



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล
FACTORS INFLUENCING THE DECISION OF USING DIGITAL
CURRENCIES



ธนากร มิศิริ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

FACTORS INFLUENCING THE DECISION OF USING DIGITAL
CURRENCIES

TANAKORN MISIRI



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE
REQUIREMENT FOR THE MASTER DEGREE OF BUSINESS
ADMINISTRATION PROGRAM
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY KRUNGTHEP
ACADEMIC YEAR 2023
COPYRIGHT OF RAJAMANGALA UNIVERSITY
OF TECHNOLOGY KRUNGTHEP

| | |
|-----------------------------|---|
| ชื่อวิทยานิพนธ์ | ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล |
| โดย | ธนากร มิศิริ |
| สาขา | - |
| อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ |

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ อนุมัติให้วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรชัย อินทสังข์)

..... กรรมการ
(ดร.ปรมินทร์ โฆษิตกุลพร)

..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ)

| | |
|----------------|--|
| Thesis | Factors Influencing the Decision of Using Digital Currencies |
| Author | Tanakorn Misiri |
| Major | - |
| Advisor | Assistant Professor Dr. Rujipas Potongsangarun |

Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Krungthep approved this thesis as partial fulfillment of the requirement for the master degree of Business Administration.

..... Dean of Faculty of Business Administration
(Assistant Professor Dr. Kittipong Sophonthummapharn)

Examination Committee

..... Examination Committee Chairperson
(Assistant Professor Dr. Chatchai Inthasang)

..... Committee
(Dr.Paramin Khositkulporn)

..... Committee and Advisor
(Assistant Professor Dr. Rujipas Potongsangarun)

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความเมตตาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจิภาส โปธิ์ทองแสงอรุณ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่สละเวลาให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ ตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะในการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการทำวิจัย นับตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งการดำเนินวิจัยจนเสร็จสิ้นเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงในความกรุณาของอาจารย์ไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรชัย อินทสังข์ ประธานสอบ และ ดร.ปรมินทร์ โฆษิตกุลพร กรรมการสอบที่ให้การแนะนำ ช่วยเหลือ เสนอแนะต่าง ๆ เพื่อใช้ปรับปรุงข้อบกพร่องอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งกับผู้วิจัย ขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ช่วยประสิทธิประสาทวิชาแก่ผู้วิจัย ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณครอบครัวที่เป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา คุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยานิพนธ์นี้ผู้วิจัยขอมอบแด่คณาจารย์ผู้ประสิทธิประสาทวิชาและทุกท่านที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้

ธนากร มิศิริ



| | |
|------------------|---|
| วิทยานิพนธ์ | ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล |
| โดย | ธนากร มิติริ |
| สาขาวิชา | - |
| อาจารย์ที่ปรึกษา | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ |
| ปีการศึกษา | 2566 |

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านความไว้วางใจ ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในความพยายาม ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านมูลค่าตามราคา และการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล 2) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form กลุ่มตัวอย่างคือผู้ที่มีประสบการณ์ สนใจการใช้สกุลเงินดิจิทัล จากกลุ่มผู้ใช้งานออนไลน์ จำนวน 400 ตัวอย่าง ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ จากกลุ่มที่สนใจสกุลเงินดิจิทัล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา และการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล มีระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.72 - 4.05$) (2) ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ อยู่ในระดับมากที่สุด ($R = 0.953$) มีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 90.8 และมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 0.30755 ($SEE = 0.30755$) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัลมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา และปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.329 0.158 0.156 0.123 0.119 และ 0.114 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ความไว้วางใจ อิทธิพลทางสังคม

| | |
|----------------------|--|
| Thesis | Factors Influencing the Decision of Using Digital Currencies |
| Author | Tanakorn Misiri |
| Major | - |
| Advisor | Assistant Professor Dr. Rujipas Potongsangarun |
| Academic Year | 2023 |

Abstract

The objectives of this research were to: 1) study the opinion levels of trust, social influences, efficiency expectation, effort expectancy, facility conditions, marketing value, and the decision of using digital currency and 2) analyze the factors that influence the decision to use cryptocurrencies. The data were gathered through online Google form with 400 samples derived by stratified sampling technique from consumers who have had experience and interested in using digital currency. The data were analyzed through percentage, mean, SD, and multiple regression analysis.

The results revealed that (1) the opinion levels of trust, social influences, efficiency expectation, effort expectancy, facility conditions, marketing value, and the decision of using digital currency very agreeable level ($\bar{x} = 3.72 - 4.05$) (2) The factors of trust, social influences, efficiency expectation, effort expectancy, facility conditions, marketing value had effects on the decision of using digital currency with the statistical significance of correlation, coefficient value at high level ($R=0.953$). The forecasting value was 90.8% with the standard error of forecasting factor at 0.30755 (SEE 0.30755). The factors with the highest influence on the decision of using digital currency was the facility conditions, followed by efficiency expectation effort expectancy trust marketing value and social influences with the regression coefficient at 0.329 0.158 0.156 0.123 0.119 and 0.114 respectively.

Keywords: Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, trust, social influences

สารบัญ

| | หน้า |
|---|-----------|
| กิตติกรรมประกาศ | ก |
| บทคัดย่อ | ข |
| Abstract | ค |
| สารบัญ | ง |
| สารบัญตาราง | ฉ |
| สารบัญภาพ | ณ |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย | 13 |
| 1.3 สมมติฐานงานวิจัย | 13 |
| 1.4 กรอบแนวความคิดและขอบเขตงานวิจัย | 13 |
| 1.5 ขอบเขตงานวิจัย | 15 |
| 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ | 16 |
| 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 16 |
| บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 17 |
| 2.1 แนวคิดและทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT) | 17 |
| 2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจ (Trust) | 21 |
| 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) | 23 |
| 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) | 25 |
| 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) | 27 |
| 2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Condition) | 29 |
| 2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับมูลค่าตามราคา (Price Value) | 31 |
| 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 33 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------------|
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย | 43 |
| 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง | 43 |
| 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย | 45 |
| 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล | 49 |
| 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล | 50 |
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล | 52 |
| 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ | 53 |
| 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมศาสตร์ | 54 |
| 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็น | 61 |
| 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน | 70 |
| บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ | 77 |
| 5.1 สรุปผลการวิจัย | 77 |
| 5.2 อภิปรายผลการวิจัย | 80 |
| 5.3 ข้อเสนอแนะงานวิจัย | 84 |
| บรรณานุกรม | 87 |
| ภาคผนวก | 94 |
| ภาคผนวก ก แบบรับรองการมีจริยธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาการในการทำวิทยานิพนธ์ | 95 |
| ภาคผนวก ข หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญในการประเมินแบบสอบถาม | 98 |
| ภาคผนวก ค แบบสอบถามการวิจัย | 102 |
| ภาคผนวก ง ค่าความสอดคล้องเชิงเนื้อหา (IOC) | 108 |
| ภาคผนวก จ ผลการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม | 111 |
| ภาคผนวก ฉ ผลการเผยแพร่ผลงานวิจัย | 114 |
| ประวัติผู้วิจัย | 116 |

สารบัญตาราง

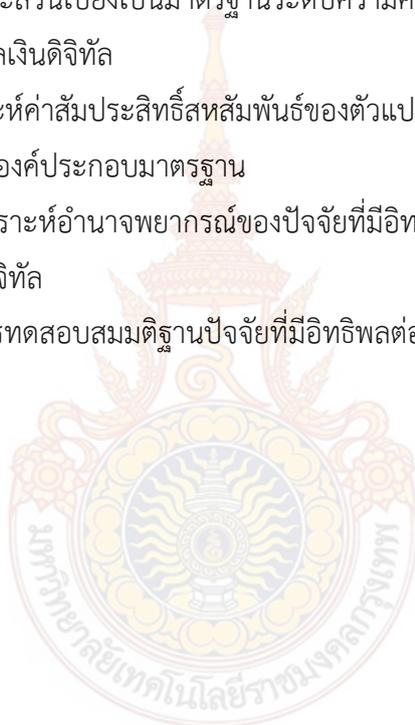
| | หน้า |
|--|------|
| ตารางที่ 1.1 แสดงรายชื่อบริษัทที่ยอมรับการชำระเงินด้วยคริปโทเคอร์เรนซี | 3 |
| ตารางที่ 1.2 ความคืบหน้าของคริปโทเคอร์เรนซี | 5 |
| ตารางที่ 2.1 สรุปแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับการใช้ | 20 |
| ตารางที่ 2.2 สรุปแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจ | 22 |
| ตารางที่ 2.3 สรุปแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม | 24 |
| ตารางที่ 2.4 สรุปแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังในประสิทธิภาพ | 26 |
| ตารางที่ 2.5 สรุปแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังในความพยายาม | 28 |
| ตารางที่ 2.6 สรุปแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก | 30 |
| ตารางที่ 2.7 สรุปแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับมูลค่าตามราคา | 32 |
| ตารางที่ 2.8 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทบทวนวรรณกรรม | 36 |
| ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนสมาชิกของกลุ่มที่สนใจสกุลเงินดิจิทัล | 45 |
| ตารางที่ 3.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น | 49 |
| ตารางที่ 3.3 การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Best (1977) | 51 |
| ตารางที่ 4.1 จำนวนคำร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม | 53 |
| ตารางที่ 4.2 จำนวนและคำร้อยละข้อมูลด้านพฤติกรรมศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม | 54 |
| ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เหตุผลการยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะเหตุใด จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ | 55 |
| ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เหตุผลการยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะเหตุใด จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ | 56 |
| ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เหตุผลการยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะเหตุใด จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ | 56 |
| ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เหตุผลการยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะเหตุใด จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา | 57 |
| ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามว่ารู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้อย่างไร จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ | 58 |
| ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามว่ารู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้อย่างไร จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ | 58 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| | หน้า |
|---|------|
| ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามว่ารู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้อย่างไร จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ | 59 |
| ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามว่ารู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้อย่างไร จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา | 60 |
| ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นในภาพรวมทุกด้าน | 61 |
| ตารางที่ 4.12 ว่างใจ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา ที่มีการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ | 61 |
| ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้าน ความว่างใจ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา ที่มีการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล จำแนก ตามสถานภาพด้านอายุ | 62 |
| ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้าน ความว่างใจ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา ที่มีการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล จำแนก ตามสถานภาพด้านรายได้ | 63 |
| ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้าน ความว่างใจ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา ที่มีการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล จำแนก ตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา | 65 |
| ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านความว่างใจ | 66 |
| ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม | 67 |
| ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านความคาดหวังใน ประสิทธิภาพ | 67 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านความคาดหวังใน ความพยายาม | 68 |
| ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก | 68 |
| ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา | 69 |
| ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านการตัดสินใจยอมรับ การใช้สกุลเงินดิจิทัล | 69 |
| ตารางที่ 4.23 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร | 71 |
| ตารางที่ 4.24 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน | 73 |
| ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์อำนาจพยากรณ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้ สกุลเงินดิจิทัล | 74 |
| ตารางที่ 4.26 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงิน ดิจิทัล | 76 |



สารบัญภาพ

| | หน้า |
|--|------|
| ภาพที่ 1.1 อัตราการเข้าถึงของโซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยมสูงในประเทศไทย | 7 |
| ภาพที่ 1.2 ปริมาณธุรกรรมการซื้อขายรายเดือนของคริปโทเคอร์เรนซีและสเตเบิลคอยน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด 4 อันดับแรกบนแพลตฟอร์มซื้อขายเหรียญดิจิทัล Bitkub ของไทย | 8 |
| ภาพที่ 1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย | 14 |
| ภาพที่ 2.1 แบบจำลองทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT) | 18 |
| ภาพที่ 2.2 แบบจำลองทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT 2) | 19 |
| ภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม | 46 |



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในระบบเศรษฐกิจการเงินแบบเดิม (Centralized finance หรือ CeFi) มีเงินอยู่ 2 ประเภท ได้แก่ (1) เงินที่ออกโดยภาครัฐ คือ public money หรือ fiat money ได้แก่ ธนบัตรและเหรียญกษาปณ์สำหรับประชาชนทั่วไป และบัญชีเงินฝากที่ธนาคารกลางสำหรับธนาคารพาณิชย์ และ (2) เงินที่ออกโดยภาคเอกชน หรือ private money ที่มาต่อยอด เช่น การสร้างเงินฝากของระบบธนาคารพาณิชย์ รวมถึงการสร้าง e-money ที่ผู้ให้บริการ e-money ผูกโยงการออกเงินนี้กับบัญชีเงินฝากธนาคารอีกทอดหนึ่ง เงินทั้งสองรูปแบบนี้หมุนเวียนอยู่ในระบบเศรษฐกิจและช่วยสร้างสมดุลระหว่างบทบาทเงินภาครัฐที่เน้นเสถียรภาพเชิงระบบ กับบทบาทเงินภาคเอกชนที่เน้นนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์หลากหลาย โดยมีระบบธนาคารเป็นตัวกลางที่สำคัญ และมีธนาคารกลางคอยดูแลการเติบโตและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจด้วยการดำเนินนโยบายการเงิน พร้อมทั้งดูแลให้ระบบการเงินมีเสถียรภาพโดยการทำหน้าที่ในฐานะผู้ให้กู้แหล่งสุดท้าย (lender of last resort) เป็นหลังพิงในยามฉุกเฉินเพื่อความมั่นคงของระบบการเงินเสมอ (Boar et al., 2020) อย่างไรก็ตาม พัฒนาการของเทคโนโลยีดิจิทัลนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์ระบบการเงินใหม่ (new financial landscape) โดยเฉพาะการพัฒนาเงินทางเลือกต่าง ๆ (alternative monies) โดยเฉพาะสกุลเงินดิจิทัลทางเลือก เช่น คริปโทเคอร์เรนซีและสเตเบิลคอยน์ และรูปแบบการทำธุรกรรมทางการเงินที่ไม่มีตัวกลาง (Decentralized finance หรือ DeFi) ซึ่งเข้ามามีบทบาทมากขึ้นและตอบสนองความต้องการผู้ใช้งานบางกลุ่มให้ได้รับความสะดวกสบายมากขึ้น เช่น การมี smart contract และมีต้นทุนทางการเงินที่ต่ำลง การถือสกุลเงินดิจิทัลไว้เพื่อซื้อสินค้าหรือชำระค่าบริการก็ได้รับความนิยมมากขึ้น โดยเฉพาะการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล และการใช้บริการฝากกู้ระหว่างกันบนแพลตฟอร์มโดยไม่จำเป็นต้องแลกสกุลเงินดิจิทัลทางเลือกกลับเป็นเงินที่ออกโดยภาครัฐ (fiat money) รูปแบบเดิม ส่งผลให้ fiat money ในรูปแบบเดิมอาจมีบทบาทลดลงในระบบเศรษฐกิจการเงิน (Adrian., & Mancini-Griffoli, 2021) และทำให้ความสมดุลของบทบาทเงินภาครัฐและเงินภาคเอกชนในระบบเศรษฐกิจที่มีอยู่เดิมเสียไป ซึ่งการออกใช้สกุลเงินดิจิทัลของธนาคารกลาง (retail CBDC) จัดว่าเป็นทางเลือกหนึ่งในการรักษาไว้ซึ่งสมดุลระหว่าง fiat money และสกุลเงินดิจิทัลทางเลือก อันจะช่วยบรรเทาผลกระทบต่ออธิปไตยทางการเงิน คือ การเพิ่มประสิทธิภาพและรูปแบบของ public money ให้สอดคล้องกับพัฒนาการของภูมิทัศน์ทางการเงินที่เปลี่ยนไปให้มีโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยีทางการเงินที่สามารถรองรับและเชื่อมโยงกับสกุลเงินทางเลือกใหม่ ๆ รวมถึง

ผู้เล่นใหม่ ๆ ในระบบเศรษฐกิจการเงินที่จะมาต่อยอดตอบโจทย์โลกยุคดิจิทัล (สถาบันวิจัยเศรษฐกิจ ป๋วย อึ๊งภากรณ์, 2564)

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้ขับเคลื่อนการพัฒนาในหลายด้าน โดยเฉพาะด้านการเงิน ที่นอกจากจะช่วยให้อัตราการออมเงิน บริการทางการเงิน การจ่าย หรือการรับชำระเงินมีความสะดวกสบาย รวดเร็วแล้วยังได้พัฒนาสกุลเงินดิจิทัลขึ้นอีกในโลกออนไลน์โดยมีการบันทึกข้อมูลในระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งต้องใช้การเข้ารหัส จึงมีชื่อเรียกว่า คริปโทเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2565) ได้รับความสนใจอย่างแพร่หลายที่จะเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนมูลค่าที่จะมาทดแทนการใช้เงินสดหรือแม้แต่เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-money) ที่เป็นที่ยอมรับ และด้วยศักยภาพของเทคโนโลยีการประมวลผลแบบกระจายศูนย์ที่อยู่เบื้องหลังอย่างบล็อกเชน (Blockchain) ที่มีความปลอดภัยและสามารถสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้งาน ขณะที่เทคโนโลยีดังกล่าวช่วยลดบทบาทตัวกลางอย่างสถาบันการเงิน ที่มีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการธนาคารกลางทั่วโลกจึงหันมาศึกษาความเป็นไปได้ในการนำบล็อกเชนมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพของระบบการชำระเงิน (BOT MAGAZINE, 2563) เป้าหมายของการสร้างคริปโทเคอร์เรนซี อยู่ที่การพัฒนาเงินสกุลใหม่ขึ้นมาเป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการแทนเงินตราสกุลต่าง ๆ ที่ใช้กันในปัจจุบัน สกุลเงินดิจิทัลในโลกออนไลน์ในปัจจุบันมีมากกว่า 10,397 สกุล เช่น Bitcoin, Ethereum, Litecoin แต่ Bitcoin เป็นที่รู้จักกันมากกว่าเงินดิจิทัลสกุลอื่น เนื่องจากเป็นเงินดิจิทัลสกุลแรกที่มีการพัฒนาขึ้น อย่างไรก็ตามการยอมรับคริปโทเคอร์เรนซี ในการซื้อสินค้าและบริการแทนเงินตราของแต่ละประเทศที่ใช้กันในปัจจุบันนี้ ยังมีเพียงบางประเทศเท่านั้น (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2565)

อย่างไรก็ตามขณะที่ “คริปโทเคอร์เรนซี” ในฐานะเป็น “เงินตรา” ที่สามารถชำระสินค้าและบริการได้ตามกฎหมายนั้น แม้ธนาคารกลางประเทศต่างๆ ยังไม่ยอมรับ แต่ภาคเอกชนมีความตื่นตัวเปิดให้บริการ “การชำระเงิน” ด้วยคริปโทเคอร์เรนซี โดยบริษัทที่ยอมรับการชำระเงิน ดังตารางที่

