อิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

เพชรี เคณาภูมิ[1]

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ตามปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาทัศนคติและความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร 3) ศึกษาอิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ใช้หรือเคยใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์แปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและผู้มีบัตรเครดิต/ไม่มีบัตรเครดิตที่แตกต่างกันมีความตั้งใจใช้งานกระเป๋าอิเล็คทรอนิกส์ (e-Wallet) ที่แตกต่างกัน 2) ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นทัศนคติด้านความเข้าใจ ด้านพฤติกรรมและด้านความรู้สึกอยู่ในระดับดีมาก ความตั้งใจที่จะใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็คทรอนิกส์ (e-wallet) ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก 3) องค์ประกอบทัศนคติมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยองค์ประกอบทัศนคติทางด้านพฤติกรรมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) สูงสุด รองลงมาคือองค์ประกอบทัศนคติทางด้านความเข้าใจ

คำสำคัญ: องค์ประกอบทัศนคติ ความตั้งใจใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

---

[1]นักศึกษาโครงการพิเศษ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (IT-Smart Program) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บทนำ

ระบบเศรษฐกิจทั่วโลกต่างกำลังมุ่งเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless society) อย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว ขณะที่ประเทศไทยกำลังอยู่ในขั้นของการเปลี่ยนผ่านหรือกระบวนการก้าวไปสู่สังคมไร้เงินสด (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560) ในช่วงปลายปี 2558 ทางภาครัฐได้ผลักดันแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ หรือ National e-Payment โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย ได้มาตรฐานสากล ต้นทุนต่ำ รองรับธุรกรรมการชำระเงินของประชาชน ภาครัฐและเอกชน (อนุชิต ศิริรัชนีกร, 2562) โดยภาครัฐได้นำร่องการพัฒนาระบบพร้อมเพย์ (Promtpay) ซึ่งเป็นหนึ่งในโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์และเป็นโครงการที่จะมาสร้างประสบการณ์ใหม่ในการทำธุรกรรมทางการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ รองรับการเป็นสังคมไร้เงินสดของไทยในอนาคต อีกทั้งยังมีปัจจัยที่ช่วยหนุน ได้แก่ กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) และ Fin Tech ที่ทำให้เห็นความเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยอย่างชัดเจนตามการเติบโตของเทคโนโลยีและสมาร์ทโฟน

กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) หรือ Mobile wallet เป็นกระเป๋าเงินดิจิทัลที่อยู่บนโทรศัพท์มือถือ ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถใช้แทนเงินสดในการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน โดยผู้ใช้บริการต้องจ่ายเงินล่วงหน้าให้แก่ผู้ให้บริการก่อน จากนั้นผู้ใช้บริการก็จะได้รับ e-Money โดยมีมูลค่าเท่ากับเงินที่จ่ายก่อนหน้า ในการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านแอปพลิเคชัน (บทความ : Payment System Insight, ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2556) จากการสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2561 ของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปทั้งสิ้นจำนวน 63.3 ล้านคน พบว่า มีโทรศัพท์มือถือร้อยละ 89.6 แบ่งเป็นโทรศัพท์มือถือ Smart Phone ร้อยละ 69.6 และ Feature Phone ร้อยละ 24.9 ตามลำดับ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2561) จากจำนวนผู้ใช้สมาร์ทโฟนที่มีมาก อีกทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคที่นิยมพกเงินสดน้อยลง รวมถึงความต้องการซื้อสินค้าออนไลน์หรือซื้อแอปพลิเคชันแต่ไม่มีบัตรเครดิตหรือไม่อยากผูกบัญชีกับบัตรเครดิต ทำให้กระแสของ e-Wallet มามีบทบาทในการชำระเงินที่ให้ความสะดวกสบาย รวดเร็วและมีประสิทธิภาพแทนการใช้เงินสดหรือบัตรเครดิตในอนาคต แต่จากการสำรวจข้อมูลที่เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจและพฤติกรรมการใช้ e-Payment ของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่าคนไทยที่ใช้ e-Payment มีเพียง 17% ของประชากรทั้งหมด

ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) จึงได้ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของทัศนคติต่อความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ นำไปเป็นแนวทางการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ตามปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาทัศนคติและความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์

1. การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) หมายถึง กระบวนการชำระเงินระหว่างผู้จ่าย/ผู้โอนเงินที่เกิดขึ้นผ่านสื่อและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ

2. เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) บนโทรศัพท์มือถือ หรือกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) หรือ Mobile wallet หมายถึง สื่อการชำระเงินในรูปแบบแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ซึ่งมีมูลค่าเงินอิเล็กทรอนิกส์บันทึกอยู่ในแอปพลิเคชัน ก่อนเริ่มใช้งานผู้ใช้บริการจะต้องมีการลงทะเบียนข้อมูลบนแอปพลิเคชันกับผู้ให้บริการก่อน รวมถึงต้องทำการเติมเงินเข้าไปในแอปพลิเคชันหรือทำการเชื่อมต่อเข้ากับบัญชีธนาคาร บัตรเครดิต บัตรเดบิต จากนั้นสามารถใช้แทนเงินสดในการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการ ตามร้านค้าที่กำหนดหรือร้านค้าออนไลน์

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา งานวิจัยนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติและความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ภายใต้โมเดลองค์ประกอบทัศนคติ (Attitude Components) ตามทฤษฎีของ Rosenberg & Hovland, 1960 สามารถกำหนดตัวแปรได้ดังนี้

ตัวแปรต้น ได้แก่ ประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย (1)เพศ (2)อายุ (3)ระดับการศึกษาสูงสุด (4)อาชีพ (5)รายได้เฉลี่ยต่อเดือน(6)พฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้มีบัตรเครดิต/ไม่มีบัตรเครดิต

องค์ประกอบทัศนคติ ประกอบด้วย (1)องค์ประกอบด้านความเข้าใจ (Cognitive Component) (2)องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) (3)องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component)

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) (Intention to use e-Wallet)

ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ใช้หรือเคยใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet)

ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยครั้งนี้เริ่มทำการศึกษาข้อมูลและเรียบเรียงข้อมูล ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2562 จนถึง เดือนกันยายน พ.ศ.2562 รวมระยะเวลาจัดทำ 2 เดือน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบทัศนคติ ทัศนคติ คือ ความโน้มเอียงส่วนบุคคลที่จะโต้ตอบในความชอบหรือไม่ชอบ วัตถุ บุคคล กิจกรรมและอื่นๆ ในการแบ่งแยกตามแง่มุมส่วนบุคคล (Ajzen,1989) ซึ่งองค์ประกอบของทัศนคติสามารถ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนได้แก่ (1) ด้านความรู้สึก (Affective Component) (2) ด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) (3) ด้านความคิดความเข้าใจ (Cognitive Component) ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านนี้ เรียกว่า Tripartite model (Breakler, 1984) นั่นเอง ตั้งแต่ปี 1960 เป็นต้นมา นักวิจัยต่างให้ความสำคัญกับองค์ประกอบของทัศนคติ ว่ามีบทบาทสำคัญในทฤษฎีทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Rosenberg et al. 1960) โดย Ajzen (1989) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่าองค์ประกอบของทัศนคติที่ประกอบด้วยปัจจัยทั้ง 3 ด้านนั้น ไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นพร้อมกันทั้งหมด สามารถเกิดขึ้นโดยแยกขาดจากกันได้ ทั้งนี้ Breakler (1984) ระบุว่าปัจจัยกระตุ้นให้เกิดทัศนคติ จะเกิดขึ้นแตกต่างกัน ได้แก่ ความเฉพาะบุคคล ปัจจัยด้านสังคม กลุ่มสังคมและจุดประสงค์อย่างใด อย่างนึง เป็นต้น

องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affect Component) ของแต่ละบุคคลซึ่งเป็นความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งต่างๆรอบตัว โดยปฏิกิริยาตอบสนองด้านความรู้สึก มี 2 รูปแบบ (1) ตอบสนองในรูปแบบของคำพูด (Verbal) ได้แก่ การพูดสื่อสารเพื่อแสดงออกด้านความรู้สึกต่อทัศนคติที่มีต่อสิ่งนั้นๆ (2) ตอบสนองในรูปแบบที่ไม่ใช่คำพูด (Nonverbal) ได้แก่ ความรู้สึกที่แสดงออกมาในรูปแบบกายภาพภายใต้ทัศนคติที่มีต่อสิ่งนั้นๆ (Ajzen, 1989)

องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavior Component) หมายถึง พฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่ผ่านมาในอดีต ปัจจุบันและแนวโน้มที่จะทำในอนาคต ทั้งนี้ซึ่งปฏิกิริยาตอบสนองด้านพฤติกรรม มี 2 รูปแบบ (1) ตอบสนองในรูปแบบของคำพูด (Verbal) ได้แก่ แนวโน้มเชิงพฤติกรรมที่น่าจะแสดงออกมา (2) ตอบสนองในรูปแบบที่ไม่ใช่คำพูด (Nonverbal) ได้แก่ แสดงพฤติกรรมออกมาอย่างเด่นชัดภายใต้ทัศนคติที่มี (Ajzen, 1989)

