Civil Aviation Organization. (2024). *Coordinated, Risk-based Approach to Improving Global Aviation Safety*. Retrieved from https://www.icao.int/sites/default/files/sp-files/safety/Documents/ICAO_SR_2024.pdf.
- Jiang, J., Ma, J., Huang, X., Zhou, J., & Chen, T. (2024). Extend UTAUT2 Model to Analyze User Behavior of China Construction Bank Mobile App. *Sage Open*, 14(4).
- Kline, R. B. (2016). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. 4th ed. The Guilford Press.

- Muchran, M., Khairudin, N. S., Arizah, A., Rayyani, W. O., Soraya, Z., & Irwan, A. (2023). Integration of the UTAUT2 Model and Awareness of Cybercrime as the Moderating Variable of Cashless Adoption in Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics*, 13(3), 304-321.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. 3rd ed. McGraw-Hill.
- Pimenntel, J. L. (2010). A note on the usage of the usage of Likert Scaling for research data analysis. *USM R & D*, 18(2), 109-112.
- Quintero, J., Karaseva, V., Gassmann, F., & Benenson, Z. (2023). User Acceptance Factors of Usage-Based Insurance. *Advances in Intelligent Traffic and Transportation Systems*, 137-147.
- Statista. (2024). *Interest in travel insurance on demand in the U.S. 2018, by age*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/949942/travel-insurance-on-demand-age-usa/>.
- Thong, J. Y. L., Hong, S.-J., & Tam, K. Y. (2006). The effects of post-adoption beliefs on the expectation-confirmation model for information technology continuance. *International Journal of Human-Computer Studies*, 64(9), 799-810.
- United Nations World Tourism Organization. (2024). *Education and diversification recognized as key to future of tourism in Asia and the Pacific*. Retrieved from <https://www.unwto.org/news/education-and-diversification-recognized-as-key-to-future-of-tourism-in-asia-and-the-pacific>.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2026 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).