ตารางที่ 1.1 แสดงรายชื่อบริษัทที่ยอมรับการชำระเงินด้วยคริปโทเคอร์เรนซี (ต่อ)

| ช่วงเวลา | บริษัท | |
|-----------------|------------------------------|---|
| ตุลาคมปี 2563 | PayPal | ผู้ให้บริการการชำระเงินออนไลน์จากสหรัฐอเมริกา ประกาศให้ลูกค้าบนแพลตฟอร์ม สามารถใช้คริปโทเคอร์เรนซีชำระสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้เหมือนกับ "เงินตรา" ทั่วไปบนร้านค้า 26 ล้านแห่งบนเครือข่ายของบริษัท ภายในครั้งแรกของปีนี้ โดยคริปโทเคอร์เรนซี ที่ PayPal รองรับในช่วงแรกมี 4 สกุล ได้แก่ บิทคอยน์ (BTC), อีเธอเรียม (ETH), บิทคอยน์ แคช (BCH) และไลต์คอยน์ (LTC) |
| กุมภาพันธ์ 2564 | เทสลา (Tesla) | บริษัทผลิตรถยนต์ไฟฟ้ารายใหญ่ของโลก เปิดเผยว่าบริษัทได้ลงทุนใน "บิตคอยน์" คริปโตเคอร์เรนซีอันดับ 1 ของโลกเป็นมูลค่ากว่า 1,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และจะยอมรับการชำระเงินในรูปแบบบิตคอยน์เพื่อซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ของเทสลา |
| กุมภาพันธ์ 2564 | Mastercard | ให้บริการทางการเงินและบัตรเครดิตจากสหรัฐอเมริกา ประกาศเตรียมเปิดเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการชำระเงินผ่านคริปโทเคอร์เรนซีบางประเภท |
| มีนาคม 2564 | "เมเจอร์ ซีเนีเพล็กซ์" กรุ๊ป | ผู้ให้บริการโรงภาพยนตร์รายใหญ่ที่มีสาขาอยู่ทั่วประเทศไทย ร่วมมือกับ ซิปเม็กซ์ (ZIPMEX) แพลตฟอร์มแลกเปลี่ยนสินทรัพย์ดิจิทัลชั้นนำของประเทศไทย และแรพิดซ์ (RAPIDZ) ผู้ให้บริการระบบบริหารการรับแลกสินค้าและบริการด้วยสินทรัพย์ดิจิทัลชั้นนำในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เริ่มโครงการ "ทดลองรับแลกตั๋วหนังด้วยสกุลเงินดิจิทัล" เป็นรายแรกของประเทศไทย หวังรองรับสังคมไร้เงินสด และเพิ่มทางเลือกในการลดการสัมผัสเงินให้แก่ลูกค้า ในยุคโควิด-19 โดยได้เริ่มให้บริการที่เมเจอร์ ซีเนีเพล็กซ์ รัชโยธิน เป็นสาขาแรก ตั้งแต่วันที่ 4 มีนาคม 2564 เป็นวันแรก |

ตารางที่ 1.1 (ต่อ) แสดงรายชื่อบริษัทที่ยอมรับการชำระเงินด้วยคริปโทเคอร์เรนซี

| ช่วงเวลา | บริษัท | |
|-------------|----------------------------|--|
| มีนาคม 2564 | สตาร์บัคส์ | ลูกค้าสตาร์บัคส์สามารถชำระค่าเครื่องดื่มและสินค้าอื่นๆได้ด้วยบิตคอยน์ผ่านแอปพลิเคชันของ Bakkt อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันยังเปิดรับการชำระด้วยคริปโทฯ ในบางสาขาในสหรัฐอเมริกาเท่านั้น |
| มีนาคม 2564 | นั้んยาง | ผู้ผลิตและจำหน่ายรองเท้าผ้าใบและรองเท้าแตะในประเทศไทยจะเพิ่มช่องทางการให้บริการลูกค้าให้สามารถนำเงินดิจิทัลมาแลกสินค้านั้んยางได้ โดยสกุลเงินดิจิทัล ที่ยอมรับ ได้แก่ บิตคอยน์, อีเทอเรียม และไลต์คอยน์ |
| มีนาคม 2564 | อนันดา ดีเวล เลอปเม้นท์ | บริษัทอสังหาริมทรัพย์ของประเทศไทยรายนี้ ประกาศให้ลูกค้าสามารถนำเงินคริปโทฯ มาใช้แทนเงินสดในการชำระเงินเพื่อซื้อขายบ้านและคอนโดมิเนียมในทุกโครงการของอนันดา โดยเป็นการชำระผ่านวอลเล็ตของบิตคับ (Bitkub) ทั้งนี้ สกุลเงินที่เปิดรับ ได้แก่ บิตคอยน์, อีเทอเรียม และเทเทอร์ |
| มีนาคม 2564 | เรนาโซ โมเตอร์ | ตัวแทนจำหน่ายและบริการหลังการขายรถยนต์ลัมโบร์กินีอย่างเป็นทางการรายเดียวในไทย ประกาศรับการชำระเงินค่าสินค้าและบริการได้ด้วยเงินดิจิทัลได้ โดยร่วมมือกับ Zipmex ซึ่งสกุลเงินคริปโทฯ ที่รับประกอบด้วย บิตคอยน์, เทอเทอร์ และโทเคนของ Zipmex (ZMT) |

ที่มา : workpointTODAY, 2020.

จากตารางที่ 1.1 สรุปได้ว่าภาคธุรกิจได้ให้ความสนใจในการรับชำระด้วยสกุลเงินดิจิทัลเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพิ่มโอกาสในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนให้ได้รับประโยชน์สูงสุดและประสิทธิภาพในการพัฒนาการให้บริการแก่ผู้บริโภค

คริปโทเคอร์เรนซีที่มีในปัจจุบัน แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1) Decentralized Cryptocurrencies คือ คริปโทเคอร์เรนซีที่ไม่มีผู้ใดผู้หนึ่งเป็นผู้ออกโดยชัดเจน แต่มีกลไกให้

สาธารณชนมีโอกาสเข้าเป็นส่วนหนึ่งในการรับรองความถูกต้องของธุรกรรมในระบบ (2) Privately issued Cryptocurrencies ซึ่งเป็นคริปโทเคอร์เรนซีที่เอกชนเป็นผู้ออก ซึ่งระบุตัวตนผู้ออกได้ชัดเจน โดยอาจมีสินทรัพย์หนุนหลังหรือไม่ก็ได้ และ (3) Central Bank Digital Currency (CBDC) คริปโทเคอร์เรนซีที่ออกโดยธนาคารกลางของประเทศนั้น ๆ ซึ่งส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อลดต้นทุนในระบบเศรษฐกิจที่เกิดจากการใช้เงินสด และในแต่ละประเทศมีความคืบหน้าของคริปโทเคอร์เรนซีประเภทที่ออกโดยธนาคารกลางของประเทศ ดังตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 ความคืบหน้าของคริปโทเคอร์เรนซี

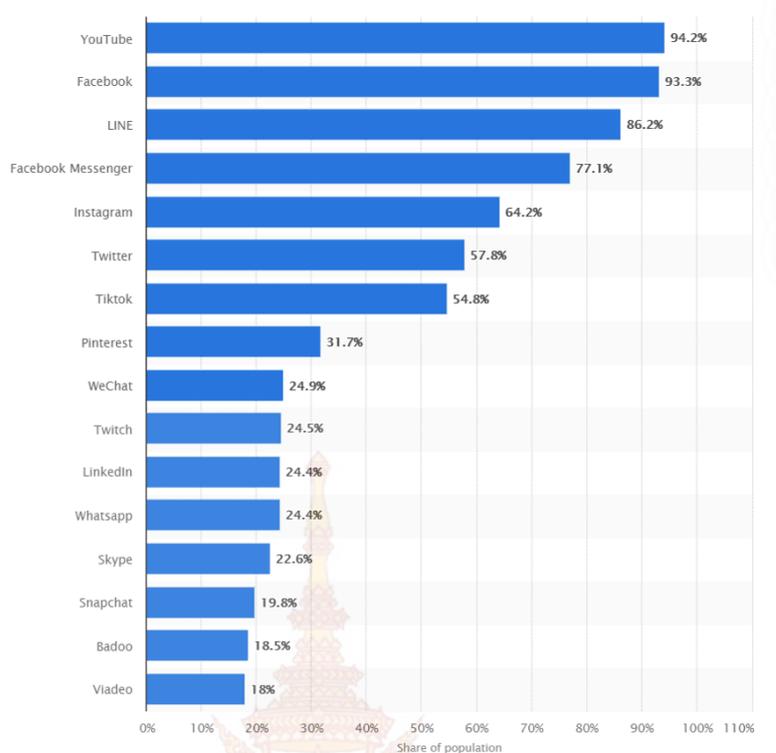
| ประเทศ | ชื่อสกุลเงินดิจิทัล | ความคืบหน้า |
|-----------|---------------------|--|
| จีน | ดิจิทัลหยวน | คาดว่าจะใช้เป็นทางการในปลายปี พ.ศ. 2565 |
| ญี่ปุ่น | ดิจิทัลเยน | คาดว่าจะทดลองใช้ในปี พ.ศ.2565 |
| ไทย | อินทนนท์ | ศึกษาใช้ ในรูปแบบ Retail CBDC ปี พ.ศ.2564-2565 |
| ยูโรโซน | ดิจิทัลยูโร | อยู่ระหว่างการศึกษาดทดลอง |
| สิงคโปร์ | Ubin | อยู่ระหว่างการศึกษาดทดลอง |
| ฮ่องกง | ไลออนบรีก | อยู่ระหว่างการศึกษาดทดลอง |
| เกาหลีใต้ | ดิจิทัลวอน | อยู่ระหว่างการศึกษาดทดลอง |
| แคนาดา | แจสเปอร์ | อยู่ระหว่างการศึกษาดทดลอง |
| สวีเดน | อี-โครนา | อยู่ระหว่างการศึกษาดทดลอง |

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564.

สำหรับในประเทศไทยมีคริปโทเคอร์เรนซีที่ออกโดยธนาคารกลาง (CBDC) เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 ธนาคารแห่งประเทศไทยร่วมกับธนาคารพาณิชย์ 8 แห่งได้ริเริ่ม "โครงการอินทนนท์" เพื่อศึกษาประสิทธิภาพและความเป็นไปได้ของการใช้ CBDC ในสถาบันการเงิน รวมถึงการทดลองการโอนเงินข้ามประเทศร่วมกับธนาคารฮ่องกง โครงการอินทนนท์เป็นโครงการเพื่อศึกษารูปแบบผลกระทบ และข้อจำกัดในการนำ CBDC ไปใช้ในภาคเอกชน โดยเริ่มจากการเชื่อมต่อระบบการบริหารการจัดซื้อ และการชำระเงินระหว่างบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) กับคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน โดยมีบริษัท ดิจิทัล เวนเจอร์ส จำกัด ซึ่งเป็นผู้พัฒนาระบบดังกล่าวร่วมทดสอบ อย่างไรก็ตามการนำระบบต้นแบบมาปรับใช้จำเป็นต้องใช้เวลาศึกษา และพิจารณาผลกระทบในมิติอื่น ๆ ประกอบอย่างรอบคอบ ไม่ว่าจะเป็นข้อกฎหมายเสถียรภาพของระบบ ความปลอดภัยในการใช้งาน และความพร้อมด้านเทคโนโลยีของผู้ใช้ด้วยจะเห็นได้ว่าประเทศไทย หน่วยงานภาครัฐและเอกชนได้

ให้ความสนใจ และมีความก้าวหน้าอย่างมากในการวางรากฐานการใช้ประโยชน์ และการควบคุมเงินสกุลดิจิทัล รวมถึงทรัพย์สินดิจิทัลและการระดมทุนผ่าน Initial Coin Offering : ICO ซึ่งจะต้องมีการส่งเสริมการเผยแพร่ทั้งความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเงินสกุลดิจิทัล และการพัฒนาเทคโนโลยีรวมทั้งบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์และลดโอกาสที่จะทำให้เกิดผลเสียต่อระบบเศรษฐกิจต่อไป CBDC ถือเป็น "สกุลเงิน" ในรูปแบบดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลาง เปรียบเสมือนเงินสดหรือธนบัตรแต่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล ภาระหนี้จะไม่ได้อยู่ที่ตัวกลาง แต่อยู่ที่ธนาคารกลางโดยตรง ไม่มีความเสี่ยงในการผิดนัดชำระหนี้ ซึ่งมีคุณสมบัติในการเป็นสื่อกลางเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ สามารถรักษามูลค่า และเป็นหน่วยวัดทางบัญชีได้ และเข้าข่ายนิยามความเป็นเงินอย่างครบถ้วน คือ (1) เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน และสามารถชำระหนี้ได้ตามกฎหมาย (2) เป็นที่เก็บรักษามูลค่า คือมีมูลค่ามั่นคง และ (3) เป็นหน่วยวัดมูลค่าของทั้งสินค้าและบริการ ซึ่งการออกใช้สกุลเงินดิจิทัลของธนาคารกลาง (retail CBDC) จัดว่าเป็นทางเลือกหนึ่งในการรักษาไว้ซึ่งสมดุลระหว่าง fiat money และสกุลเงินดิจิทัลทางเลือก อันจะช่วยบรรเทาผลกระทบต่ออียิปต์ทางการเงิน คือ การเพิ่มประสิทธิภาพและรูปแบบของ public money ให้สอดคล้องกับพัฒนาการของภูมิทัศน์ทางการเงินที่เปลี่ยนไปให้มีโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยีทางการเงินที่สามารถรองรับและเชื่อมโยงกับสกุลเงินทางเลือกใหม่ ๆ รวมถึงผู้เล่นใหม่ ๆ ในระบบเศรษฐกิจการเงินที่จะมาต่อยอดตอบโจทย์โลกยุคดิจิทัลในวันข้างหน้าได้ (สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์, 2564)

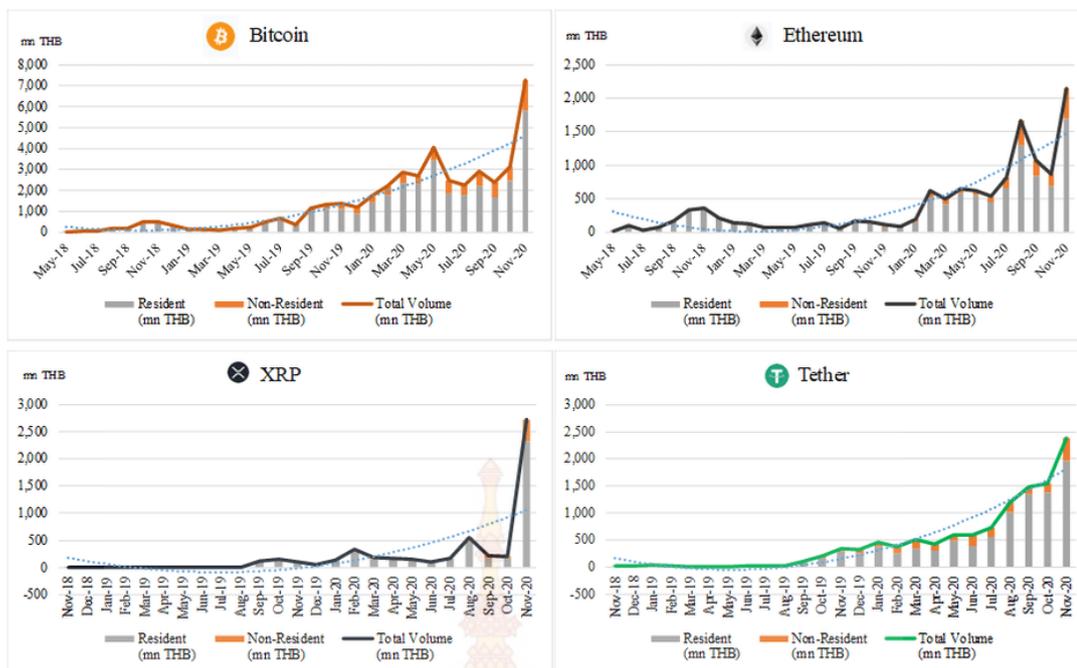
อย่างไรก็ตามประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่ใช้โซเชียลมีเดียสูงมาก สะท้อนจากอัตราการเข้าถึง (penetration rate) ที่อยู่ในระดับสูงมาก โดยเฉพาะ facebook ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 93.3 ณ เดือน ม.ค. 2564 (ภาพที่ 1.1) ทำให้มีโอกาสสูงที่สกุลเงินดิจิทัลทางเลือกอันเกิดจากแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย โดยเฉพาะ Libra หรือที่เปลี่ยนชื่อเป็น Diem ของ facebook จะเข้ามาแพร่หลายและใช้เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน



ภาพที่ 1.1 อัตราการเข้าถึงของโซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยมสูงในประเทศไทย

ที่มา: Statista, 2021, อ้างถึงใน สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์, 2564.

นอกจากนี้ คริปโทเคอร์เรนซีและสแตเบิลคอยน์ยังได้รับความนิยมในหมู่คนไทยจำนวนมาก โดยคนไทยถูกจัดอันดับเป็นที่ 2 ของโลกในการเข้าถึงคริปโทเคอร์เรนซีและสแตเบิลคอยน์ (Wearesocial, 2019) ทั้งนี้ จากข้อมูลการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลทางเลือกเหล่านี้บนแพลตฟอร์มซื้อขายเหรียญดิจิทัล Bitkub ซึ่งเป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มที่มีธุรกรรมซื้อขายขนาดใหญ่ในประเทศไทยพบว่า คนไทยซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลทางเลือกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ภาพที่ 1.3) แม้ว่าการเข้าถึงครองหรือซื้อขายส่วนใหญ่จะเป็นไปเพื่อการลงทุนหรือเก็งกำไร แต่ไม่มีหลักประกันใด ๆ รับรองว่า หากความนิยมในสกุลเงินดิจิทัลทางเลือก เช่น คริปโทเคอร์เรนซีและสแตเบิลคอยน์เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ แล้ว จะไม่ทำให้ร้านค้าต่าง ๆ ในไทย นำสกุลเงินดิจิทัลทางเลือกเหล่านี้มาใช้เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน ซึ่งจะลดทอนบทบาทของ fiat money และประสิทธิผลของการดำเนินนโยบายการเงินในที่สุด retail CBDC จะเป็นทางเลือกหนึ่งในการรักษาอธิปไตยทางการเงินของประเทศที่อาจถูกบั่นทอนจากสกุลเงินดิจิทัลทางเลือกเหล่านี้ได้



ภาพที่ 1.2 ปริมาณธุรกรรมการซื้อขายรายเดือนของคริปโทเคอร์เรนซีและสแตเบิลคอยน์ที่ได้รับ
ความนิยมสูงสุด 4 อันดับแรกบนแพลตฟอร์มซื้อขายเหรียญดิจิทัล Bitkub ของไทย

ที่มา : Bitkub อ้างถึงใน สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์, 2564.