องค์ประกอบด้านความเข้าใจ (Cognitive Component) ของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับความรู้ที่มีและความเชื่อส่วนบุคคล ส่งผลต่อการแยกแยะความแตกต่างและทัศนคติที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ โดยปฏิกิริยาตอบสนองด้านความรู้สึก มี 2 รูปแบบ (1) ตอบสนองในรูปแบบของคำพูด (Verbal) ได้แก่ การแสดงออกทางความคิดของตัวเองภายใต้ทัศนคติส่วนบุคคล (2) ตอบสนองในรูปแบบที่ไม่ใช่คำพูด (Nonverbal) ได้แก่ การตอบสนองจากการรับรู้สิ่งต่าง ๆ (Ajzen, 1989)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจในการใช้บริการ ความตั้งใจในการใช้บริการ (Intention to use) ในงานวิจัยนี้อ้างอิงทฤษฎีแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน หรือ Theory of planned behavior-TPB ของ Mathieson (1991) ซึ่งพัฒนาจากทฤษฎี หรือ Theory of reasoned Action-TRA ของ Fishbein and Ajzen (1975) เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคมเพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมมนุษย์

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) ประกอบด้วยปัจจัย 3 ด้าน (1) ทัศนคติ (2) บรรทัดฐาน/ค่านิยมของคนในสังคม (3) ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อเจตนาแสดงพฤติกรรมหรือความตั้งใจในการใช้บริการซึ่งมีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมของแต่ละบุคคล พรพรรณ พันธ์แจ่ม (2560, หน้า 8) กล่าวถึงทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นส่วนหนึ่งของทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action) ของ (Ajzen & Fishbein, 1980) พัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้อธิบายพฤติกรรมที่อยู่ใน การควบคุมของบุคคลอย่างเต็มที่ (Volitional control) กล่าวคือ บุคคลไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมของตัวเองได้จากเหตุผลเพียงอย่างเดียว ทฤษฎีนี้เป็นการทำนายการกระทำหรือพฤติกรรมของมนุษย์ โดยใช้ความตั้งใจ (Intention) เป็นเกณฑ์ในการตัดสินว่าจะกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น เวลา เงิน ทักษะต่าง ๆ รวมไปถึงความร่วมมือจากผู้อื่น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปภาวี เนตรอรุณ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติและการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคกลุ่ม Generation X และ Y ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อทัศนคติและการใช้บริการ e-Wallet โดยทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่ เป็นผู้บริโภคกลุ่ม Generation X และ Y ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่เคยใช้บริการกระเป๋า เงินอิเล็กทรอนิกส์จำนวน 172 ตัวอย่าง จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงจำนวนใกล้เคียงกัน โดยมีช่วงอายุเฉลี่ย ระหว่าง 19-39 ปี (Generation X) ร้อยละ 52.91 และช่วงอายุเฉลี่ย 40-54 ปี (Generation Y) ร้อยละ 47.09 ซึ่งระดับ การศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเป็นส่วนใหญ่และรายได้เฉลี่ยมีความหลากหลาย พฤติกรรมการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่นิยมใช้บริการ e-Wallet จากผู้ให้บริการ TrueMoney Wallet เป็นอันดับที่ 1 รองลงมาคือ Rabbit Line Pay และ AirPay ตามลำดับ นิยมใช้บริการ e-Wallet เพื่อซื้อของที่ 7-Eleven เป็นอันดับ 1 สำหรับสาเหตุที่ทำให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการ ชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-Wallet มากที่สุด คือ ใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว และใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดย ความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่มากกว่า 10 ครั้งต่อเดือนและใช้เวลาในการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-Wallet น้อยกว่า 5 นาที ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ e-Wallet เฉลี่ยต่อครั้ง ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท

นอกจากนี้ยังพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ส่งผลทางตรงต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์และยังส่งผลทางอ้อมต่อการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ หากผู้บริโภคมี ความเชื่อ ความคิดเห็น และความคาดหวังที่ดีต่อการใช้บริการกระเป๋าเงิน

อิเล็กทรอนิกส์และทราบถึงผลที่จะได้รับจาก การใช้บริการ จะทำให้เกิดการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