หมายเหตุ : ข้อมูลครอบคลุมตั้งแต่วันที่เปิดทำการของ Bitkub หรือวันแรกของการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลทางเลือกนั้น ๆ ถึงวันที่ 30 พ.ย. 2563

ดังนั้นในบริบทของประเทศไทยในปัจจุบัน การใช้สกุลเงินดิจิทัลทางเลือกยังไม่ได้นำมาใช้เป็นสื่อกลางในการชำระเงินอย่างแพร่หลายอย่างไรก็ดี ธนาคารแห่งประเทศไทยควรเตรียมพร้อมในการออกใช้ retail CBDC หากความนิยมของเครือข่ายสกุลดิจิทัลทางเลือก (network effect) เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ รวมถึงหากสกุลเงินดิจิทัลของธนาคารกลางต่างชาติ เช่น DCEP ของจีนที่เมื่อออกใช้จริงอาจเข้ามาแพร่หลายในธุรกิจส่งออกนำเข้ากับจีนได้ในอนาคต การเตรียมพร้อมรับมือโดยใช้ retail CBDC ก็เป็นทางเลือกสำคัญของนโยบายที่ไม่ควรละเลยไป ทั้งนี้จุดสำคัญในการออกใช้ retail CBDC อย่างทันท่วงที น่าจะเป็นจุดที่เริ่มเห็นการใช้สกุลเงินดิจิทัลทางเลือกเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนอย่างแพร่หลายในประเทศไทย อันมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่ออริปไตยทางการเงิน และประสิทธิภาพต่อนโยบายการเงิน (สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์, 2564) สำหรับ retail CBDC นอกจากการรักษาอริปไตยทางการเงิน ซึ่งช่วยให้ประสิทธิภาพของนโยบายการเงินยังคงอยู่ได้ และมีหลังพิงไทม์วิฤตแล้ว ยังให้ประโยชน์ต่าง ๆ ในบริบทของเศรษฐกิจไทยอื่น ๆ อีก อาทิ

ประชาชนสามารถเข้าถึงเงินบาทในรูปแบบดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลาง อันมีความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยสูง ซึ่งจะช่วยลดพฤติกรรมผูกขาดของธุรกิจการเงินภาคเอกชนรายใดรายหนึ่ง โดยเฉพาะ (monopolistic behaviors) เนื่องจากโดยส่วนใหญ่ ระบบการเงินมีแนวโน้มที่จะมีผู้เล่นภาคเอกชนไม่กี่ราย นำมาซึ่งการคิดต้นทุนค่าธรรมเนียมที่อาจไม่จำเป็น การบริการที่ไม่ได้คุณภาพเท่าที่ควร หรือการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการในทางที่ไม่ถูกต้องได้ (Gowrisankaran, Stavins 2004, Bolt., & Humphrey, 2005, Kiff et al., 2020)

ปัจจุบันการใช้คริปโทเคอร์เรนซีในประเทศไทยเพื่อธุรกรรมชำระเงินยังมีจำกัด และเริ่มมีคนไทยที่ผลิตคริปโทเคอร์เรนซีสัญชาติไทยได้ เช่น Zcoin トラบดีที่การใช้คริปโทยังไม่สร้างความเสี่ยงต่อเสถียรภาพของระบบการเงิน รวมถึงคนไทยยังมั่นใจในการใช้สกุลเงินบาท และความมั่นคงในระบบการชำระเงินของประเทศ อย่างไรก็ตาม "เงินบาทดิจิทัล" Central Bank Digital Currency (CBDC) ที่พัฒนาโดย ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) เพื่อใช้เป็นเงินสดแทนธนบัตรในยุคดิจิทัล กำลังจะ成真ขึ้นมาแล้ว โดยจะเริ่มทดลองใช้จริงในไตรมาสที่ 2 ปี พ.ศ. 2565 ทั้งระบบออนไลน์ และระบบออฟไลน์ สามารถเปลี่ยนเงินฝากเป็นเงินดิจิทัลได้ และเงินดิจิทัลเป็นเงินฝากได้ เหมือนกับ "เงินหยวนดิจิทัล" ของจีน การให้บริการออนไลน์จะเป็นการใช้ผ่าน wallet บนสมาร์ตโฟน สามารถโอนเงินได้ แม้ไม่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ประชาชนที่ไม่มีสมาร์ตโฟนก็ใช้สมาร์ตการ์ด ในอนาคตเงินบาทดิจิทัลยังสามารถใส่โปรแกรมเพิ่มเติมเพื่อต่อยอดคุณสมบัติอย่าง อื่น ๆ ได้อย่างคล่องตัวกว่าธนบัตร (การเงินธนาคาร, 2564) เงินบาทดิจิทัล ที่จะถือใช้มีลักษณะ ดังนี้

1) มีรูปแบบคล้ายเงินสดและไม่จ่ายดอกเบี้ย ผู้ใช้สามารถถือเงินบาทดิจิทัลได้ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ เช่น สมาร์ตการ์ด ที่มีลักษณะคล้ายเงินสด ซึ่งประชาชนคุ้นเคยอยู่แล้ว เพื่อให้เข้าถึงประชาชนทุกกลุ่ม แม้จะไม่มีสมาร์ตโฟนก็ใช้เป็นสมาร์ตการ์ด หรือไม่มีบัญชีเงินฝากในธนาคาร

2) ไม่สร้างภาระค่าธรรมเนียมผู้ใช้งาน เพื่อให้มีต้นทุนต่ำที่สุด และไม่มีค่าธรรมเนียมจำกัดปริมาณการถือหรือไถ่ถอน เพื่อป้องกันการถอนเงินจำนวนมากอย่างรวดเร็ว จนอาจกระทบต่อเสถียรภาพของระบบสถาบันการเงินและยอดเงินฝากของประชาชน โดยเฉพาะในช่วงวิกฤติ รวมทั้งป้องกันการฟอกเงินหรือทำกิจกรรมที่ผิดกฎหมาย

3) ต้องผ่านตัวกลาง เช่น สถาบันการเงิน หรือ ผู้ให้บริการทางการเงิน ในการแลกเปลี่ยนเงินบาทดิจิทัล เพื่อรักษาบทบาทของตัวกลางทางการเงินในปัจจุบัน

การใช้สกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) สามารถทำได้ในรูปแบบของการนำมาซื้อขายแลกเปลี่ยน สินค้าและบริการ โอนให้กัน ตลอดจนถึงครองไว้เพื่อทำการเก็งกำไรจากผลต่างของราคา เช่นเดียวกับลักษณะ ของสินทรัพย์ที่มีราคาตลาด เช่น หุ่น ทองคำ หรือน้ำมัน รวมทั้งยังสามารถนำมาแลกเปลี่ยนเป็นเงินตราสกุล เงินจริงที่ใช้อยู่ในระบบเศรษฐกิจได้อีกด้วย จึงทำให้สกุลเงินดิจิทัล มี

ลักษณะเป็นเงินเสมือน (Virtual currency) ที่ไม่ต้องมีสินทรัพย์เป็นทุนสำรองเนื่องจากมูลค่าของสกุลเงินดิจิทัล นั้นขึ้นอยู่กับความเชื่อมั่นและข้อตกลงของผู้ใช้ในตลาด ทำให้เกิดความเสถียรและความน่าเชื่อถือในค่าของสกุลเงินนี้ โดยอุปสงค์และอุปทาน ในตลาดนั้นจะเป็นตัวกำหนดมูลค่าดังกล่าว ส่งผลให้เกิดความผันผวนในค่าของสกุลเงินดิจิทัล และเป็นแรงจูงใจให้นำไปใช้ในการเก็งกำไรจากการแลกเปลี่ยนค่าเงินได้ แนวโน้มของเงินดิจิทัลในประเทศไทยจะได้รับการยอมรับมากขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคตผู้บริหารให้ความเห็นตรงกันมากที่สุดร้อยละ 85 และไม่เห็นด้วย เพียงร้อยละ 15 โดยมีสาเหตุดังนี้ ประการแรก เกิดจากนวัตกรรมทางเทคโนโลยี ที่เรียกว่า Blockchain ที่มีความล้ำสมัยมาก ที่นำไปสู่นวัตกรรมทางการบริหารจัดการทางการเงินในแนวใหม่ ประการที่สอง เพราะระบบธนาคารไม่สามารถที่จะตอบสนองความต้องการทางการเงินในยุคปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประการที่สาม ระบบการดำเนินงานของธนาคารมีการบริหารแบบรวมศูนย์ ประการที่สี่ เพราะค่าความผันผวนของค่าเงินแต่ละสกุล และ ประการที่ห้า เพราะความต้องการที่จะเพิ่มประสิทธิภาพทางการเงิน ให้สามารถทำธุรกรรมทางการเงิน ให้สะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับที่จะใช้เงินดิจิทัลในประเทศไทย คือ ความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ออกเหรียญ ความผันผวนของราคา ผลตอบแทนของการถือครอง และความปลอดภัยของระบบ (พีรพงศ์ กนกเลิศวงศ์, 2564)

จากการทบทวนงานวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้ทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT) และส่วนขยายทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้ เทคโนโลยี (UTAUT2) พบว่า แบบจำลอง UTAUT มีความเหมาะสมที่จะศึกษาความตั้งใจและพฤติกรรมในการใช้งานในบริบทของผู้ใช้งานในองค์กร ส่วนแบบจำลอง UTAUT2 มีความเหมาะสมที่จะศึกษาความตั้งใจและพฤติกรรมในการใช้งานของแต่ละบุคคลโดยเน้นไปในบริบทของผู้บริโภคมากขึ้น ดังนั้นการพิจารณานำแบบจำลอง UTAUT และ UTAUT2 ไปประยุกต์ใช้ควรเลือกใช้แบบจำลองให้เหมาะสมกับบริบทที่ต้องการ เพื่อให้ผลการวิจัยมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ แบบจำลอง UTAUT และ UTAUT2 ยังสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดเพื่อศึกษาหาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้ใช้งานได้ครอบคลุมและตรงประเด็นมากขึ้นและสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการใช้งานในอนาคตได้ (ปฐวี ฉลวย สิงหะ ฉวีสุข และ ณัฐพล พันธวุฒ์, 2558) กอร์ปกับทฤษฎีอิทธิพลจากเครือข่าย (Network Effect) จากงานวิจัยของ เกียรติกร เทียนธรรมชาติ (2558) พบว่าปัจจัยด้านอิทธิพลจากเครือข่าย ส่งผลต่อการเลือกใช้งานสกุลเงินดิจิทัลไปในทิศทางที่เป็นลบ โดยให้เหตุผลด้วยการยกตัวอย่างจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในระดับมหภาคของต่างประเทศ คือ เหตุการณ์ที่รัฐบาลสหรัฐประกาศซื้อขาย Future Bitcoin Contract ทำให้เกิดการเก็งกำไรในมูลค่าของ Bitcoin ส่งผลให้ผู้ใช้งาน Bitcoin จำนวนมากเลิกใช้ งานไปเพราะการเก็ง

กำไรทำให้มูลค่าผันผวน ในขณะที่ทฤษฎีความไว้วางใจ (Trust) จากงานวิจัยของ Teerasakdapong (2016) พบว่าระดับความไว้วางใจในการเลือกสกุลเงินดิจิทัลนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านของผู้ให้บริการยิ่ง ผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือมากเพียงใดก็จะยิ่งส่งผลต่อการเลือกใช้งานสกุลเงินดิจิทัลไปในทิศทางที่เป็นบวกมากขึ้น กล่าวคือยิ่งผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือมากก็จะยิ่งมีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น

ปัจจุบันสกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) มีความผันผวนที่สูงมาก จึงเป็นจุดสนใจให้กับนักลงทุนในการทำกำไรและตัดสินใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัล แต่ผู้คนส่วนใหญ่ยังมองว่าสกุลเงินดิจิทัลมีความเสี่ยงสูง จึงทำให้ผู้วิจัยประยุกต์ใช้ส่วนขยายทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี หรือทฤษฎีการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT2) บางส่วน ได้แก่ ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม คือ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน มูลค่าตามราคา ซึ่งพัฒนาโดย Venkatesh, Thong and Xu (2012) เพื่อให้เกิดความเหมาะสม และเป็นการให้ความสนใจในบริบทการใช้งานของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เป็นส่วนหนึ่งของตัวแปรอิสระในงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล เพื่อนำผลวิจัยมาเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มบุคคลหรือบริษัทที่กำลังตัดสินใจเลือกใช้สกุลเงินดิจิทัลในการทดแทนสกุลเงินตราของแต่ละประเทศต่อไป ถึงแม้ว่าสกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) จะได้รับความสนใจจากทั่วโลก แต่ก็ยังมีจุดอ่อนเรื่องของระบบการจัดเก็บและกระจายเงินที่ยังไม่ได้รับการรองรับให้เป็นไปตามกฎหมายของแต่ละประเทศ และอาจจะต้องใช้เวลานานในการเรียนรู้เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล เพราะในโลกอนาคตอันใกล้สกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) จะกลายมาเป็นสกุลเงินที่ได้รับความนิยมและใช้กันอย่างแพร่หลายมากยิ่งขึ้น จึงเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการดำรงชีวิตและการเติบโตของธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นด้านราคา ความเชื่อมั่นต่อสกุลเงินดิจิทัล และการแข่งขันทางธุรกิจเพื่อให้ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง เป็นต้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทบทวนวรรณกรรมเพื่อชี้ให้เห็นถึงความสอดคล้อง ความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นในคุณภาพในด้านวิชาการ ได้แก่ แบบจำลอง UTAUT2 (Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT2) ที่ถูกคิดค้นโดย Venkatesh, Thong and Xu ในปี ค.ศ. 2012 โดยมีจุดประสงค์เพื่อชี้วัดพฤติกรรมในการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยี แบบจำลอง UTAUT2 สามารถใช้วัดพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีของผู้ใช้เงินในชีวิตประจำวัน ภาคอุตสาหกรรมและภาคธุรกิจ ไปถึงเศรษฐกิจระดับชาติ ซึ่งกล่าวถึงพฤติกรรมของผู้ใช้ ที่เกิดขึ้นนั้นมาจาก 5 ปัจจัย ได้แก่ (1) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ซึ่งหมายถึง อิทธิพลของบุคคลรอบข้าง คู่ค้า และ ลูกค้าต่างชาติ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เป็นปัจจัยที่มีกระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ความคิด ความรู้สึก ปฏิสัมพันธ์ต่อ

กันพึ่งพากัน ทำงานร่วมกัน หรือทำธุรกิจร่วมกัน อิทธิพลทางสังคมมีผลอย่างมากต่อการกำหนดพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี (2) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) หมายถึง ผู้ใช้งานรู้สึกว่าคุณเทคโนโลยีที่ใช้อยู่สามารถใช้งานได้สะดวก เข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อนและไม่ต้องใช้ความพยายามมาก จะส่งผลให้ทำให้ผู้ใช้แสดงพฤติกรรมการใช้ระบบของคุณเทคโนโลยี (3) ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) หมายถึง การรับรู้ความง่ายในการใช้ ความซับซ้อนของนวัตกรรม และระดับความง่ายในการใช้ ส่งผลต่อการใช้และพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยี (4) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Condition) หมายถึง สิ่งที่อำนวยความสะดวกในการใช้งานระบบที่ ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานหรือผู้ใช้ใช้งานเกิดความตั้งใจที่จะใช้งานในเชิงบวก (5) มูลค่าตามราคา (Price Value) หมายถึง การเปรียบเทียบเกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับและค่าใช้จ่ายในการใช้ประโยชน์นั้น มีความคุ้มค่า ทำให้ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญพฤติกรรมผู้ใช้ และจากการศึกษาเรื่องความไว้วางใจ โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี และความไว้วางใจที่มีผลต่อการใช้บริการ เอสซีบี อีซี ที่พบว่า ความไว้วางใจต่อบริการโอบายแบงก์กิ้ง เอสซีบี อีซี มีผลต่อการใช้งานเทคโนโลยี (ธัญญชย์ กาพนนตรี และ ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์, 2564) ซึ่งสอดคล้องกับ Zhou, (2012b) ที่กล่าวว่า การสร้างความไว้วางใจเริ่มแรกต่อผู้ใช้เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับผู้ให้บริการ เพราะผู้ใช้อาจยังไม่มีประสบการณ์ในการใช้งานและผู้ให้บริการอาจรับรู้ถึงความเสี่ยงหรือมีความลังเลในการใช้บริการในครั้งแรก ความไว้วางใจจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญทางด้านความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับผู้ใช้บริการ เช่นเดียวกับ Ooi and Tan (2016) กล่าวว่า การรับรู้ความไว้วางใจ คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า การตัดสินใจยอมรับเทคโนโลยีมาจากกระบวนการตามขั้นตอนโดยเริ่มจาก ความไว้วางใจ อิทธิพลทางสังคม ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และมูลค่าตามราคา นำมาซึ่งการหาข้อมูล อาจจะได้รับตรงความต้องการหรือไม่ก็ได้ โดยประเมินจากการตัดสินใจใช้งานของผู้บริโภค ในกรณีที่ตรงความต้องการก็จะเกิดการใช้งานเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่เดียวกันหากไม่ตรงตามความต้องการ ก็จะทำให้ไม่เกิดการใช้งานเทคโนโลยีในครั้งต่อไป

สุดท้ายนี้จากความเป็นมาของปัญหาและสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงประยุกต์ใช้ UTAUT 2 Model ร่วมกับปัจจัยด้านความไว้วางใจเพื่อทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัลเพื่อจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งานทั่วไปหรือภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องนำข้อมูลจากผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ในเชิงธุรกิจและพฤติกรรมการตัดสินใจยอมรับใช้สกุลเงินดิจิทัลต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของ ความไว้วางใจ อิทธิพลทางสังคม ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกและมูลค่าตามราคา ที่มีต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

1.2.2 เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

1.3 สมมติฐานงานวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิดทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT) และทฤษฎีการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT2) Venkatesh, Thong and Xu (2012) และแนวคิดทฤษฎีความไว้วางใจของ Ooi and Tan (2016) รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจึงได้กำหนดสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านความไว้วางใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยทางด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยทางด้านความคาดหวังในความพยายาม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

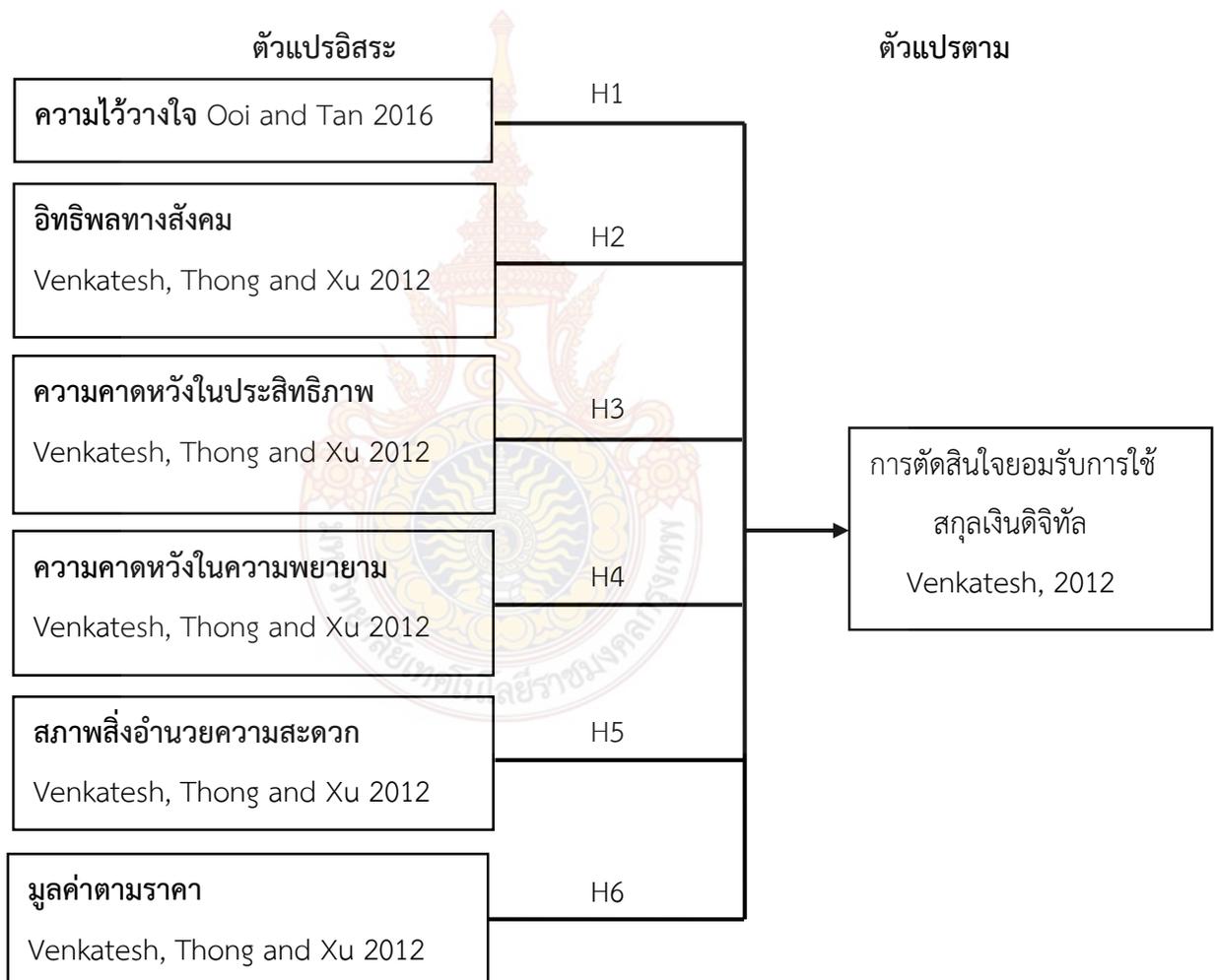
สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยทางด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยมูลค่าตามราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

1.4 กรอบแนวความคิดและขอบเขตงานวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT2) เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่และอธิบายพฤติกรรมการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของกลุ่มผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้นว่าปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัลของแต่ละบุคคลในภาคธุรกิจและภาคประชาชนรวมถึงเป็นการเปิดโอกาสให้แก่ผู้ประกอบการ ใน

การกำหนดกลยุทธ์และวางแผนธุรกิจให้สามารถดำเนินไปอย่างต่อเนื่องในอนาคตเพื่อเตรียมความพร้อมต่อผลกระทบที่ได้รับจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ซึ่งตัวแปรดังกล่าวประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านความไว้วางใจ (Trust) ปัจจัยทางด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ปัจจัยทางด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) ปัจจัยทางด้านความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) ปัจจัยทางด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Condition) ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา (Price Value) และตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ดังภาพที่ 1.3



ภาพที่ 1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.5 ขอบเขตงานวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณสำหรับการศึกษาครั้งนี้โดยเลือกใช้วิธีการสำรวจโดยกำหนดขอบเขตของงานวิจัยดังนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์

ประชากรที่นำมาใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชากรในสื่อสังคมออนไลน์ที่มีประสบการณ์ในการใช้สกุลเงินดิจิทัล ช่วงอายุ 18 ปี ขึ้นไป

1.5.2 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ (independent variable)

1.5.2.1 ความไว้วางใจ ได้แก่ การรับรู้ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี

1.5.2.2 อิทธิพลทางสังคม ได้แก่ บรรทัดฐานบุคคลโดยรอบ และปัจจัยทางสังคม

1.5.2.3 ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ ความสามารถของระบบ แรงจูงใจภายนอก และความคาดหวังในผลลัพธ์

1.5.2.4 ความคาดหวังในความพยายาม ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ความซับซ้อนของนวัตกรรม และระดับความง่ายในการใช้

1.5.2.5 สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และความเหมาะสมกับผู้ใช้

1.5.2.6 มูลค่าตามราคา ได้แก่ ความสำคัญของมูลค่าตัวแปรตาม (Dependent variables)

1.5.2.7 การตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

1.5.3 ขอบเขตพื้นที่

พื้นที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บริเวณพื้นที่ประเทศไทย

1.5.4 ขอบเขตระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ที่สร้างขึ้นผ่าน Google Form ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2565 ถึงเดือน มีนาคม 2566

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 ความไว้วางใจ (Trust) คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี (Ooi and Tan, 2016)

1.6.2 อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) คือ ปัจจัยทางด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ส่งผลกระทบบต่อความรู้สึกการใช้งาน อิทธิพลทางสังคมมีความสำคัญมากสำหรับเทคโนโลยีการทำงานร่วมกัน เพราะเป็นเทคโนโลยีที่มีความเกี่ยวข้องกับสังคม (Venkatesh, Thong and Xu, 2012)

1.6.3 ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) คือ เมื่อผู้ใช้งานรู้สึกว่าการใช้เทคโนโลยีที่ใช้อยู่สามารถใช้งานได้สะดวก เข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อนและไม่ต้องใช้ความพยายามมากแล้ว จะส่งผลให้ทำให้ผู้ใช้แสดงพฤติกรรมการใช้ระบบต่อ สังคม (Venkatesh, Thong and Xu, 2012)

1.6.4 ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) คือ ความคาดหวังในความพยายามส่งผลต่อการใช้งานและพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยี นอกจากนี้ความคาดหวังในความพยายามจะประกอบไปด้วย การรับรู้ความง่ายในการใช้ ความซับซ้อนของนวัตกรรม และระดับความง่ายในการใช้ (Venkatesh, Thong and Xu, 2012)

1.6.5 สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Condition) คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานระบบที่ ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานหรือผู้ใช้งานเกิดความตั้งใจที่จะใช้งานในเชิงบวก (Venkatesh, Thong and Xu, 2012)

1.6.6 มูลค่าตามราคา (Price Value) คือ กระบวนการความรู้และทักษะการคิดเปรียบเทียบของผู้บริโภคเกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับและค่าใช้จ่ายสำหรับการใช้ประโยชน์นั้น ทำให้ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อผู้บริโภค (Venkatesh, Thong and Xu, 2012)

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 เพื่อที่ผู้ประกอบการทั้งผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับสกุลเงินดิจิทัลรวมทั้งผู้ที่มีความสนใจจะทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสกุลเงินดิจิทัลในอนาคต สามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์พฤติกรรมของบุคคลในความตั้งใจที่จะยอมรับและไม่ยอมรับเทคโนโลยี ตลอดจนทำนายพฤติกรรมดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพและอิทธิพลของผู้บริโภคที่มีต่อสกุลเงินดิจิทัล เพื่อนำไปพัฒนาธุรกิจในอนาคต

1.7.2 เพื่อที่ภาครัฐจะสามารถนำข้อมูลไปใช้กับนโยบายเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมสกุลเงินดิจิทัลในอนาคต

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย (Thai Thesis Database) ฐานข้อมูลสหบรรณานุกรมห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา (UCTAL) ฐานข้อมูล TDC (Thai Digital Collection) และฐานข้อมูล Emerald Insight โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจ (Trust)

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม (Social Influence)

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy)

2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Condition)

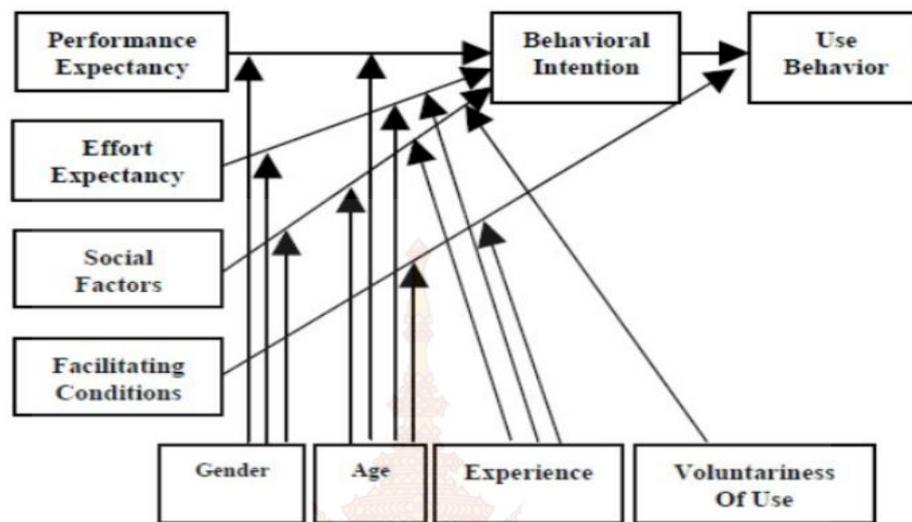
2.7 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับมูลค่าตามราคา (Price Value)

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT)

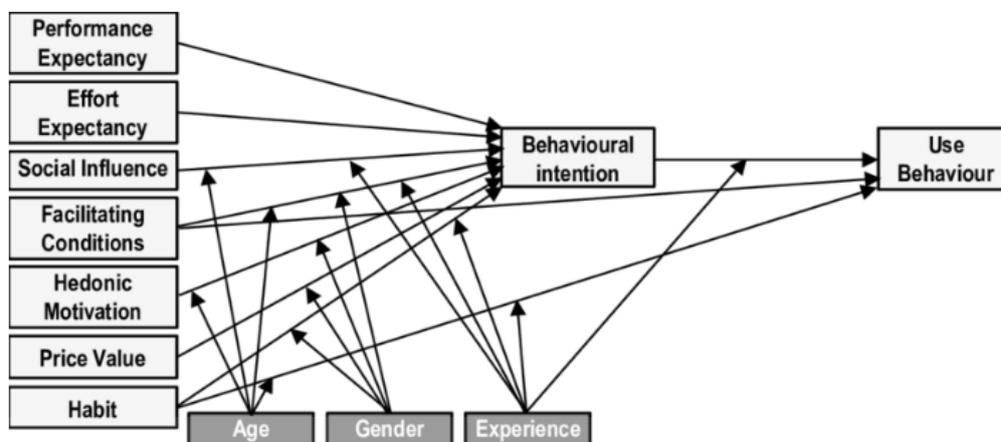
Venkatesh (2003) พัฒนาแนวความคิดของ Ajzen and Fishbein คิดค้นมาเป็นทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) ซึ่งเป็นการผสมผสานทฤษฎีด้านพฤติกรรมกรยอมรับในหลายทฤษฎีเพื่อลดข้อจำกัดของแต่ละทฤษฎีและเพิ่มประสิทธิภาพ ในการศึกษาวิจัยหรืออาจกล่าวได้ว่า UTAUT ได้พัฒนาแบบบูรณาการจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (TRA: Theory of Reasoned Action) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB: Theory of Planned Behavior) ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (IDT: Innovation Diffusion Theory) แบบจำลองการจูงใจ (MM: Motivational Model) แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM: Technology Acceptance Model) ซึ่งเป็นการพัฒนาแบบจำลองเพื่ออธิบายการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคลภายใต้ ทฤษฎี

รวมที่อาศัยพื้นฐานความสัมพันธ์ที่เด่นชัดของปัจจัยต่าง ๆ และถูกนำไปใช้ศึกษาการยอมรับ การใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคลในหน่วยงาน โดยใช้ความตั้งใจแสดงพฤติกรรม หรือพฤติกรรม การใช้เป็นตัวแปรหลัก ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี
(Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT)

จากภาพที่ 2.1 UTAUT เป็นการอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม หรือพฤติกรรมการใช้ได้รับอิทธิพล ยกเว้นสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมจากการใช้ สำหรับตัวแปรเสริมหรือตัวผัน ความคาดหวัง อิทธิพลทางสังคม สิ่งอำนวยความสะดวก พฤติกรรมการใช้งาน ผลการดำเนินงาน อายุ เพศ ประสบการณ์ ความสมัครใจในการทำงาน แม้ว่า UTAUT สามารถใช้พยากรณ์การยอมรับการใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีตัวแปรเสริมหรือตัวผันแปรเป็นส่วนขยายแบบจำลองสามารถเพิ่มความถูกต้องการพยากรณ์ได้มากยิ่งขึ้น แต่งานวิจัยที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่า มีเพียงการใช้ปัจจัยย่อยที่อยู่ภายใต้ปัจจัยหลักเท่านั้น และไม่มี การนำตัวแปรเสริมหรือตัวผันแปรเข้ามาใช้ในงานวิจัย ดังนั้นจึงนำไปสู่การพัฒนาแบบจำลองทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT 2) นำเสนอโดย Venkatesh, (2012) จากข้อจำกัด ของ UTAUT ทำให้ Venkatesh พัฒนาขยายเพิ่มเติมแบบจำลองให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้นเพื่อลดข้อจำกัด และสามารถปรับใช้ เพื่ออธิบาย ความตั้งใจ และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีในบริบทของกลุ่มผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 แบบจำลองทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี

(Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT 2)

ที่มา: Venkatesh, 2012.

จากภาพที่ 2.2 UTAUT 2 เป็นการอธิบายถึงการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี หรือพฤติกรรม การใช้ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลัก ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลของสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก แรงจูงใจด้านความบันเทิง มูลค่าราคา และความเคยชิน ทั้งนี้ สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และความเคยชินมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT) นำเสนอโดย Venkatesh (2003) ใช้ อธิบายการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคล และถูกนำไปใช้ศึกษาการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคลในภาคธุรกิจ โดยใช้ความตั้งใจ แสดงพฤติกรรม และพฤติกรรมการใช้ เป็นตัวแปร หลักจากทฤษฎี TPB Ajzen (1991) โดยหลักการของ ทฤษฎี UTAUT คือ ศึกษาพฤติกรรม การใช้ที่ได้รับแรงกระตุ้นจากความตั้งใจกระทำ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกระทำ ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 3 ประการ คือ (1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (2) ความคาดหวังในความพยายาม และ (3) อิทธิพลของสังคม ส่วนเงื่อนไขการอำนวยความสะดวกในการใช้งาน มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการใช้ โดยตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ นั้น มีตัวแปรกำกับ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้ จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์ และ ความสมัครใจใช้งาน ต่อมา Venkatesh, Thong and Xu (2012) พบว่า ทฤษฎีรวม UTAUT มีข้อจำกัดบางประการจึงพัฒนา โดย ศึกษาปัจจัยเพิ่มเติมให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น เรียกว่า ทฤษฎีการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Modified UTAUT หรือ UTAUT2) ซึ่งปัจจัยที่เพิ่มนั้นมีอิทธิพล

ทางตรง ต่อความตั้งใจกระทำและพฤติกรรมการใช้ ได้แก่ แรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic Motivation) มูลค่าราคา (Price Value) และ ความเคยชิน (Habit) รวมทั้งผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอยู่เดิมนั้น มีอิทธิพลทางตรงต่อทั้งความตั้งใจกระทำและพฤติกรรมการใช้ ซึ่งทำให้ UTAUT2 สามารถปรับใช้เพื่ออธิบายพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีของกลุ่มผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น (กรวินท์ เขมะพันธุ์มนัส และ กนกวรรณ ไทยประดิษฐ์, 2563)

ตารางที่ 2.1 สรุปแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับการใช้

| นักวิชาการ | แนวคิดและทฤษฎี |
|-------------------|---|
| Venkatesh, (2003) | แบบจำลองทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT) เป็นการอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจในการแสดง พฤติกรรมหรือพฤติกรรมการใช้ได้รับอิทธิพล ยกเว้นสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมจากการใช้สำหรับตัวแปรเสริมหรือตัวผัน ความคาดหวัง อิทธิพลทาง |
| Venkatesh, (2012) | แบบจำลองทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT 2) เป็นการอธิบายถึงการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี หรือพฤติกรรมการใช้ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลัก ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลของสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก แรงจูงใจ ด้านความบันเทิง มูลค่าราคา และ ความเคยชิน ทั้งนี้ สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และความเคยชินมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้ |

2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจ (Trust)

Choi and La (2013) ให้ความหมายของความไว้วางใจว่า ความไว้วางใจแสดงถึงความพึ่งพาอาศัยกันหรือความมั่นใจในบางสถานการณ์ ความไว้วางใจสะท้อนให้เห็นความคาดหวังผลลัพธ์ทางบวก ความไว้วางใจแสดงถึง ความเสี่ยงบางประการต่อความคาดหวังของสิ่งที่ได้รับและความไว้วางใจแสดงถึง บางระดับของความไม่แน่นอนต่อผลลัพธ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Ooi and Tan (2016) กล่าวว่า การรับรู้ความไว้วางใจ คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี เป็นไปในทิศทางเดียวกับ Nguyen, Leclerc and LeBlanc (2013) กล่าวว่า การที่ลูกค้าจะมีความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการนั้น ต้องมีความซื่อสัตย์สุจริต ผู้ให้บริการ ควรขายสินค้าหรือบริการ ให้กับลูกค้าด้วยราคาที่เป็นธรรม วางโครงสร้างกำไรตามความเหมาะสม กับคุณภาพของสินค้าและบริการอย่างแท้จริง ควรรักษาคำมั่นสัญญา กับลูกค้าตามที่ตกลงกันอย่างชัดเจน ทั้งในเรื่องของคุณภาพ จำนวน ราคา เงื่อนไข ความรับผิดชอบต่าง ๆ ตามจริง ต้องมีความสามารถในการจัดการแก้ไขปัญหา ผู้ให้บริการควรมีความสามารถในการหาวิธีจัดการแก้ปัญหาให้ตรงกับสาเหตุของปัญหา สามารถคิดค้นหาวิธีที่จะนำมาใช้จัดการแก้ปัญหาโดยศึกษาวิธีจากแหล่งความรู้ต่าง ๆ ต้องมีความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ผู้ให้บริการควรมีการปรับตัวให้ทันกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป หรือโอกาสใหม่ พร้อมต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ผันแปรและแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ซึ่งจะใช้วิธีปรับตัวที่หลากหลายแตกต่างกันไปตามตลาด แต่ละกลุ่มหรือพื้นที่ เช่นเดียวกับ Montazemi and Qahri-Saremi (2015) กล่าวว่าปัจจัยด้านความไว้วางใจยังมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค เนื่องจากเป็นบริการทางด้านการทำธุรกรรมทางการเงิน ความไว้วางใจในความปลอดภัยและการรักษาความเป็นส่วนตัว ไปในทิศทางเดียวกับ Zhou, (2012) ได้กล่าวไว้ว่า การสร้างความไว้วางใจเริ่มแรกต่อผู้ใช้เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับผู้ให้บริการ เพราะผู้ใช้อย่างไม่มีประสบการณ์ในการใช้งานและผู้ให้บริการอาจรับรู้ถึงความเสี่ยงหรือมีความลังเลในใช้บริการในครั้งแรก ความไว้วางใจจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญทางด้านความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับผู้ให้บริการ จากการศึกษาวิจัยของ Teerasakdapong, (2016, p. 73) พบว่าระดับความไว้วางใจในการเลือกสกุลเงินดิจิทัลนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านของผู้ให้บริการ ยิ่งผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือมาก เท่าไรก็จะยิ่งส่งผลต่อการเลือกใช้งานสกุลเงินดิจิทัลไปในทิศทางที่เป็นบวกมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Azmi, Ang and Talib (2016) พบว่าความไว้วางใจในผู้ให้บริการระบบบริการอิเล็กทรอนิกส์ของรัฐส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบด้วย

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจสรุปได้ว่า ความไว้วางใจสะท้อนให้เห็นความคาดหวังผลลัพธ์ทางบวกและแสดงถึง ความเสี่ยงบางประการต่อความคาดหวังของสิ่งที่ได้รับโดยเป็นไปตามความรู้สึก การรับรู้ และข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากผู้ให้บริการหรือระบบบริการอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำหลักแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจของ Ooi and Tan (2016) มาเป็นตัวแปรอิสระในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ และกำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

H1: ปัจจัยทางด้านความไว้วางใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

ตารางที่ 2.2 สรุปแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจ (ต่อ)

| นักวิชาการ | แนวคิดและทฤษฎี |
|------------------------------------|---|
| Zhou, (2012b) | การสร้างความไว้วางใจเริ่มแรกต่อผู้ใช้เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับผู้ให้บริการ เพราะผู้ใช้อาจยังไม่มีประสบการณ์ในการใช้งานและผู้ให้บริการอาจรับรู้ถึงความเสี่ยงหรือมีความลังเลในการใช้บริการ ในครั้งแรก ความไว้วางใจจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญทางด้านความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับผู้ให้บริการ |
| Nguyen, Leclerc and LeBlanc (2013) | การที่ลูกค้าจะมีความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการนั้น ต้องมีความซื่อสัตย์สุจริต ผู้ให้บริการ ควรขายสินค้าหรือบริการ ให้กับลูกค้าด้วยราคาที่เป็นธรรม วางโครงสร้างกำไรตามความเหมาะสม กับคุณภาพของสินค้าและบริการอย่างแท้จริง ควรรักษาคำมั่นสัญญา กับลูกค้าตามที่ตกลงกันอย่างซื่อตรง ทั้งในเรื่องของคุณภาพ จำนวน ราคา เงื่อนไขความรับผิดชอบต่าง ๆ ตามจริง ต้องมีความสามารถในการจัดการแก้ไขปัญหา ผู้ให้บริการควรมีความสามารถในการหาวิธีการแก้ปัญหาให้ตรงกับสาเหตุของปัญหา สามารถคิดค้นหาวิธีที่จะนำมาใช้จัดการแก้ปัญหาโดยศึกษาวิธีจากแหล่งความรู้ต่าง ๆ ต้องมีความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ผู้ให้บริการควรมีการปรับตัวให้ทันกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป หรือโอกาสใหม่ พร้อมต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ผันแปรและแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ซึ่งจะใช้วิธีปรับตัวที่หลากหลายแตกต่างกันไปตามตลาด แต่ละกลุ่มหรือพื้นที่ |