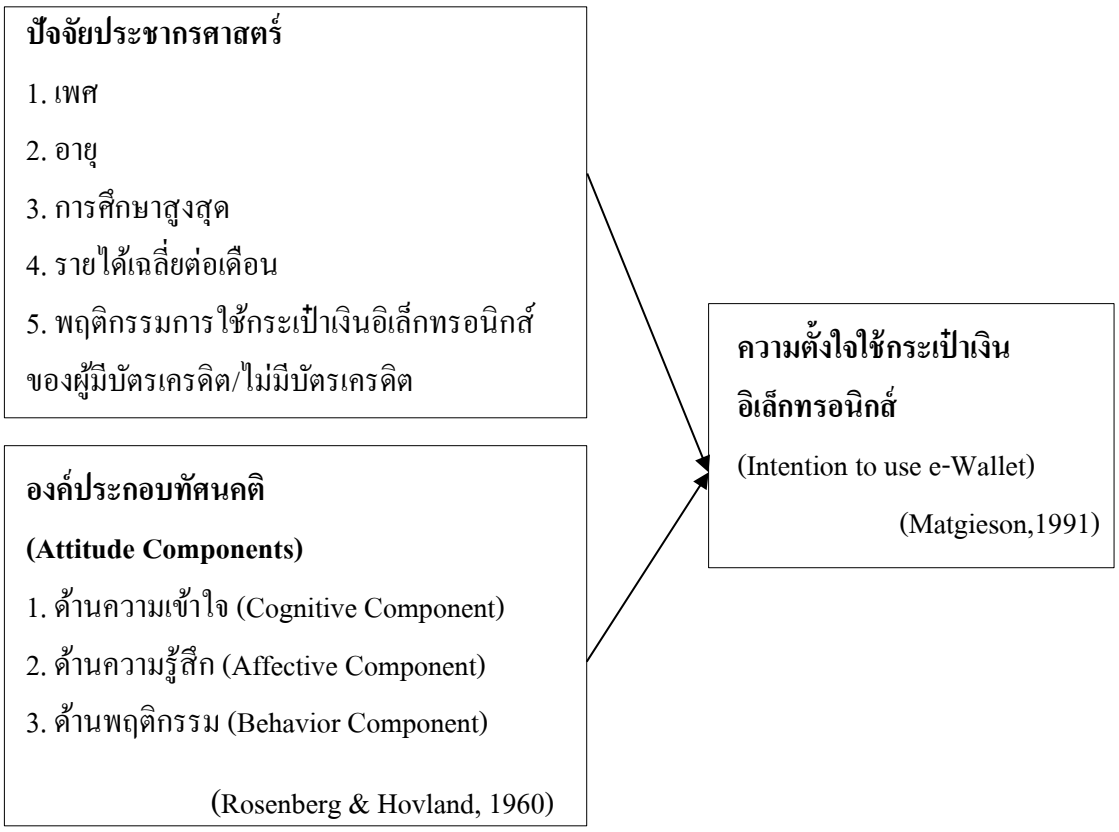
นุชนาฏ สุทธิวงษ์ (2562) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจเลือกใช้บริการการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตั้งใจเลือกใช้บริการการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ในกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมที่มีผลต่อการตั้งใจเลือกใช้บริการการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเงินอิเล็กทรอนิกส์(e-Money) ในกรุงเทพมหานคร (3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจเลือกใช้บริการ การชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ในกรุงเทพมหานคร (4) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจเลือกใช้บริการการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ในกรุงเทพมหานคร จากวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุช่วง 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญา มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาทต่อเดือน นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านรายได้และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตั้งใจเลือกใช้บริการการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน พฤติกรรมการใช้งานของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการด้านธุรกรรมทางการเงินมากที่สุด สถานที่ใช้บริการคือบ้าน ความถี่ในการใช้ บริการคือ 2-5 ครั้งต่อเดือน โดยช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุดคือ 12.01-18.00 น. จำนวนเงินชำระค่าบริการระหว่าง 500-1,000 บาทต่อครั้ง ผลการศึกษาพบว่าด้านความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการตั้งใจเลือกใช้บริการการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ในกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจเลือกใช้บริการการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) พบว่าปัจจัยด้านทัศนคติมีอิทธิพลต่อการตั้งใจเลือกใช้บริการการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) มากที่สุด

สมมติฐานการวิจัย

1.ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

2.ทัศนคติมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ระเบียบวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรที่ใช้ศึกษาในการวิจัยนี้คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ใช้หรือเคยใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ซึ่งไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรการคำนวณของคอแครน (Cochran) โดยกำหนดให้ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง ผู้วิจัยจะต้องได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสม ดังนั้นการแจกแบบสอบถามจึงจำเป็นต้องใช้แบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด เพื่อป้องกันการคลาดเคลื่อนของประชากรกลุ่มตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) โดยการใช้เขตพื้นที่การปกครองในการกำหนดจำนวนตัวอย่าง ขั้นตอนที่ 2 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับสลากเขต ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควต้า (Quota Random Sampling) โดยใช้วิธีการทำค่าเฉลี่ยหารเท่าของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ขั้นตอนที่ 4 ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามเพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่ให้ความร่วมมือ ตามกลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ใช้หรือเคยใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) โดยแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อให้ได้ครบตามวัตถุประสงค์และเงื่อนไขที่ได้กำหนด

ผลการวิจัย

จากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้งหมด 400 ตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.25 มีอายุ 31-40 ปีจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 มีบัตรเครดิต จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 78.00 ใช้บัตรเครดิตอยู่ จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 97.47 ใช้/เคยใช้ TrueMoney Wallet จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 ใช้กระเป๋าเงินอิเล็คทรอนิกส์ (e-Wallet) ทุกสัปดาห์ จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ใช้กระเป๋าเงินอิเล็คทรอนิกส์ (e-Wallet) ชำระค่าสินค้า/บริการที่ ร้านค้า/บริการ online จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.25 ใช้กระเป๋าเงินอิเล็คทรอนิกส์ (e-Wallet) ชำระสินค้า/บริการ ประเภทอาหาร/เครื่องดื่ม จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 ชำระสินค้า/บริการเฉลี่ยต่อครั้ง 100-500 บาท จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50

ความคิดเห็นด้านทัศนคติต่อความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็คทรอนิกส์ (e-Wallet) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ทัศนคติทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 3.90) (S.D = 0.666) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่าด้านความเข้าใจอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.03 รองลงมาคือด้านความพฤติกรรมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 3.87 และด้านความรู้สึกอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 3.80

ความคิดเห็นต่อความตั้งใจที่จะใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็คทรอนิกส์ (e-Wallet) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าความตั้งใจที่จะใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็คทรอนิกส์ (e-wallet) ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.09) (S.D = 0.870)

การทดสอบสมมติฐาน 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ด้วยการวิเคราะห์ One-way ANOVA ดังแสดงผลในตาราง 1

ตาราง 1 *การวิเคราะห์ความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์*

ปัจจัยประชากรศาสตร์	F	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
เพศ	4.071	0.000*	แตกต่างกัน
อายุ	3.698	0.006*	แตกต่างกัน
ระดับการศึกษา	0.672	0.511	ไม่แตกต่างกัน
อาชีพ	5.610	0.000*	แตกต่างกัน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	2.857	0.023*	แตกต่างกัน
ผู้ที่มี/ไม่มีบัตรเครดิต	2.756	0.006*	แตกต่างกัน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 เป็นการเปรียบเทียบความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและผู้มีบัตรเครดิต/ไม่มีบัตรเครดิต ที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ส่งผลต่อความตั้งใจที่ใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet)ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็คทรอนิกส์ (e-Wallet) ที่ไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐาน 2 ทัศนคติมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis ดังแสดงผลในตาราง 2

ตาราง 2 *การวิเคราะห์สมการถดถอยของทัศนคติต่อความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร*

องค์ประกอบทัศนคติ	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.705	.214		3.286	.001*
ด้านความเข้าใจ (X_1)	0.361	0.840	0.244	4.294	.000*
ด้านความรู้สึก (X_2)	-0.103	0.076	0.086	1.358	.175
ด้านพฤติกรรม (X_3)	0.599	0.066	0.584	9.098	.000*
R^2 = 0.511 SEE = 0.611 F =137.741 Sig = .000*					

จากตาราง 2 ทัศนคติสามารถทำนายค่าการเปลี่ยนแปลงความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ได้เท่ากับร้อยละ 51.10 (R^2 = 51.10) และสมการวิเคราะห์การถดถอยพหุนี้ องค์ประกอบของทัศนคติอย่างน้อย 1 ตัวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ขององค์ประกอบทั้ง 3 ตัวพบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนำไปเขียนเป็นสมการถดถอยได้ดังนี้

$$Y_T = 0.705 + (0.361X_1) + (0.599X_3)$$

จากสมการข้างต้น จะสรุปได้ว่า องค์ประกอบทัศนคติมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) โดยรวม กรณีของผู้ใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยถ้ากำหนดให้องค์ประกอบของทัศนคติด้านความเข้าใจและด้านพฤติกรรม เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) เพิ่มขึ้น 0.361 และ 0.599 หน่วย

ตามลำดับ โดยให้ตัวแปรอื่น ๆ คงที่ ทั้งนี้ องค์ประกอบทัศนคติด้านความรู้สึก ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet)