ตารางที่ 2.2 (ต่อ) สรุปแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจ

| นักวิชาการ | แนวคิดและทฤษฎี |
|-----------------------------------|---|
| Choi and La (2013) | ความไว้วางใจแสดงถึงความพึ่งพาอาศัยกันหรือความมั่นใจในบางสถานการณ์ ความไว้วางใจสะท้อนให้เห็นความคาดหวังผลลัพธ์ทางบวก ความไว้วางใจแสดงถึง ความเสี่ยงบางประการต่อความคาดหวังของสิ่งที่ได้รับและความไว้วางใจแสดงถึงบางระดับของความไม่แน่นอนต่อผลลัพธ์ |
| Montazemi and Qahri-Saremi (2015) | ปัจจัยด้านความไว้วางใจยังมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค เนื่องจากเป็นบริการทางด้านการทำธุรกรรมทางการเงิน ความไว้วางใจในความปลอดภัยและการรักษาความเป็นส่วนตัว |
| Ooi and Tan (2016) | การรับรู้ความไว้วางใจ คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี |

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม (Social Influence)

Venkatesh, Thong and Xu (2012) ได้ศึกษาพบว่าปัจจัยทางด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ส่งผลกระทบบต่อความรู้สึกการใช้งาน อิทธิพลทางสังคมมีความสำคัญมากสำหรับเทคโนโลยีการทำงานร่วมกัน เพราะเป็นเทคโนโลยีที่มีความเกี่ยวข้องกับสังคม ซึ่งต่อมา Chan et al, (2012) พบว่าบุคคลผู้มีความสำคัญที่ต่อผู้ใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันภายในองค์กร เช่น เพื่อนร่วมงานและการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงจะทำให้ผู้ใช้รู้สึกอยากใช้ระบบต่อและส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ทางบวกต่อความตั้งใจยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันของบุคคลในองค์กรซึ่งสอดคล้องกับ Khalil and Nasrallah (2014) ได้ศึกษาพบว่าแรงกดดันจากบุคคลรอบข้างที่มีความสำคัญจะส่งผลให้บุคคลเกิดความตั้งใจในการใช้งานเพิ่มมากขึ้น และหากมีการวางแผนทางการตลาดเพื่อเพิ่มอิทธิพลทางสังคมจะเป็นการเพิ่มแรงกดดันให้บุคคลเกิดความตั้งใจในการใช้งานมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Olschewski, Renken, Bullinger and Moslein (2013) เกี่ยวกับการยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกัน โดยมุ่งเน้นการประเมินผลกระทบจากปัจจัยทางด้านอิทธิพลทางสังคมต่อการยอมรับและเลือกที่จะใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกัน โดยผลการวิจัยพบว่าปัจจัยทางด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) มีความสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อ

โดยตรงต่อการยอมรับการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ผลลัพธ์ของงานวิจัยสามารถแสดงให้เห็นว่าอิทธิพลทางสังคมทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศภายในองค์กร จากการศึกษาของงานวิจัยของ Jansorn, (2013) พบว่าการแนะนำของเพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิดส่งผลให้บุคคลเกิดความตั้งใจในการใช้งานระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยเช่นกัน

จากแนวคิดและทฤษฎีด้านอิทธิพลทางสังคมสามารถสรุปได้ว่า อิทธิพลทางสังคม เป็นอิทธิพลของบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เป็นปัจจัยที่มีความสามารถและกระบวนการในการที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ความคิด ความรู้สึก ของผู้อื่นที่มีปฏิสัมพันธ์กันซึ่งหากัน อิทธิพลทางสังคมมีผลอย่างมากต่อการกำหนดพฤติกรรม ทศนคติและการตัดสินใจส่วนหนึ่งเป็นแรงกดดันที่มีผลให้เกิดการคล้อยตาม ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำหลักแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคมของ Venkatesh, Thong and Xu (2012) มาเป็นตัวแปรในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ และกำหนดสมมติฐานการวิจัยดังนี้

H2: ปัจจัยทางด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

ตารางที่ 2.3 สรุปแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม (ต่อ)

| นักวิชาการ | แนวคิดและทฤษฎี |
|--------------------------------|---|
| Venkatesh, Thong and Xu (2012) | ปัจจัยทางด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกการใช้งาน อิทธิพลทางสังคมมีความสำคัญมากสำหรับเทคโนโลยีการทำงานร่วมกัน เพราะเป็นเทคโนโลยีที่มีความเกี่ยวข้องกับสังคม |
| Chan et al, (2012) | บุคคลผู้มีความสำคัญต่อผู้ใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันภายในองค์กร เช่น เพื่อนร่วมงานและการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงจะทำให้ผู้ใช้รู้สึกอยากใช้ระบบต่อและส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ทางบวกต่อความตั้งใจยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันของบุคคลในองค์กร |

ตารางที่ 2.3 (ต่อ) สรุปแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม

| นักวิชาการ | แนวคิดและทฤษฎี |
|--|---|
| Olschewski, Renken, Bullinger and Moslein (2013) | ปัจจัยทางด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) มีความสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ผลลัพธ์ของงานวิจัยสามารถแสดงให้เห็นว่าอิทธิพลทางสังคมทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศภายในองค์กร |
| Jansorn, (2013) | การแนะนำของเพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิด ส่งผลให้บุคคลเกิดความตั้งใจในการใช้งานระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยเช่นกัน |
| Khalil and Nasrallah (2014) | แรงกดดันจากบุคคลรอบข้างที่มีความสำคัญจะส่งผลให้บุคคลเกิดความตั้งใจในการใช้งานเพิ่มมากขึ้น และหากมีการวางแผนทางการตลาดเพื่อเพิ่มอิทธิพลทางสังคมจะเป็นการเพิ่มแรงกดดันให้บุคคลเกิดความตั้งใจในการใช้งานมากขึ้น |

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)

Venkatesh, Thong and Xu (2012) พบว่าเมื่อผู้ใช้งานรู้สึกว่าคุณสมบัติที่ใช้อยู่สามารถใช้งานได้สะดวก เข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อนและไม่ต้องใช้ความพยายามมากแล้ว จะส่งผลให้ทำให้ผู้ใช้แสดงพฤติกรรมการใช้ระบบต่อ สอดคล้องกับ Silic and Back (2013) ซึ่งให้ เห็นว่าการรับรู้ว่าคุณสมบัติสามารถเพิ่มประสิทธิผลและประสิทธิภาพของกระบวนการทำงานได้จะทำให้ผู้ใช้งานเต็มใจที่จะใช้งานเทคโนโลยี ในขณะที่ Chan, Yee-Loong, Chong and Zhou (2012) อธิบายถึงอิทธิพลของปัจจัยในด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพต่อการยอมรับการใช้งานได้เป็นอย่างดี โดยได้ศึกษาการยอมรับและการแพร่กระจายการใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันทั้งหมด 3 ระดับ ขึ้นประเมินที่จะเริ่มที่จะใช้งาน ขึ้นการตัดสินใจใช้งาน และขึ้นการแพร่กระจายไปสู่สมาชิกในกลุ่ม สอดคล้องกับแนวคิดของ Jansorn, (2013) ที่กล่าวว่าบริการที่มีประสิทธิภาพจะเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาทางเลือกในการใช้งาน จากการศึกษาของ Rad, Dahlan, Iahad, Nilashi and Zakaria (2014) พบว่าความคาดหวังที่จะใช้งานเครื่องมือในการทำงานร่วมกันของกลุ่มผู้ใช้งานคือ เครื่องมือ

นั้นสามารถใช้งานง่ายและไม่ต้องใช้ความพยายามมาก ทำให้ผู้ใช้งานเต็มใจที่จะใช้งาน ไปในทิศทางเดียวกับ Mohan, Dialynas, Weake, Liu, Martin-Brown, Florens, Workman, & Abmayr, (2014) พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ในบริบทของการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผู้ใช้งานสามารถทำธุรกรรมได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคาดหวังในประสิทธิภาพสรุปได้ว่าความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) เป็นความต้องการของตัวบุคคลที่มีต่อ แรงจูงใจ ความสามารถของระบบ การรับรู้ถึงประโยชน์ และความคาดหวังในผลลัพธ์ ต่อสิ่งต่าง ๆ ที่ยังไม่เป็นที่ประจักษ์ พฤติกรรมของตัวบุคคลต่อสิ่งต่าง ๆ จะเป็นไปตามผลลัพธ์ที่ได้คาดหวังไว้ ความคาดหวังในประสิทธิภาพสามารถอธิบายได้ว่าตัวบุคคลที่กระทำการยืนยันหรือตัดสินใจ ในเชิงพฤติกรรมนั้น เป็นสิ่งที่เกิดจากความคาดหวัง และความน่าจะเป็นของการตระหนักถึงผลลัพธ์ของคุณค่าและสิ่งที่ต้องการนั่นเอง ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำหลักแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคาดหวังในประสิทธิภาพ ของ Venkatesh, Thong and Xu (2012) มาเป็นตัวแปรอิสระในการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ โดยกำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

H3: ปัจจัยทางด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

ตารางที่ 2.4 สรุปแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังในประสิทธิภาพ (ต่อ)

| นักวิชาการ | แนวคิดและทฤษฎี |
|---------------------------------------|--|
| Venkatesh, Thong and Xu (2012) | เมื่อผู้ใช้งานรู้สึกว่าการใช้เทคโนโลยีที่ใช้อยู่สามารถใช้งานได้สะดวก เข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อนและไม่ต้องใช้ความพยายามมากแล้ว จะส่งผลให้ทำให้ผู้ใช้แสดงพฤติกรรมการใช้ระบบต่อ |
| Chan, Yee-Loong Chong and Zhou (2012) | ปัจจัยในด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพต่อการยอมรับการใช้งานได้เป็นอย่างดี โดยได้ศึกษาการยอมรับและการแพร่กระจายการใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันทั้งหมด 3 ระดับ ชั้นประเมินที่จะเริ่มที่จะใช้งาน ชั้นการตัดสินใจใช้งาน และชั้นการแพร่กระจายไปสู่สมาชิกในกลุ่ม |

ตารางที่ 2.4 (ต่อ) สรุปแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังในประสิทธิภาพ

| นักวิชาการ | แนวคิดและทฤษฎี |
|---|--|
| Silic and Back (2013) | การรับรู้ว่าคุณเทคโนโลยีสามารถเพิ่มประสิทธิผลและประสิทธิภาพของกระบวนการทำงานได้จะทำให้ผู้ใช้งานเต็มใจที่จะใช้งานเทคโนโลยี |
| Jansorn, (2013) | บริการที่มีประสิทธิภาพจะเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาทางเลือกในการใช้งาน |
| Rad, Dahlan, Iahad, Nilashi and Zakaria (2014) | ความคาดหวังที่จะใช้งานเครื่องมือในการทำงานร่วมกันของกลุ่มผู้ใช้งานคือ เครื่องมือนั้นสามารถใช้งานง่ายและไม่ต้องใช้เวลาพยายามมาก ทำให้ผู้ใช้งานเต็มใจที่จะใช้งาน |
| Mohan, Dialynas, Weake, Liu, Martin-Brown, Florens, Workman, & Abmayr, (2014) | ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ในบริบทของการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผู้ใช้งานสามารถทำธุรกรรมได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ |

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy)

Venkatesh, Thong and Xu (2012) พบว่า ความคาดหวังในความพยายามส่งผลต่อการใช้งานที่มีนัยสำคัญและพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยี นอกจากนี้ความคาดหวังในความพยายามจะประกอบไปด้วย การรับรู้ความง่ายในการใช้ ความซับซ้อนของนวัตกรรม และระดับความง่ายในการใช้ เช่นเดียวกับ Rad, Dahlan, Iahad, Nilashi and Zakaria (2014) พบว่าความคาดหวังที่จะใช้งานเครื่องมือในการทำงานร่วมกันของกลุ่มผู้ใช้งาน คือ เครื่องมือนั้นสามารถใช้งานง่ายและไม่ต้องใช้เวลาพยายามมาก ทำให้ผู้ใช้งานเต็มใจที่จะใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Khalil and Nasrallah (2014) พบว่า เมื่อการใช้งานระบบใช้ความพยายามน้อย จะยิ่งส่งผลให้บุคคลเกิดความตั้งใจในการใช้งานมากขึ้น นอกจากนี้ หากระบบใหม่มีความคล้ายคลึงกับระบบเดิมที่มีอยู่ ระบบนั้นควรเป็นระบบที่สามารถเรียนรู้ได้ง่าย และใช้งานได้ง่าย ส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการใช้งานเพิ่มมากขึ้น

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังในความพยายามสรุปได้ว่าความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) คือการรับรู้ประโยชน์ของการใช้งานเทคโนโลยี ที่สามารถเรียนรู้และเข้าใจในระบบการทำงานของเทคโนโลยี ที่มีการรับรู้ความง่ายในการใช้ ไม่ซับซ้อน และระดับความง่ายในการใช้งาน ยังมีประสบการณ์ในการใช้งานมากขึ้นยิ่งจะส่งผลให้มีความตั้งใจที่จะใช้

งานเทคโนโลยีเพิ่มขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำหลักแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังในความพยายาม Venkatesh, Thong and Xu (2012) มาเป็นตัวแปรอิสระในการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ โดยกำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

H4: ปัจจัยทางด้านความคาดหวังในความพยายาม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้สกุลเงินดิจิทัล

ตารางที่ 2.5 สรุปแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังในความพยายาม

| นักวิชาการ | แนวคิดและทฤษฎี |
|--------------------------------|---|
| Venkatesh, Thong and Xu (2012) | ความคาดหวังในความพยายามส่งผลต่อการใช้งานที่มีนัยสำคัญและพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยี นอกจากนี้ความคาดหวังในความพยายามจะประกอบไปด้วย การรับรู้ความง่ายในการใช้ ความซับซ้อนของนวัตกรรม และระดับความง่ายในการใช้ |
| Nilashi and Zakaria (2014) | ความคาดหวังที่จะใช้งานเครื่องมือในการทำงานร่วมกันของกลุ่มผู้ใช้งาน คือ เครื่องมือนั้นสามารถใช้งานง่ายและไม่ต้องใช้ความพยายามมาก ทำให้ผู้ใช้งานเต็มใจที่จะใช้งาน |
| Khalil and Nasrallah (2014) | เมื่อการใช้งานระบบใช้ความพยายามน้อย จะยิ่งส่งผลให้บุคคลเกิดความตั้งใจในการใช้งานมากขึ้น นอกจากนี้ หากระบบใหม่มีความคล้ายคลึงกับระบบเดิมที่มีอยู่ ระบบนั้นควรเป็นระบบที่สามารถเรียนรู้ได้ง่าย และใช้งานได้ง่าย ส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการใช้งานเพิ่มมากขึ้น |

2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Condition)

Venkatesh, Thong and Xu (2012) พบว่า สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานส่งผลต่อทั้งความตั้งใจ การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ความเหมาะสมกับผู้ใช้งาน และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก สอดคล้องกับ Rad, Dahlan, Iahad, Nilashi and Zakaria (2014) พบว่าปัจจัยทางด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน เป็นหนึ่งในปัจจัยที่ควบคุมเกี่ยวกับความเชื่อของผู้ใช้งานเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความตั้งใจที่จะใช้การใช้นเทคโนโลยี เช่นเดียวกับ Nilashi and Zakaria (2014) ที่ว่าปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อของบุคคลที่มีผลกระทบต่อความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยี เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยีในขณะที่ Yeh and Tseng (2017) พบว่าสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน ยังมีปัจจัยที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้งานหรือทำให้ผู้ใช้รู้สึกปลอดภัยอาจส่งผลให้เกิดการใช้งานง่ายขึ้น รวมทั้งการศึกษาการยอมรับการใช้งานระบบ ไปในทิศทางเดียวกับ Guo, (2015) พบว่าสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน คือ ความตั้งใจที่จะใช้งานสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ส่งผลต่อความปลอดภัยของตัวบุคคลให้เกิดการใช้งานที่สะดวก การที่บริการมีระบบสนับสนุนการใช้งานเพิ่มมากขึ้นจะช่วยส่งผลให้ผู้ใช้เกิดความยินดีที่จะใช้งานมากยิ่งขึ้น และการมีสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานที่ดีขึ้น จะทำให้ผู้ใช้รู้สึกเกิดความพึงพอใจที่มีต่อบริการและมีโอกาสที่จะเกิดการใ้ใช้งานง่ายยิ่งขึ้น

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกสรุปได้ว่าสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions) คือ ระดับความเชื่อที่ว่าสิ่งอำนวยความสะดวกจะสนับสนุนในการใช้งานระบบ เป็นปัจจัยที่จะช่วยให้ผู้ใช้งาน รู้สึกปลอดภัยและใช้งานง่าย ผู้ใช้งานระบบจะมีความคาดหวังสูงต่อประสิทธิภาพในการใช้งานขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยี ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำหลักแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ประกอบไปด้วย การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ความเหมาะสมกับผู้ใช้งาน สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกของ Venkatesh, Thong and Xu (2012) มาเป็นตัวแปรอิสระในการศึกษานี้ โดยกำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

H5: ปัจจัยทางด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

ตารางที่ 2.6 สรุปแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก

| นักวิชาการ | แนวคิดและทฤษฎี |
|--|---|
| Venkatesh, Thong and Xu (2012) | สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานส่งผลต่อทั้งความตั้งใจ การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ความเหมาะสมกับผู้ใช้งาน และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก |
| Rad, Dahlan, Iahad, Nilashi and Zakaria (2014) | ปัจจัยทางด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน เป็นหนึ่งในปัจจัยที่ควบคุมเกี่ยวกับความเชื่อของผู้ใช้งานเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความตั้งใจที่จะใช้การใช้งานเทคโนโลยี |
| Guo et al, (2015) | สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน คือความตั้งใจที่จะใช้งานสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อความปลอดภัยของตัวบุคคลให้เกิดการใช้งานที่สะดวก การที่บริการมีระบบสนับสนุนการใช้งานเพิ่มมากขึ้นจะช่วยส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความยินดีที่จะใช้งานมากยิ่งขึ้น และการมีสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานที่ดีขึ้น จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกที่ดีต่อบริการและมีโอกาสที่จะเกิดการใช้งานง่ายยิ่งขึ้น |
| Yeh and Tseng (2017) | สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน ยังมีปัจจัยที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้งานหรือทำให้ผู้บริโภครู้สึกปลอดภัยอาจส่งผลให้เกิดการใช้งานง่ายขึ้น รวมทั้งการศึกษารายการยอมรับการใช้งานระบบ |

2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับมูลค่าตามราคา (Price Value)

Venkatesh, Thong and Xu (2012) พบว่า มูลค่าตามราคา (Price Value) เป็นทักษะการเปรียบเทียบและกระบวนการความรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายและประโยชน์ที่ได้รับสำหรับการใช้ประโยชน์นั้นทำให้ ปัจจัยด้านมูลค่าราคามีความสำคัญต่อผู้บริโภคในการใช้เทคโนโลยี การสร้างมูลค่าราคาเป็นส่วนเสริมทางทฤษฎีที่สำคัญในแบบจำลอง UTAUT2 ควบคู่ไปกับนิสัยและแรงจูงใจทางอารมณ์ ที่สำคัญในแง่ของมูลค่าราคาของผู้ใช้เทคโนโลยี ส่วนปัจจัยของบุคคลต้องแบกรับภาระต้นทุนในการใช้เทคโนโลยีในการบริโภค มูลค่าราคาเป็นตัวทำนายเชิงบวกของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่จะใช้เทคโนโลยีในการรับรู้ประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีมีมากกว่า การรับรู้ต้นทุนทางการเงินที่เกิดขึ้นจากการใช้เทคโนโลยี สอดคล้องกับ Kuttimani, Nripendra and Yogesh (2018) พบว่า มูลค่าตามราคาเป็นสิ่งสำคัญของการสร้างมูลค่าราคาในการกำหนดความตั้งใจใช้เชิงพฤติกรรมของแต่ละบุคคลในการใช้เทคโนโลยี เช่นเดียวกับ Baptista and Oliveira (2017) พบว่า การรับรู้ถึงคุณค่าด้านราคา เป็นการที่ผู้บริโภคเห็นว่าค่าธรรมเนียมในการใช้บริการสมเหตุสมผล ถูกกว่า รู้สึกคุ้มค่า เหมาะสมที่จะจ่ายออกไปถ้ามีการใช้ที่มากขึ้น จากการรับรู้คุณค่าด้านราคามีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับมูลค่าตามราคาสรุปได้ว่ามูลค่าตามราคา (Price Value) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้เทคโนโลยี ในการรับรู้ถึงมูลค่าตามราคาจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของผู้บริโภค รวมไปถึงทางด้านอารมณ์ นิสัย และแรงจูงใจ การรับรู้ถึงความคุ้มค่าในการใช้ประโยชน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมต่อความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยี ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับมูลค่าตามราคาของ Venkatesh, Thong and Xu (2012) มาเป็นตัวแปรอิสระในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ โดยกำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

H6: ปัจจัยทางด้านมูลค่าตามราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

ตารางที่ 2.7 สรุปแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับมูลค่าตามราคา

| นักวิชาการ | แนวคิดและทฤษฎี |
|--|---|
| Venkatesh, Thong and Xu (2012) | <p>มูลค่าตามราคา (Price Value) เป็นทักษะการเปรียบเทียบและกระบวนการความรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายและประโยชน์ที่ได้รับสำหรับการใช้ประโยชน์นั้นทำให้ ปัจจัยด้านมูลค่าราคามีความสำคัญต่อผู้บริโภคในการใช้เทคโนโลยี การสร้างมูลค่าราคาเป็นส่วนเสริมทางทฤษฎีที่สำคัญในแบบจำลอง UTAUT2 ควบคู่ไปกับนิสัยและแรงจูงใจทางอารมณ์ ที่สำคัญในแง่ของมูลค่าราคาของผู้ใช้เทคโนโลยี ส่วนปัจจัยของบุคคลต้องแบกรับภาระต้นทุนในการใช้เทคโนโลยีในการบริโภค มูลค่าราคาเป็นตัวทำนายเชิงบวกของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่จะใช้เทคโนโลยีในการรับรู้ประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยี มีมากกว่าการรับรู้ต้นทุนทางการเงินที่เกิดขึ้นจากการใช้เทคโนโลยี</p> |
| Baptista and Oliveira (2017) | <p>การรับรู้ถึงคุณค่าด้านราคา เป็นการที่ผู้บริโภคเห็นว่าค่าธรรมเนียมในการใช้บริการสมเหตุสมผล ถูกกว่า รู้สึกคุ้มค่า เหมาะสมที่จะจ่ายออกไปถ้ามีการใช้ที่มากขึ้น จากการรับรู้คุณค่าด้านราคามีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์</p> |
| Kuttimani, Nripendra and Yogesh (2018) | <p>มูลค่าตามราคาเป็นสิ่งสำคัญของการสร้างมูลค่าราคาในการกำหนดความตั้งใจใช้เชิงพฤติกรรมของแต่ละบุคคลในการใช้เทคโนโลยี</p> |

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.8.1 ปัจจัยทางด้านความไว้วางใจ

สุธาสิณี ตูลานนท์ (2562) จากการศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ พบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญชย์ กาพเนตร และ ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2564) เรื่องโมเดลการยอมรับเทคโนโลยี และความไว้วางใจที่มีผลต่อการใช้บริการ เอสซีบี อีซี พบว่า ความไว้วางใจต่อการบริการโมบายแบงก์กิ้ง เอสซีบี อีซี มีผลต่อการใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้งเอสซีบี อีซี ซึ่งไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ จิรายุทธ์ ธารธรรุ่งเรือง และ พัฒน์ พัฒนรังสรรค์ (2563) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของธนาคารแห่งประเทศไทย

2.8.2 ปัจจัยทางด้านอิทธิพลทางสังคม

อานนท์ หย่องฮวย และ อานนท์ ทับเที่ยง (2562) จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจ พบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ส่งผลต่อการยอมรับการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กรวินท์ เขมะพันธุ์มันัส และ กนกวรรณ ไทยประดิษฐ์ (2563) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับร้านอาหารออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดตรัง พบว่า อิทธิพลของสังคมส่งผลต่อการยอมรับร้านอาหารออนไลน์ของผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ ชรินทร์ เขียวรัตนา (2563) เรื่องปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ตโฟน กรณีศึกษาลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ตโฟน

2.8.3 ปัจจัยทางด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ

วิริยาภรณ์ เตชะกฤตธีรพงศ์ (2558) จากการศึกษาเรื่องปัจจัยการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันของบุคลากรในองค์กร พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ส่งผลให้เกิดการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันของบุคลากรในองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชรินทร์ เขียวรัตนา (2563) เรื่องปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ตโฟน กรณีศึกษา ลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ตโฟน ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ ปฐวี ฉลวยสิงหะ ฉวีสุข และ ณ์ฐพล พันธวงค์ (2558) เรื่องการประยุกต์ใช้ทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) และส่วนขยายทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2) กับการทำ

ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ส่งผลต่อการยอมรับใช้งานการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต

2.8.4 ปัจจัยทางด้านความคาดหวังในความพยายาม

ชรินทร์ เขียววรรณา (2563) จากการศึกษาเรื่องปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ทโฟน กรณีศึกษา ลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายามส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ทโฟน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฐวี ฉลวยสิงหะ ฉวีสุข และ ณัฐพล พันธวุฒ์ (2558) เรื่องการประยุกต์ใช้ทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) และส่วนขยายทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2) กับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ส่งผลต่อการยอมรับใช้งานการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ อานนท์ หย่องฮวย และ อานนท์ ทับเที่ยง (2562) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจ พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายามส่งผลต่อการยอมรับการเชื่อมโยงข้อมูลภาครัฐ

2.8.5 ปัจจัยทางด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวก

เกียรติกร เทียนธรรมชาติ (2558) จากการศึกษาเรื่องอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล (บิตคอยน์) ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร พบว่า สภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล (บิตคอยน์) ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของ กรวิวิท เขมะพันธุ์มโนส และ กนกวรรณ ไทยประดิษฐ์ (2563) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับร้านอาหารออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดตรัง พบว่า สภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกส่งผลต่อการยอมรับร้านอาหารออนไลน์ของผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ ชรินทร์ เขียววรรณา (2563) เรื่อง ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ทโฟน กรณีศึกษา ลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ทโฟน

2.8.6 ปัจจัยทางด้านมูลค่าตามราคา

ชรินทร์ เขียววรรณา (2563) จากการศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ทโฟน กรณีศึกษาลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานบริการพร้อมเพย์ของประชาชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฐวี ฉลวยสิงหะ ฉวีสุข และ ณัฐพล พันธวุฒ์ (2558) เรื่องการประยุกต์ใช้ทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) และส่วน

ขยายทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2) กับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคาส่งผลในการยอมรับการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ วรรณมา แซ่ตัน (2560) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โมบายแอปบริการรับ-ส่งสินค้าด่วนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคาส่งผลต่อการใช้งานระบบแอปบริการรับ-ส่งสินค้าด่วนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร



สรุปการทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 2.8 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทบทวนวรรณกรรม

| ชื่อผู้วิจัย | ชื่อวิจัย | ตัวแปรอิสระ | | | | | | ตัวแปรตาม |
|--|---|--------------------------------|-----------------------------------|--|---|----------------------------|-----------------------------|------------------------------------|
| | | ปัจจัยด้าน ความ ไว้วางใจ | ปัจจัยด้าน อิทธิพล ทางสังคม | ปัจจัยด้านความ คาดหวังใน ประสิทธิภาพ | ปัจจัยด้านความ คาดหวังใน ความพยายาม | สภาพสิ่ง อำนวยความสะดวก | ปัจจัยด้าน มูลค่าตามราคา | การตัดสินใจ ยอมรับการใช้ งาน |
| กรวินท์ เขมะพันธุ์ มนัส และ กนกวรรณ ไทย ประดิษฐ์ (2563) | ปัจจัยที่ส่งผลต่อการ ยอมรับร้านอาหาร ออนไลน์ของผู้สูงอายุใน จังหวัดตรัง | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| สุธาสินี ตูลานนท์ (2562) | การยอมรับเทคโนโลยีที่ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ สินค้าออนไลน์ของ ผู้สูงอายุ | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✓ |

หมายเหตุ: ✓ หมายถึง มีการศึกษาวิจัยในตัวแปรนั้นๆ

✗ หมายถึง ไม่มีการศึกษาวิจัยในตัวแปรนั้นๆ

ตารางที่ 2.8 (ต่อ) สรุปรงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทบทวนวรรณกรรม

| ชื่อผู้วิจัย | ชื่อวิจัย | ตัวแปรอิสระ | | | | | | ตัวแปรตาม |
|---|--|--------------------------------|-----------------------------------|--|---|----------------------------|-----------------------------|------------------------------------|
| | | ปัจจัยด้าน ความ ไว้วางใจ | ปัจจัยด้าน อิทธิพล ทางสังคม | ปัจจัยด้านความ คาดหวังใน ประสิทธิภาพ | ปัจจัยด้านความ คาดหวังใน ความพยายาม | สภาพสิ่ง อำนวยความสะดวก | ปัจจัยด้าน มูลค่าตามราคา | การตัดสินใจ ยอมรับการใช้ งาน |
| อานนท์ หย่องฮวย และ อานนท์ ทับ เที่ยง (2562) | ปัจจัยที่มีผลต่อการ ยอมรับการเชื่อมโยง ข้อมูลระหว่างหน่วยงาน ภาครัฐและภาคธุรกิจ | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ | ✗ | ✗ | ✓ |
| ธัญชัช กาพเนตร และ ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2564) | โมเดลการยอมรับ เทคโนโลยี และความ ไว้วางใจที่มีผลต่อการ ใช้ บริการ เอสซีบี อีซี | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✓ |

หมายเหตุ: ✓ หมายถึง มีการศึกษาวิจัยในตัวแปรนั้นๆ

✗ หมายถึง ไม่มีการศึกษาวิจัยในตัวแปรนั้นๆ

ตารางที่ 2.8 (ต่อ) สรุปรงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทบทวนวรรณกรรม

| ชื่อผู้วิจัย | ชื่อวิจัย | ตัวแปรอิสระ | | | | | | ตัวแปรตาม |
|--|--|--------------------------------|-----------------------------------|--|---|----------------------------|-----------------------------|------------------------------------|
| | | ปัจจัยด้าน ความ ไว้วางใจ | ปัจจัยด้าน อิทธิพล ทางสังคม | ปัจจัยด้านความ คาดหวังใน ประสิทธิภาพ | ปัจจัยด้านความ คาดหวังใน ความพยายาม | สภาพสิ่ง อำนวยความสะดวก | ปัจจัยด้าน มูลค่าตามราคา | การตัดสินใจ ยอมรับการใช้ งาน |
| จิรายุทธ์ ธารธรรมรุ่ง เรือง และ พัฒน์ พัฒนรังสรรค์ (2563) | ปัจจัยที่ส่งผลต่อการ ตัดสินใจใช้สกุลเงิน ดิจิทัลของธนาคารแห่ง ประเทศไทย | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✓ |
| วิริยาภรณ์ เตชะก ฤตธีรพงศ์ (2558) | ปัจจัยการยอมรับการใช้ งานเทคโนโลยีการ ทำงานร่วมกันของ บุคลากรในองค์กร | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✗ | ✓ |

หมายเหตุ: ✓ หมายถึง มีการศึกษาวิจัยในตัวแปรนั้นๆ

✗ หมายถึง ไม่มีการศึกษาวิจัยในตัวแปรนั้นๆ

ตารางที่ 2.8 (ต่อ) สรุปรงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทบทวนวรรณกรรม

| ชื่อผู้วิจัย | ชื่อวิจัย | ตัวแปรอิสระ | | | | | | ตัวแปรตาม |
|------------------------------|---|--------------------------------|-----------------------------------|--|---|----------------------------|-----------------------------|------------------------------------|
| | | ปัจจัยด้าน ความ ไว้วางใจ | ปัจจัยด้าน อิทธิพล ทางสังคม | ปัจจัยด้านความ คาดหวังใน ประสิทธิภาพ | ปัจจัยด้านความ คาดหวังใน ความพยายาม | สภาพสิ่ง อำนวยความสะดวก | ปัจจัยด้าน มูลค่าตามราคา | การตัดสินใจ ยอมรับการใช้ งาน |
| ชรินทร์ เขียวรัตน์ (2563) | ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ตโฟน กรณีศึกษา ลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

หมายเหตุ: ✓ หมายถึง มีการศึกษาวิจัยในตัวแปรนั้นๆ

✗ หมายถึง ไม่มีการศึกษาวิจัยในตัวแปรนั้นๆ

ตารางที่ 2.8 (ต่อ) สรุปรงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทบทวนวรรณกรรม

| ชื่อผู้วิจัย | ชื่อวิจัย | ตัวแปรอิสระ | | | | | | ตัวแปรตาม |
|---|--|--------------------------------|-----------------------------------|--|---|----------------------------|-----------------------------|------------------------------------|
| | | ปัจจัยด้าน ความ ไว้วางใจ | ปัจจัยด้าน อิทธิพล ทางสังคม | ปัจจัยด้านความ คาดหวังใน ประสิทธิภาพ | ปัจจัยด้านความ คาดหวังใน ความพยายาม | สภาพสิ่ง อำนวยความสะดวก | ปัจจัยด้าน มูลค่าตามราคา | การตัดสินใจ ยอมรับการใช้ งาน |
| ปฐวี ฉลวย สิงหะ ฉวีสุข และ ณิชพล พันธ์วงศ์ (2558) | การประยุกต์ใช้ทฤษฎี รวมการยอมรับการใช้ เทคโนโลยี (UTAUT) และส่วนขยายทฤษฎีรวม การยอมรับการใช้ เทคโนโลยี (UTAUT2) กับการทำธุรกรรมทาง อิเล็กทรอนิกส์ | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

หมายเหตุ: ✓ หมายถึง มีการศึกษาวิจัยในตัวแปรนั้นๆ

✗ หมายถึง ไม่มีการศึกษาวิจัยในตัวแปรนั้นๆ

ตารางที่ 2.8 (ต่อ) สรุปรงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทบทวนวรรณกรรม

| ชื่อผู้วิจัย | ชื่อวิจัย | ตัวแปรอิสระ | | | | | | ตัวแปรตาม |
|------------------------------------|---|--------------------------------|-----------------------------------|--|---|----------------------------|-----------------------------|------------------------------------|
| | | ปัจจัยด้าน ความ ไว้วางใจ | ปัจจัยด้าน อิทธิพล ทางสังคม | ปัจจัยด้านความ คาดหวังใน ประสิทธิภาพ | ปัจจัยด้านความ คาดหวังใน ความพยายาม | สภาพสิ่ง อำนวยความสะดวก | ปัจจัยด้าน มูลค่าตามราคา | การตัดสินใจ ยอมรับการใช้ งาน |
| เกียรติกร เทียน ธรรมชาติ (2558) | อิทธิพลต่อการตัดสินใจ ยอมรับใช้เงินดิจิทัล (บิทคอยน์) ของผู้บริโภค กลุ่ม Millennials ใน กรุงเทพมหานคร | ✗ | ✓ | ✗ | ✗ | ✓ | ✗ | ✓ |

หมายเหตุ: ✓ หมายถึง มีการศึกษาวิจัยในตัวแปรนั้นๆ

✗ หมายถึง ไม่มีการศึกษาวิจัยในตัวแปรนั้นๆ



ตารางที่ 2.8 (ต่อ) สรุปรงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทบทวนวรรณกรรม

| ชื่อผู้วิจัย | ชื่อวิจัย | ตัวแปรอิสระ | | | | | | ตัวแปรตาม |
|-------------------------|---|--------------------------------|-----------------------------------|--|---|----------------------------|-----------------------------|------------------------------------|
| | | ปัจจัยด้าน ความ ไว้วางใจ | ปัจจัยด้าน อิทธิพล ทางสังคม | ปัจจัยด้านความ คาดหวังใน ประสิทธิภาพ | ปัจจัยด้านความ คาดหวังใน ความพยายาม | สภาพสิ่ง อำนวยความสะดวก | ปัจจัยด้าน มูลค่าตามราคา | การตัดสินใจ ยอมรับการใช้ งาน |
| วรรณภา แซ่ตัน (2560) | ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการใช้โมบาย แอปบริการรับ-ส่งสินค้า ด่วนของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

หมายเหตุ: ✓ หมายถึง มีการศึกษาวิจัยในตัวแปรนั้นๆ

✗ หมายถึง ไม่มีการศึกษาวิจัยในตัวแปรนั้นๆ

ดังนั้นจากการศึกษาหลักการแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่และเปิดโอกาสให้แก่ผู้ประกอบการสามารถนำมาปรับใช้ในการกำหนดกลยุทธ์และวางแผนธุรกิจให้สามารถดำเนินไปอย่างต่อเนื่องในอนาคตให้สอดคล้องกับมุมมองโลกยุค 4.0

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัลโดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ (Primary data) และทุติยภูมิ (Secondary data) มีรายละเอียดของขั้นตอนวิธีการดำเนินการวิจัย ตามลำดับดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มที่สนใจเงินดิจิทัล Facebook Group จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่ม คริปโตเคอเรนซี, เงินดิจิทัล, บิทคอย ที่มีผู้ติดตาม 23,000 คน (2) กลุ่ม Bitcoin Crypto Thailand พุดคุยข่าวสาร คริปโต บิทคอยน์ ที่มีผู้ติดตาม 610,000 คน และ (3) (Bitcoin Crypto แชร่เรื่องราวคริปโต มีผู้ติดตาม 120,000 คน รวมประชากร Facebook Group ทั้ง 3 กลุ่ม เป็น 753,000 คน (สืบค้น ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2565)

3.1.2 การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจากสูตรการคำนวณของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967) ใช้ในกรณีที่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน โดยมีจำนวนประชากร 753,000 คน ที่ระดับความคลาดเคลื่อน ไม่เกิน 0.05 การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง มีรายละเอียดดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

n แทน จำนวนตัวอย่าง

N แทน จำนวนประชากร

e แทน ค่าสัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่สามารถยอมรับได้ โดยกำหนดให้ค่าความคลาดเคลื่อน เท่ากับ 0.05

วิธีการคำนวณ ดังนี้

$$n = \frac{753,000}{1+753,000(0.05)^2}$$

$$= 399.79 \text{ ตัวอย่าง}$$

ดังนั้น ตัวอย่างที่ประมาณค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 อย่างน้อยต้องมี 399 ตัวอย่างและเพื่อป้องกันกรณีตัวอย่างให้ข้อมูลไม่ครบถ้วน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้ตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