อภิปรายผล

งานวิจัยเรื่อง อิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็คทรอนิกส์ (e-Wallet) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร อภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท มีบัตรเครดิต ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีและอาจจะมีความคาดหวัง ต้องการความสะดวก รวดเร็วในการดำเนินชีวิต สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและการใช้ชีวิตประจำวันให้ดีขึ้นได้ โดยสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิชญา วัฒนะศิริพล (2561) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) และผลกระทบต่อแนวทางการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีก กรณีศึกษา ผู้ให้บริการเอกชนที่มิใช่สถาบันการเงิน ที่พบว่า กลุ่มผู้บริโภคอายุ 31-40 ปีเป็นกลุ่มที่มีการใช้งาน e-Wallet มากที่สุด เนื่องจากเติบโตมากับเทคโนโลยีนี้กว่า 10 ปีและมีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีนี้เป็นอย่างดี ประกอบกับเป็นกลุ่มวัยที่มีกำลังซื้อสูง ในขณะที่ผู้ให้บริการ e-Wallet หลายรายกำลังจับกลุ่มลูกค้าในกลุ่มอายุ 23-30 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งจากผลวิจัยทางสถิติพบว่าเป็นกลุ่มที่ใช้ e-Wallet น้อยกว่าและกำลังซื้อต่ำกว่าเมื่อเทียบกับกลุ่มอายุ 31-40 ปี

จากผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านทัศนคติต่อความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็คทรอนิกส์ (e-Wallet) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ทัศนคติอยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณาตามทัศนคติแต่ละด้าน พบว่าทัศนคติด้านความเข้าใจอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนด้านที่น้อยที่สุดคือด้านความรู้สึก จากข้อมูลทำให้ทราบว่า ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการมีความคิด ความเข้าใจว่าการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ทำให้ผู้ใช้บริการเริ่มคิดว่ามีประโยชน์และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ชีวิตประจำวัน จึงทำให้เกิดการใช้งานมากยิ่งขึ้น เมื่อตนเองคิดว่าความรู้ความเข้าใจจากประสบการณ์ใช้งานของตนเองแล้วก็อยากจะแนะนำให้ผู้อื่นได้ใช้งานด้วย จนอาจจะมองข้ามความรู้สึกที่ไม่พึงพอใจต่อข้อบกพร่องหรือความยุ่งยากของการใช้งาน ผู้ให้บริการจึงควรต้องพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีความง่ายต่อการใช้งาน ไม่ยุ่งยากซับซ้อน สอดคล้องกับ ปภาวี เนตรอรณุ (2562) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติและการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้บริโภคกลุ่ม Generation X และ Y ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้กล่าวว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ส่งผลทางตรงต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์และยังส่งผลทางอ้อมต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้หากผู้บริโภคมีความเชื่อ ความคิดเห็นและความคาดหวังที่ดีต่อการใช้

กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์และทราบถึงผลที่จะได้รับจากการใช้บริการ จะทำให้เกิดการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

จากผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อความตั้งใจที่จะใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็คทรอนิกส์ (e-Wallet) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าความตั้งใจที่จะใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็คทรอนิกส์ (e-wallet) ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก เมื่อผู้ใช้บริการเกิดประสบการณ์การใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ดี เกิดความพึงพอใจและความรู้สึกที่ดีก็ส่งผลให้เกิดแนวโน้มของพฤติกรรมการใช้งานที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทัศนคติต่อการกระทำพฤติกรรม (Attitude toward Behavior: AB) ของ Ajzen& Fishbein (1980) ที่ได้กล่าวถึง หากบุคคลมีทัศนคติ ทางบวกต่อการกระทำนั้นมากเท่าใด บุคคลจะมีความตั้งใจแน่วแน่ในการกระทำนั้นมากตามไปด้วย

จากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความตั้งใจใช้งานกระเป๋าอิเล็คทรอนิกส์ (e-Wallet) ที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จากข้อมูลพบว่า ผู้ใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็คทรอนิกส์ (e-Wallet) ที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็คทรอนิกส์ (e-wallet) ที่แตกต่างกัน โดยสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นุชนาฏ สุทธิวงษ์ (2562) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจเลือกใช้บริการการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัยด้านรายได้และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตั้งใจเลือกใช้บริการการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน แต่ไม่สอดคล้องกับ เพศ อายุ ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตั้งใจเลือกใช้บริการการ ชำระะเงินผ่านแอปพลิเคชันเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ในกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิเคราะห์ทัศนคติมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ในภาพรวมของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าองค์ประกอบทัศนคติในด้านความเข้าใจและด้านพฤติกรรมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) เนื่องจากการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ของลูกค้าบางกลุ่มจะยังมีความรู้สึกว่ารู้สึกกลัวการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) เนื่องจากความปลอดภัยทางด้านข้อมูล ไม่พึงพอใจกับประสบการณ์ใช้งาน รู้สึกยุ่งยากกับการใช้งาน หากมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) หลังจากที่ผู้ใช้บริการได้รู้สึกว่าการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) มีประโยชน์ต่อตนเองและสังคม ก็จะส่งผลให้เกิดการบอกต่อหรือแนะนำแก่บุคคลอื่น รวมถึงในอนาคตเกิดเป็นพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น บ่อยครั้งมากยิ่งขึ้น โดยสอดคล้องกับ การศึกษาของ Alfalia Citra Ayudya & Amin Wibowo (2018) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความตั้งใจที่จะใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) โดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน(TPB) และความเชื่ออำนาจในการควบคุม (LOC) พบว่า ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมและการควบคุมพฤติกรรมการรับรู้มีผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money)

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็คทรอนิกส์ (e-Wallet) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. จากการศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็คทรอนิกส์ (e-Wallet) พบว่า ปัจจัยด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มี/ไม่มีบัตรเครดิต มีความสำคัญต่อความตั้งใจที่จะใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็คทรอนิกส์ (e-Wallet) หากผู้ประกอบการหรือนักพัฒนาสามารถนำข้อมูลลักษณะของกลุ่มผู้ใช้บริการและพฤติกรรมการใช้งานไปประเมินเพื่อพัฒนากลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ส่งเสริมด้านการสื่อสารประโยชน์ ทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ มากยิ่งขึ้น จะทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อความตั้งใจใช้งานและอาจส่งผลดีในการบอกต่อไปยังผู้อื่นให้ใช้งานด้วยได้

2.จากการศึกษาความคิดเห็นต่อความตั้งใจที่จะใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็คทรอนิกส์ (e-Wallet) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าด้านความตั้งใจที่จะใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็คทรอนิกส์ (e-Wallet) ในข้อหากเลือกได้ จะเลือกชำระค่าสินค้า/บริการผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับดีมาก ซึ่งมีผลต่อความตั้งใจใช้งานกระเป๋าอิเล็คทรอนิกส์มากที่สุด ดังนั้นผู้วิจัยขอเสนอแนะว่าให้ผู้ประกอบการ ควรเพิ่มเครื่องรับชำระที่ร้านค้ามากยิ่งขึ้นเพื่อให้ผู้ใช้บริการมีโอกาสในการเลือกชำระ ควรเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการเกิดการรับรู้ถึงวิธีการใช้งาน ขั้นตอนการใช้งาน รวมถึงสิทธิประโยชน์ที่ผู้ใช้บริการจะได้รับในทันทีที่มีการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านกระเป๋าเงินอิเล็คทรอนิกส์ (e-Wallet) อีกทั้งกำหนดกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดเพื่อเป็นการกระตุ้นให้มีการใช้งานเพิ่มมากขึ้น เช่น การสะสมแต้ม หากครบยอดที่กำหนดจะได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ

3. จากการศึกษาพบว่า ทัศคติในด้านความเข้าใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ในภาพรวมของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด ดังนั้นผู้วิจัยขอเสนอแนะว่า ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเตอร์เน็ต ใบปลิว เป็นต้น ทำความเข้าใจกับผู้บริโภคว่าการใช้กระเป๋าเงินอิเล็คทรอนิกส์นั้นมีขั้นตอนไม่ยุ่งยาก สะดวกสบาย ใช้งานง่าย ปลอดภัย น่าเชื่อถือและยังสามารถตรวจสอบได้ เนื่องจากกระเป๋าเงินอิเล็คทรอนิกส์ผู้พัฒนาได้ออกแบบมาเป็นอย่างดี ก็จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็คทรอนิกส์ (e-Wallet) เพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

การสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2561 (ไตรมาส1) ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2562, จาก http://www.nso.go.th/

เครดิต สวิส เผยพฤติกรรมการบริโภคประชาชนในตลาดเกิดใหม่เปลี่ยน รับเทรนด์ไอทีมากขึ้น. (2562) ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2562, จาก https://mgronline.com/stockmarket/detail/9620000046458

เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2557) ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2562, จาก https://www.1213.or.th/th/serviceunderbot/payment/Pages/e-money.aspx

ชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์และณรงค์ เทียนส่ง (2521) หน้าที่ 2 : ประชากรศาสตร์และประชากรศึกษา , กรุงเทพมหานคร,ไทยวัฒนาพานิช

ชยาภรณ์ กิติสิทธิชัย (2559) ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ในการซื้อ สินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร.มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ธปท. เปิดต้นทุน “ใช้เงินสด” แพงกว่า “e-Payment” 3 เท่า – ชี้เสียต้นทุนผลิต – ขนส่งปีละ 50,000 ล้านบาท. *(2561)* ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2562, จาก https://thaipublica.org/2018/10/bot-symposium-2018-05/

ธุรกรรมภาพรวมระบบการชำระเงิน. (2562) ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2562, จาก https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/Pages/StatPaymentTransactions.aspx

นุชนาฏ สุทธิวงษ์ (2562) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดใจเลือกใช้บริการการชำระเงินผ่านแอพพลิเคชัน เงินอิเล็กทรอนิกส์(e-Money) ในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยสยาม

นนทกร เทิดทูลทวีเดช, (2559). Cashless Society: เตรียมพร้อมเข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างเต็มรูปแบบ เผยแพร่ในนิตยสารการเงินธนาคาร ฉบับเดือนสิงหาคม 2016. ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2562, จากhttps://www.scbeic.com/th/detail/product/2602)

ปภาวี เนตรอรุณ (2562) ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติและการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคกลุ่ม Generation X และ Y ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารระบบสารสนเทศด้านธุรกิจ (JISB) ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 เดือน เมษายน – มิถุนายน 2562 หน้า 6

พรพรรณ พันธ์แจ่ม (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม. มหาวิทยาลัยศิลปากร

พิชญา วัฒนะศิริพล (2561). พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-WALLET) และผลกระทบต่อแนวทางการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีก กรณีศึกษา ผู้ให้บริการเอกชนที่มิใช่สถาบันการเงิน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รายงานผลการพัฒนาประเทศในรอบ 5 ปี (พ.ศ. 2557 – พ.ศ. 2561), ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2562, จาก https://www.nesdb.go.th/ewt_news.php?nid=8639&filename=index

รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561 ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2562, จาก https://www.etda.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-profile- 2018.html

ระบบชำระเงินดิจิทัล ตัวช่วย SME ทำเงิน ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, (2560) ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2562, จาก https://kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Pages/Digital-Payment_SME-Helper.aspx

รายงานระบบชำระเงิน 2557 ธนาคารแห่งประเทศไทย, ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2562,จาก https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/PS_Annually_Report/AnnualReport/Payment_2014_T.pdf

วัชรากร ร่วมรักษ์ (2560)" Mobile Wallet" กระเป๋าเงินดิจิตัล ในยุคสังคมไร้เงินสด. ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจและเศรษฐกิจฐานราก ธนาคารออมสิน ฉบับเดือนกรกฎาคม 2560 ค้นเมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2562 จาก https://www.gsb.or.th/getattachment/85a5a736-11ff-4bc8-869e-95cb355395fa/11IN_hotissue_Mobile-Wallet_detail.aspx

อนุชิต ศิริรัชนีกร (2562) ฝ่ายนโยบายระบบการชำระเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย "National e-Payment: พลิกโฉมประเทศไทย สู่การใช้ digital payment" ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2562, จาก

https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_24Jan2019.aspx

Payment Systems Insight ไตรมาสที่ 2 ปี 2556 ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2562, จาก https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/PS_Quarterly_Report/Payment%20Systems%20Insight/PS_%20Insight_2013Q2.pdf

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting social behaviour.

Ajzen, Icek. (1989). Attitude structure and function : Attitude Structure and behavior. The 3rd Ohio state University. Volume on Attitude and Persuasion. P.241 – 274. Lawrence Erlbaum Associates Publisher. Hillsdale, New Jersey. Hove and London

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational behavior and human decision processes, 50(2), 179-211.

Breakler, Steven. (1984). Empirical Validation of Affect, Behavior, and Cognition as Distinct Components of Attitude . Journal of Personality and Social Psychology . 1984. Vol. 47. No 6. P.1191-1205

Icek Ajzen and B. L. Driver. (1992). Application of the Theory of Planned Behavior to Leisure Choice, Journal of Leisure Research, 24:3, 207-224, DOI: 10.1080/00222216.1992.11969889

Pavlou, P., & Fygenson, M. (2006). Understanding and Predicting Electronic Commerce Adoption: An Extension of the Theory of Planned Behavior. MIS Quarterly, 30(1), 115-143. doi:10.2307/25148720