3.1.3 การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของสถานการณ์โควิด จึงส่งผลกระทบต่อในการสำรวจข้อมูล ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกสุ่มตัวอย่างแบบใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธี แบบแบ่งเป็นชั้นภูมิ (Stratified Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่าง โดยแยกประชากรออกเป็นกลุ่มประชากรย่อย ๆ แล้วสุ่มอย่างง่ายเพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของขนาดกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มประชากร ในสื่อสังคมออนไลน์ที่สนใจสกุลเงินดิจิทัล ผ่านช่องทาง Facebook Group 3 กลุ่ม ที่เกี่ยวข้องกับสกุลเงินดิจิทัล ได้แก่ (1) กลุ่ม คริปโตเคอเรนซีเงินดิจิทัล บิทคอย (2) กลุ่ม Bitcoin Crypto Thailand พุดคุยข่าวสาร คริปโต บิทคอยน์ (3) Bitcoin Crypto แชร่เรื่องราวคริปโต โดยสาเหตุที่เลือกใช้ Facebook Group จำนวน 3 กลุ่มนี้ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับสกุลเงินดิจิทัล ทำให้ได้ข้อมูลที่ตรงตามความต้องการของผู้ที่สนใจในสกุลเงินดิจิทัลที่มีผู้ติดตามมากที่สุดจำนวน 3 กลุ่ม โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนสมาชิกของกลุ่มที่สนใจสกุลเงินดิจิทัล

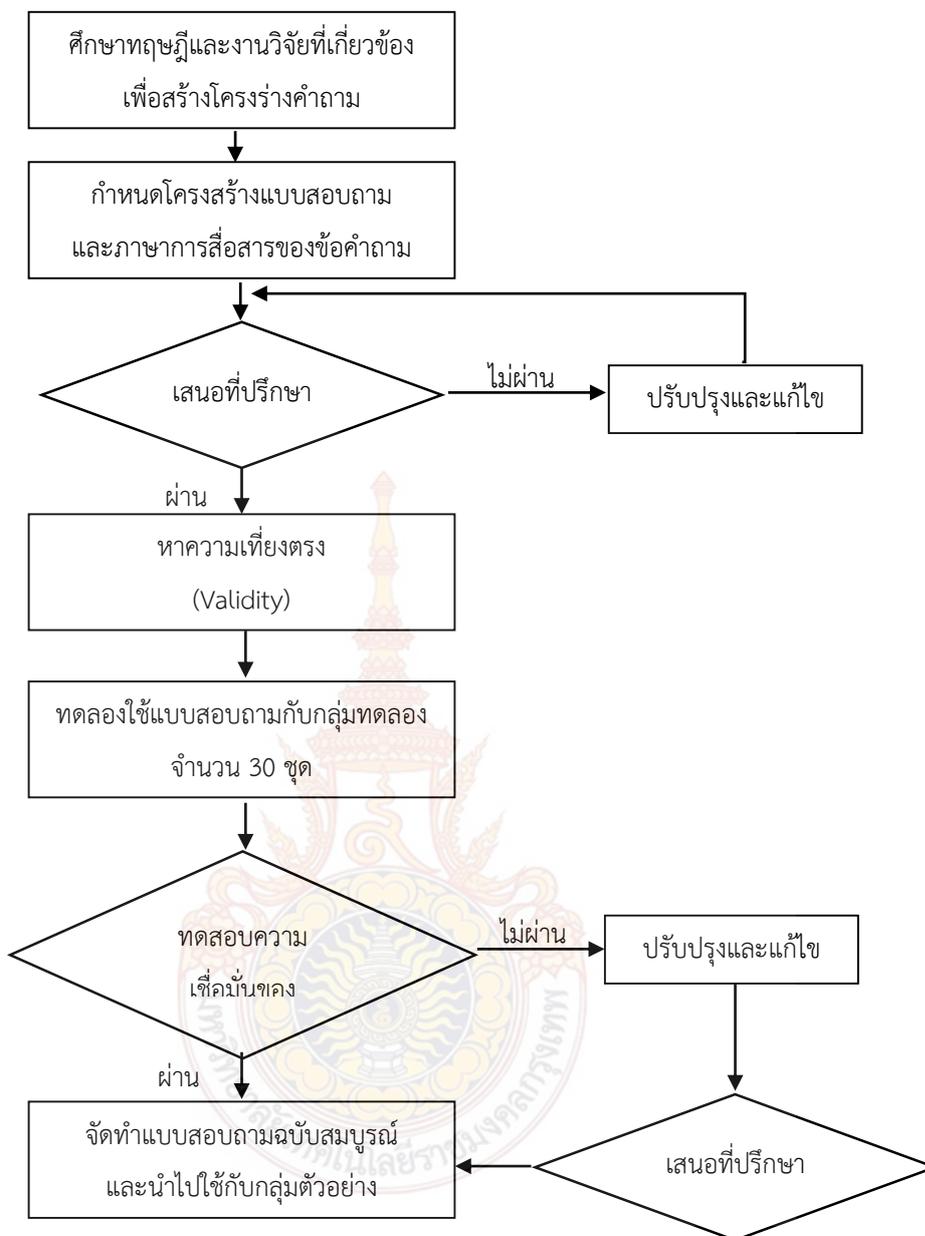
| ชื่อกลุ่มที่สนใจสกุลเงินดิจิทัล | จำนวนสมาชิก | จำนวนผู้ร่วมตัวอย่าง |
|--|-------------|----------------------|
| 1. คริปโตเคอเรนซี, เงินดิจิทัล, บิทคอย | 23,000 | 12 |
| 2. Bitcoin Crypto Thailand พุดคุยข่าวสาร คริปโต บิทคอยน์ | 610,000 | 324 |
| 3. Bitcoin Crypto แชนร์เรื่องราวคริปโต | 120,000 | 64 |
| รวม | 753,000 | 400 |

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire) เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

3.2.1 ศึกษาทฤษฎี เอกสาร งานวิจัย และตำราต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องนี้ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างข้อคำถาม

3.2.2 กำหนดโครงสร้างแบบสอบถาม ข้อคำถาม ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ สมมติฐานและกรอบแนวความคิดโดยขอบเขตแบบสอบถามนั้นจะต้องเกี่ยวข้องกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ อธิปไตยทางสังคม ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าตามราคา และการยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล จากนั้นผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องในเนื้อหาและปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำให้มีความถูกต้องและเหมาะสม โดยมีขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามดังภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

3.2.3 แบบสอบถามการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสอบถาม เพื่อให้ครอบคลุมทุกตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด 9 ส่วนและเป็นคำถามปลายเปิด 1 ส่วน โดยแบ่งแบบสอบถามในการวิจัยออกเป็น 10 ส่วนดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะแบบ ตรวจสอบรายการ (Check List) และเป็นคำถามปลายปิด ได้แก่ เพศ อายุ เป็นแบบสอบถามเพียงหนึ่งคำตอบ (Single Choice Questions)

ข้อ 1: เพศ แบบสอบถามมีลักษณะคำถามที่มีคำตอบ 3 ตัวเลือก (Dichotomous Questions) เป็นข้อมูลแบบที่ระบุถึงตัวบุคคล ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อ 2: อายุ แบบสอบถามมีลักษณะคำถามที่มีหลายคำตอบ (Multiple Choice Questions) เป็นข้อมูลแบบที่ระบุถึงตัวบุคคล ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale) ซึ่งจะกำหนดช่วงอายุตามยุคสมัยของกลุ่มคน (Generation) โดยมีรายละเอียดช่วงอายุดังนี้ Gen Z อายุระหว่าง 15-20 ปี, Gen Y อายุระหว่าง 21-37 ปี, Gen X อายุระหว่าง 38-53 ปี และ Baby Boomer หรือ Gen B อายุ 54 ปีขึ้นไป (กระทรวงสาธารณสุข, 2563)

แบบสอบถามส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล

แบบสอบถามส่วนที่ 3 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับ ความไว้วางใจ มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

แบบสอบถามส่วนที่ 4 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับ อิทธิพลทางสังคม ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ได้แก่ บรรทัดฐานบุคคลโดยรอบ ปัจจัยด้านสังคม

แบบสอบถามส่วนที่ 5 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ ความสามารถของระบบ แรงจูงใจภายนอก ความคาดหวังในผลลัพธ์

แบบสอบถามส่วนที่ 6 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับ ความคาดหวังในความพยายามที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ความซับซ้อนของนวัตกรรม ระดับความง่ายในการใช้

แบบสอบถามส่วนที่ 7 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับ สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ได้แก่ การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ความเหมาะสมกับผู้ใช้

แบบสอบถามส่วนที่ 8 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับ มูลค่าตามราคา ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ได้แก่ ความสำคัญของมูลค่า

แบบสอบถามส่วนที่ 9 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับ การตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล โดยลักษณะของแบบสอบถามส่วนที่ 3 ถึงแบบสอบถามส่วนที่ 9 เป็นแบบคำถามปลายปิดแบบมาตราส่วนที่เป็นการประเมินค่าคำตอบ (Rating Scale Questions) ซึ่งเป็นการวัด ระดับข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

| | |
|------------|---------|
| มากที่สุด | 5 คะแนน |
| มาก | 4 คะแนน |
| ปานกลาง | 3 คะแนน |
| น้อย | 2 คะแนน |
| น้อยที่สุด | 1 คะแนน |

แบบสอบถามส่วนที่ 10 แบบสอบถามลักษณะปลายเปิด เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.2.4 การตรวจวัดคุณภาพเครื่องมือในการศึกษาคั้งนี้ ได้มีการตรวจวัดคุณภาพเครื่องมือของแบบสอบถาม ดังนี้

3.2.4.1 ทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยรับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ (1) ดร.อิพันธ์ วรรณสุริยะ (2) ดร.สุพัฒนา เตโชชลาสัย และ (3) ดร.ปรมินทร์ โฆษิตกุลพร เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ มาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยใช้สูตรของ IOC

$$IOC = \Sigma R / N$$

| | |
|---------------|--|
| เมื่อ IOC แทน | ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence) |
| Σ แทน | ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ |
| R แทน | คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อคำถามแต่ละข้อ |
| N แทน | จำนวนผู้เชี่ยวชาญ |

สำหรับเกณฑ์การให้คะแนน มีดังนี้

- +1 หมายถึง คำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย
- 1 หมายถึง คำถามนั้นไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

เกณฑ์การแปลความหมาย มีดังนี้

ค่า IOC \geq .50 หมายความว่า คำถามนั้นตรงวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ค่า IOC $<$.50 หมายความว่า คำถามนั้นไม่ตรงวัตถุประสงค์ของการวิจัย (บุญใจ

ศรีสถิตยรรภากร, 2555)

ผลการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้เท่ากับ 0.901

3.2.4.2 ทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ใช้เกณฑ์การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ซึ่งผลของการทดสอบความเชื่อมั่นของข้อคำถามรายข้อ และโดยรวมที่มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2561) แสดงว่าคำตอบกับข้อคำถามมีความสอดคล้องกัน โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 30 ชุด กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกัน หรือคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจริงเพื่อทำการทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม

3.2.4.3 หลังจากทดสอบความเชื่อมั่นแล้วพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ภาพรวมเท่ากับ 0.944 ซึ่งผ่านเกณฑ์การทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) ดังตารางที่ 3.2 จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด

ตารางที่ 3.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น

| ตัวแปร | จำนวน คำถาม | Correlation |
|---|----------------|------------------|
| | | Cronbach's Alpha |
| 1. ปัจจัยด้านความไว้วางใจ | 4 ข้อ | 0.841 |
| 2. ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม | 3 ข้อ | 0.754 |
| 3. ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ | 4 ข้อ | 0.851 |
| 4. ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม | 3 ข้อ | 0.790 |
| 5. ปัจจัยด้านสภาพาส่งอำนวยความสะดวก | 5 ข้อ | 0.873 |
| 6. ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา | 4 ข้อ | 0.835 |
| 7. การตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล | 4 ข้อ | 0.869 |

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษางานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามออนไลน์ในกลุ่มที่สนใจเงินดิจิทัล Facebook Group จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่ม คริปโตเคอเรนซี, เงินดิจิทัล, บิทคอย ที่มีผู้ติดตาม 23,000 คน (2) กลุ่ม Bitcoin Crypto Thailand พูดคุยข่าวสาร คริปโต บิทคอยน์ ที่มีผู้ติดตาม 610,000 คน และ (3) (Bitcoin Crypto แชร่เรื่องราวคริปโต มีผู้ติดตาม 120,000 คน (ข้อมูลจำนวนสมาชิกในแต่ละกลุ่ม ผู้วิจัยได้สืบค้น ณ.วันที่ 1 ตุลาคม 2565) ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ที่

สร้างขึ้นผ่าน Google Form ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2565 ถึงวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2566 โดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามรูปแบบออนไลน์ผ่านทางช่องทาง Facebook Group โดยการโพสต์ลิงค์แบบสอบถามผ่านทางกล่องข้อความในแต่ละกลุ่มของผู้ที่สนใจสกุลเงินดิจิทัล ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลในแต่ละกลุ่มสนใจเงินดิจิทัล Facebook Group

2) ตรวจสอบแบบสอบถามที่ได้รับมาทั้งหมดเพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติต่อไป

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากวารสาร บทความ หนังสือทางวิชาการ ศึกษาจากทฤษฎี การสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางประกอบการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยและอ้างอิงในการเขียนรายงานการวิจัย

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง อย่างครบถ้วนแล้วมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

3.4.1 การตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลโดยทำการคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ของคำตอบ

3.4.2 การลงรหัสแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาลงรหัสตามที่กำหนดไว้

3.4.3 การประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

3.4.3.1 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) ผู้วิจัยทำการอธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถาม ได้แก่

1) ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมผู้บริโภค

2) ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านความไว้วางใจ ข้อมูลปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ข้อมูลปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ข้อมูลปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ข้อมูลปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ข้อมูลปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา และ ข้อมูลการยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้วิเคราะห์การกระจายข้อมูล ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้าน

ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านสภาพสิ่งแวดล้อม ความสะดวก ข้อมูลปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา และปัจจัยด้านการยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

3.4.3.2 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ดังนี้

1) ผู้วิจัยใช้สถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson correlation) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ เพื่อวัดระดับความสัมพันธ์ของตัวแปร ตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงพหุ

ตารางที่ 3.3 การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Best (1977)

| ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ | ระดับความสัมพันธ์ |
|---------------------------|--------------------------|
| 0.80-1.00 | มีความสัมพันธ์กันมาก |
| 0.51-0.80 | มีความสัมพันธ์กันปานกลาง |
| 0.21-0.50 | มีความสัมพันธ์กันน้อย |
| 0.01-0.20 | มีความสัมพันธ์กันน้อยมาก |
| 0.00 | ไม่มีความสัมพันธ์กัน |

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต้องมีค่าสัมสัมพันธ์ไม่เกิน 0.8 ถือว่าไม่เกิดปัญหา multicollinearity (Steven, 1992 อ้างอิง ยุทธ ไกยวรรณ, 2557)

2) ในกรณีข้อมูลที่รวบรวมได้เกิดปัญหา multicollinearity ผู้วิจัยทำการแก้ปัญหาโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (factor analysis) เพื่อรวมตัวแปรอิสระเหล่านั้นและใช้วิธีหมุนแกนแบบตั้งฉาก (orthogonal rotation) เพื่อให้ตัวแปรอิสระใหม่ที่ได้ไม่มีความสัมพันธ์กัน และนำค่าคะแนนมาตรฐานขององค์ประกอบ (factor score) ไปใช้ในการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Mooi & Sarstedt, 2011, p. 169)

3) ผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) ทดสอบสมมติฐาน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของ ความไว้วางใจ อิทธิพลทางสังคม ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และมูลค่าตามราคาที่มีต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล 2) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้สกุลเงินดิจิทัล จำนวน 400 ชุด โดยผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ตารางประกอบคำอธิบาย แบ่งออกเป็น 4 ตอน ตามลำดับดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็น
- 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติ

| | | |
|-----------|-----|---|
| n | แทน | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง |
| \bar{X} | แทน | ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean) |
| S.D. | แทน | ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) |
| B | แทน | ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Coefficient) |
| P-Value | แทน | ค่านัยสำคัญทางสถิติ |
| SE | แทน | ค่าความคาดเคลื่อนของการพยากรณ์ตัวแปรตามด้วยตัวแปรอิสระ |
| T | แทน | ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบว่าตัวแปรอิสระใดบ้างที่สามารถใช้พยากรณ์ตัวแปรตาม ซึ่งเป็นการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (β_i) |

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา โดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ แสดงดังตาราง 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนค่าร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ด้านประชากรศาสตร์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------------------|------------|---------------|
| เพศ | | |
| ชาย | 229 | 57.25 |
| หญิง | 107 | 26.75 |
| เพศทางเลือก | 64 | 16.0 |
| รวม | 400 | 100.0 |
| อายุ | 400 | 100.00 |
| 15 - 20 ปี | 33 | 8.25 |
| 21 - 37 ปี | 228 | 57.0 |
| 38 - 53 ปี | 131 | 32.75 |
| 54 ปีขึ้นไป | 8 | 2.0 |
| รวม | 400 | 100.0 |
| รายได้ | | |
| 7,000 - 10,000 | 23 | 5.75 |
| 10,001 - 15,000 | 40 | 10.0 |
| 15,001 - 20,000 | 78 | 19.50 |
| 20,001 - 25,000 | 46 | 11.50 |
| 25,001 - 30,000 | 213 | 53.25 |
| รวม | 400 | 100.0 |
| ระดับการศึกษา | | |
| มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า | 22 | 5.50 |
| อนุปริญญาหรือเทียบเท่า | 41 | 10.25 |
| ปริญญาตรี | 225 | 56.25 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 112 | 28.0 |
| รวม | 400 | 100.0 |

จากตาราง 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 229 คน คิดเป็น ร้อยละ 57.25 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 และน้อยที่สุดเป็นเพศ ทางเลือก จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ส่วนใหญ่มีอายุ 21-37 ปี จำนวน 228 คน คิดเป็น ร้อยละ 57.0 รองลงมาอายุ 38-53 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 และน้อยที่สุดอายุ 54 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ส่วนใหญ่มีรายได้ 25,001–30,000 บาท จำนวน 213 คน คิด เป็นร้อยละ 53.25 รองลงมาได้ 15,001- 20,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 และน้อยที่สุดมีรายได้ 7,000–10,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 มีระดับการศึกษา มากที่สุด ปริญญาตรี จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 และน้อยที่สุด มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 22 คน คิด เป็นร้อยละ 5.5

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมศาสตร์

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแจกแจงจำนวน และค่า ร้อยละแสดงดังตาราง 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลด้านพฤติกรรมศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ด้านพฤติกรรมศาสตร์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|--------------|
| ท่านรู้จักสกุลเงินดิจิทัลได้อย่างไร | | |
| รู้จักด้วยตัวเอง | 36 | 9.0 |
| บุคคลรอบข้าง | 124 | 31.0 |
| ประชาสัมพันธ์ สื่อโฆษณา | 87 | 21.75 |
| อินเทอร์เน็ต | 153 | 38.25 |
| รวม | 400 | 100.0 |
| เหตุใดทำให้ท่านยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | | |
| ผลตอบแทน | 289 | 39.54 |
| ความสะดวกสบาย | 221 | 30.23 |
| ความง่ายในการใช้งาน | 100 | 13.68 |
| ความปลอดภัย | 121 | 16.55 |
| รวม | 731 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.2 ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง สามารถอธิบายผลได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักสกุลเงินดิจิทัลจาก อินเทอร์เน็ต จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 รองลงมาคือจาก บุคคลรอบข้าง จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 และน้อยที่สุดคือจาก รู้จักด้วยตัวเอง จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกให้เหตุผลที่ตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล คือ ต้องการผลตอบแทน มากที่สุด จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 39.54 รองลงมาคือต้องการความสะดวกสบาย จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 30.23 และน้อยที่สุดคือ ความง่ายในการใช้งาน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 13.68

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เหตุผลการยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะเหตุใด จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

| ประเภท | เพศชาย | | เพศหญิง | | เพศทางเลือก | |
|---------------------|------------|------------|------------|------------|-------------|------------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ผลตอบแทน | 171 | 40.6 | 74 | 38.5 | 44 | 37.3 |
| ความสะดวกสบาย | 122 | 29.0 | 61 | 31.8 | 38 | 32.2 |
| ความง่ายในการใช้งาน | 56 | 13.3 | 27 | 14.1 | 17 | 14.4 |
| ความปลอดภัย | 72 | 17.1 | 30 | 15.6 | 19 | 16.1 |
| รวม | 421 | 100 | 192 | 100 | 118 | 100 |

ผลจากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่ยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เนื่องจาก ผลตอบแทน ร้อยละ 40.6 รองลงมาคือ ความสะดวกสบาย ร้อยละ 29.0 น้อยที่สุดคือ ความง่ายในการใช้งาน ร้อยละ 13.3 สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง ส่วนใหญ่ ยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เนื่องจาก ผลตอบแทน ร้อยละ 38.5 รองลงมาคือ ความสะดวกสบาย ร้อยละ 31.8 น้อยที่สุดคือ ความง่ายในการใช้งาน ร้อยละ 14.1 เช่นเดียวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เพศทางเลือก ส่วนใหญ่ยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เนื่องจาก ผลตอบแทน ร้อยละ 37.3 รองลงมาคือ ความสะดวกสบาย ร้อยละ 32.2 น้อยที่สุดคือ ความง่ายในการใช้งาน ร้อยละ 14.4

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เหตุผลการยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะเหตุใด จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

| ประเภท | 15-20 ปี | | 21-37 ปี | | 38-53 ปี | | 54 ปีขึ้นไป | |
|---------------------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|------------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ผลตอบแทน | 12 | 20.0 | 159 | 40.1 | 111 | 43.7 | 7 | 35.0 |
| ความสะดวกสบาย | 24 | 40.0 | 116 | 29.2 | 75 | 29.5 | 6 | 30.0 |
| ความง่ายในการใช้งาน | 13 | 21.7 | 49 | 12.3 | 35 | 13.8 | 3 | 15.0 |
| ความปลอดภัย | 11 | 18.3 | 73 | 18.4 | 33 | 13.0 | 4 | 20.0 |
| รวม | 60 | 100 | 397 | 100 | 254 | 100 | 20 | 100 |

ผลจากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 15-20 ปี ส่วนใหญ่ยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะ ความสะดวกสบาย มากที่สุด ร้อยละ 40.0 รองลงมา ความง่ายในการใช้งาน ร้อยละ 21.7 น้อยที่สุดคือ ความปลอดภัย ร้อยละ 18.3 ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 21-37 ปี ส่วนใหญ่ยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะ ผลตอบแทน มากที่สุด ร้อยละ 40.1 รองลงมา ความสะดวกสบาย 29.2 น้อยที่สุดคือ ความง่ายในการใช้งาน ร้อยละ 12.3 ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 38-53 ปี ส่วนใหญ่ยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะ ผลตอบแทน มากที่สุด ร้อยละ 43.7 รองลงมา ความสะดวกสบาย 29.5 น้อยที่สุดคือ ความปลอดภัย ร้อยละ 13.0 และผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 54 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะ ผลตอบแทน มากที่สุด ร้อยละ 35.0 รองลงมา ความสะดวกสบาย 30.0 และน้อยที่สุดคือ ความง่ายในการใช้งาน ร้อยละ 15.0

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เหตุผลการยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะเหตุใด จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

| ประเภท | 7,000-10,000 บาท | | 10,001-15,000 บาท | | 15,001-20,000 บาท | | 20,001-25,000 บาท | | 25,001-30,000 บาท | |
|---------------------|------------------|------------|-------------------|------------|-------------------|------------|-------------------|------------|-------------------|------------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| | ผลตอบแทน | 8 | 20.5 | 25 | 39.7 | 53 | 40.8 | 32 | 43.2 | 171 |
| ความสะดวกสบาย | 18 | 46.2 | 22 | 34.9 | 35 | 26.9 | 24 | 32.4 | 122 | 28.7 |
| ความง่ายในการใช้งาน | 6 | 15.4 | 6 | 9.5 | 18 | 13.8 | 8 | 10.8 | 62 | 14.6 |
| ความปลอดภัย | 7 | 17.9 | 10 | 15.9 | 24 | 18.5 | 10 | 13.5 | 70 | 16.5 |
| รวม | 39 | 100 | 63 | 100 | 130 | 100 | 74 | 100 | 425 | 100 |

ผลจากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 7,000-10,000 บาท ส่วนใหญ่ยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะ ความสะดวกสบาย ร้อยละ 46.2 รองลงมาคือ ผลตอบแทน ร้อยละ 20.5 น้อยที่สุดคือ ความง่ายในการใช้งาน ร้อยละ 15.4 ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 10,000-15,000 ส่วนใหญ่ยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะ ผลตอบแทน ร้อยละ 39.7 รองลงมาคือ ความสะดวกสบาย ร้อยละ 34.9 และน้อยที่สุดคือ ความง่ายในการใช้งาน ร้อยละ 9.5 ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 15,001-20,000 ส่วนใหญ่ยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะ ผลตอบแทน ร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ ความสะดวกสบาย ร้อยละ 26.9 และน้อยที่สุดคือ ความง่ายในการใช้งาน ร้อยละ 13.8 ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 20,001-25,000 ส่วนใหญ่ยอมรับใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะ ผลตอบแทน ร้อยละ 43.2 รองลงมาคือ ความสะดวกสบาย ร้อยละ 32.4 และน้อยที่สุดคือ ความง่ายในการใช้งาน ร้อยละ 10.8 ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 25,001-30,000 ส่วนใหญ่ยอมรับใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะ ผลตอบแทน ร้อยละ 40.2 รองลงมาคือ ความสะดวกสบาย ร้อยละ 28.7 และน้อยที่สุดคือ ความง่ายในการใช้งาน ร้อยละ 14.6

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เหตุผลการยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะเหตุใด จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

| ประเภท | มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า | | อนุปริญญาหรือเทียบเท่า | | ปริญญาตรี | | สูงกว่าปริญญาตรี | |
|---------------------|--------------------------------|------------|------------------------|------------|------------|------------|------------------|------------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| | ผลตอบแทน | 10 | 26.3 | 27 | 36.0 | 167 | 42.4 | 85 |
| ความสะดวกสบาย | 15 | 39.5 | 22 | 29.3 | 110 | 27.9 | 74 | 33.0 |
| ความง่ายในการใช้งาน | 6 | 15.8 | 9 | 12.0 | 52 | 13.2 | 33 | 14.7 |
| ความปลอดภัย | 7 | 18.4 | 17 | 22.7 | 65 | 16.5 | 32 | 14.3 |
| รวม | 38 | 100 | 75 | 100 | 394 | 100 | 224 | 100 |

ผลจากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ยอมรับใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะ ความสะดวกสบาย ร้อยละ 39.5 รองลงมาคือ ผลตอบแทน ร้อยละ 26.3 และน้อยที่สุดคือ ความง่ายในการใช้งาน 15.8 ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษา อนุปริญญาหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ยอมรับใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะ ผลตอบแทน ร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ ความสะดวกสบาย ร้อยละ 29.3 น้อยที่สุดคือ ความง่ายในการใช้งาน 12.0 เช่นเดียวกับ ผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษา ปริญญาตรี ส่วนใหญ่ยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะ ผลตอบแทน ร้อยละ 42.4 รองลงมาคือ ความสะดวกสบาย ร้อยละ

27.9 และน้อยที่สุดคือ ความง่ายในการใช้งาน 13.2 ผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ยอมรับใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะ ผลตอบแทน ร้อยละ 37.9 รองลงมาคือ ความสะดวกสบาย ร้อยละ 33.0 และน้อยที่สุด คือ ความปลอดภัย ร้อยละ 14.3

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามว่ารู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้อย่างไร
จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

| ประเภท | เพศชาย | | เพศหญิง | | เพศทางเลือก | |
|-------------------------|------------|------------|------------|------------|-------------|------------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| รู้จักด้วยตัวเอง | 20 | 8.7 | 6 | 5.6 | 10 | 15.6 |
| บุคคลรอบข้าง | 67 | 29.3 | 35 | 32.7 | 22 | 34.4 |
| ประชาสัมพันธ์ สื่อโฆษณา | 51 | 22.3 | 26 | 24.3 | 10 | 15.6 |
| อินเทอร์เน็ต | 91 | 39.7 | 40 | 37.4 | 22 | 34.4 |
| รวม | 229 | 100 | 107 | 100 | 64 | 100 |

ผลจากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย ส่วนใหญ่รู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้จาก อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 39.7 รองลงมาคือ บุคคลรอบข้าง ร้อยละ 29.3 และน้อยที่สุดคือ รู้จักด้วยตัวเอง ร้อยละ 8.7 เช่นเดียวกับ ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง ส่วนใหญ่รู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้จาก อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 37.4 รองลงมาคือ บุคคลรอบข้าง ร้อยละ 32.7 และน้อยที่สุดคือ รู้จักด้วยตัวเอง ร้อยละ 5.6 ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศทางเลือก ส่วนใหญ่รู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้จาก บุคคลรอบข้างและอินเทอร์เน็ตเท่ากัน ร้อยละ 34.4 รองลงมาคือ รู้จักได้ตัวเองและประชาสัมพันธ์ สื่อโฆษณาเท่ากันที่ ร้อยละ 15.6

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามว่ารู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้อย่างไร
จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

| ประเภท | 15-20 ปี | | 21-37 ปี | | 38-53 ปี | | 54 ปีขึ้นไป | |
|-------------------------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|------------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| รู้จักด้วยตัวเอง | 3 | 9.1 | 19 | 8.3 | 11 | 8.4 | 3 | 37.5 |
| บุคคลรอบข้าง | 4 | 12.1 | 72 | 31.6 | 46 | 35.1 | 2 | 25.0 |
| ประชาสัมพันธ์ สื่อโฆษณา | 5 | 15.2 | 46 | 20.2 | 35 | 26.7 | 1 | 12.5 |
| อินเทอร์เน็ต | 21 | 63.6 | 91 | 39.9 | 39 | 29.8 | 2 | 25.0 |
| รวม | 33 | 100 | 228 | 100 | 131 | 100 | 8 | 100 |

ผลจากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-20 ปี ส่วนใหญ่รู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้จาก อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 63.6 รองลงมาคือ ประชาสัมพันธ์ สื่อโฆษณา ร้อยละ 15.2 และน้อยที่สุดคือ รู้จักด้วยตัวเอง ร้อยละ 9.1 เช่นเดียวกับ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-37 ปี ส่วนใหญ่รู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้จาก อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 39.9 รองลงมาคือ บุคคลรอบข้าง ร้อยละ 31.6 และน้อยที่สุดคือ รู้จักด้วยตัวเอง ร้อยละ 8.3 ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 38-53 ปี ส่วนใหญ่รู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้จาก บุคคลรอบข้าง ร้อยละ 35.1 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 29.8 และน้อยที่สุดคือ รู้จักด้วยตัวเอง ร้อยละ 8.4 และผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 54 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่รู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้จาก รู้จักด้วยตัวเอง ร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ บุคคลรอบข้างและอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 25.0 และน้อยที่สุดคือ ประชาสัมพันธ์ สื่อโฆษณา ร้อยละ 12.5

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามว่ารู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้อย่างไร จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

| ประเภท | 7,000-10,000 บาท | | 10,001-15,000บาท | | 15,001-20,000 บาท | | 20,001-25,000บาท | | 25,001-30,000บาท | |
|-------------------------|------------------|------------|------------------|------------|-------------------|------------|------------------|------------|------------------|------------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| | รู้จักด้วยตัวเอง | 1 | 4.3 | 2 | 5.0 | 2 | 2.6 | 9 | 19.6 | 22 |
| บุคคลรอบข้าง | 5 | 21.7 | 8 | 20.0 | 23 | 29.5 | 9 | 19.6 | 79 | 37.1 |
| ประชาสัมพันธ์ สื่อโฆษณา | 3 | 13.0 | 6 | 15.0 | 19 | 24.4 | 7 | 15.2 | 52 | 24.4 |
| อินเทอร์เน็ต | 14 | 60.9 | 24 | 60.0 | 34 | 43.6 | 21 | 45.7 | 60 | 28.2 |
| รวม | 23 | 100 | 40 | 100 | 78 | 100 | 46 | 100 | 213 | 100 |

ผลจากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 7,000-10,000 บาท ส่วนใหญ่รู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้จาก อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 60.9 รองลงมาคือ บุคคลรอบข้าง ร้อยละ 21.7 และน้อยที่สุดคือ รู้จักด้วยตัวเอง ร้อยละ 4.3 เช่นเดียวกับ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000-15,000 บาท ส่วนใหญ่รู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้จาก อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ บุคคลรอบข้าง ร้อยละ 20.0 และน้อยที่สุดคือ รู้จักด้วยตัวเอง ร้อยละ 5.0 ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่รู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้จาก อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 43.6 รองลงมาคือ บุคคลรอบข้าง ร้อยละ 29.5 และน้อยที่สุดคือ รู้จักด้วยตัวเอง ร้อยละ 2.6 ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-25,000 บาท ส่วนใหญ่รู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้จาก อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 45.7 รองลงมาคือ รู้จักด้วยตัวเองและบุคคลรอบข้าง ร้อยละ 19.6 และน้อยที่สุดคือ ประชาสัมพันธ์ สื่อโฆษณา ร้อยละ 15.2 ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 25,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่รู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้

จาก บุคคลรอบข้าง ร้อยละ 37.1 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 28.2 และน้อยที่สุดคือ รู้จักด้วยตัวเอง ร้อยละ 10.3

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามว่ารู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้อย่างไร จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

| ประเภท | มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า | | อนุปริญญาหรือเทียบเท่า | | ปริญญาตรี | | สูงกว่าปริญญาตรี | |
|----------------------------|--------------------------------|------------|------------------------|------------|------------|------------|------------------|------------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| รู้จักด้วยตัวเอง | 2 | 9.1 | 2 | 4.9 | 18 | 8.0 | 14 | 12.5 |
| บุคคลรอบข้าง | 4 | 18.2 | 9 | 22.0 | 55 | 24.4 | 56 | 50.0 |
| ประชาสัมพันธ์ สื่อโฆษณา | 3 | 13.6 | 8 | 19.5 | 61 | 27.1 | 15 | 13.4 |
| อินเทอร์เน็ต | 13 | 59.1 | 22 | 53.7 | 91 | 40.4 | 27 | 24.1 |
| รวม | 22 | 100 | 41 | 100 | 225 | 100 | 112 | 100 |

ผลจากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่รู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้จาก อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 59.1 รองลงมาคือ บุคคลรอบข้าง ร้อยละ 18.2 และน้อยที่สุดคือ รู้จักด้วยตัวเอง ร้อยละ 9.1 เช่นเดียวกับ ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับ อนุปริญญาหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่รู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้จาก อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 53.7 รองลงมาคือ บุคคลรอบข้าง ร้อยละ 22.0 และน้อยที่สุดคือ รู้จักด้วยตัวเอง ร้อยละ 4.9 ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับ ปริญญาตรี ส่วนใหญ่รู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้จาก อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 40.4 รองลงมาคือ ประชาสัมพันธ์ สื่อโฆษณา ร้อยละ 27.1 และน้อยที่สุดคือ รู้จักด้วยตัวเอง ร้อยละ 8.0 ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับ สูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่รู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้จาก บุคคลรอบข้าง ร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 24.1 และน้อยที่สุดคือ รู้จักด้วยตัวเอง ร้อยละ 12.5

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็น

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นในภาพรวมทุกด้าน

| ภาพรวม | n | \bar{X} | S.D. |
|--|-----|-----------|-------|
| ความไว้วางใจ | 400 | 3.74 | 1.050 |
| อิทธิพลทางสังคม | 400 | 4.05 | 0.912 |
| ความคาดหวังในประสิทธิภาพ | 400 | 3.93 | 0.969 |
| ความคาดหวังในความพยายาม | 400 | 3.77 | 1.091 |
| สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก | 400 | 3.79 | 1.035 |
| มูลค่าตามราคา | 400 | 3.72 | 1.006 |
| การตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล | 400 | 3.96 | 1.005 |

ผลการศึกษา พบว่า ภาพรวมของตัวแปรที่มีระดับความคิดเห็น มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม โดยมีเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 4.05$) (S.D. = 0.912) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล โดยมีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.96$) (S.D. = 1.005) และ ภาพรวมที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.72$) (S.D. = 1.006)

ตารางที่ 4.12 ไว้วางใจ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และ ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา ที่มีการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

| ปัจจัยด้านต่าง ๆ | เพศชาย | | เพศหญิง | | เพศทางเลือก | |
|--------------------------|-----------|-------|-----------|-------|-------------|-------|
| | \bar{X} | S | \bar{X} | S | \bar{X} | S |
| ความไว้วางใจ | 3.791 | 1.068 | 3.612 | 0.986 | 3.793 | 1.084 |
| อิทธิพลทางสังคม | 4.099 | 0.905 | 3.919 | 0.893 | 4.135 | 0.957 |
| ความคาดหวังในประสิทธิภาพ | 3.953 | 0.968 | 3.834 | 0.912 | 4.035 | 1.058 |
| ความคาดหวังในความพยายาม | 3.823 | 1.101 | 3.629 | 1.052 | 3.843 | 1.115 |
| สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก | 3.828 | 1.033 | 3.671 | 0.998 | 3.884 | 1.096 |
| มูลค่าตามราคา | 3.758 | 1.016 | 3.619 | 0.952 | 3.781 | 1.059 |

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เพศหญิงและเพศทางเลือก มีความคิดเห็นในแนวทางเดียวกัน ด้านความไว้วางใจ ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในความพยายาม ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านมูลค่าตามราคา ในระดับความคิดเห็นระดับมาก ($\bar{X} = 3.612 - 4.135$)

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา ที่มีการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

| ปัจจัยด้านต่าง ๆ | 15 - 20 ปี | | 21 - 37 ปี | | 38 - 53 ปี | | 54 ปีขึ้นไป | | P-Value |
|--------------------------|------------|-------|------------|-------|------------|-------|-------------|-------|---------|
| | \bar{X} | S | \bar{X} | S | \bar{X} | S | \bar{X} | S | |
| ความไว้วางใจ | 3.386 | 1.186 | 3.642 | 1.058 | 3.971 | 0.973 | 4.375 | 0.443 | 0.002 |
| อิทธิพลทางสังคม | 3.727 | 0.987 | 3.964 | 0.912 | 4.262 | 0.863 | 4.666 | 0.398 | 0.001 |
| ความคาดหวังในประสิทธิภาพ | 3.522 | 0.846 | 3.858 | 1.007 | 4.143 | 0.900 | 4.375 | 0.517 | 0.002 |
| ความคาดหวังในความพยายาม | 3.525 | 1.080 | 3.673 | 1.104 | 4.038 | 1.039 | 4.416 | 0.610 | 0.001 |
| สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก | 3.351 | 1.070 | 3.693 | 1.066 | 4.050 | 0.921 | 4.375 | 0.539 | 0.000 |
| มูลค่าตามราคา | 3.386 | 0.984 | 3.611 | 1.039 | 3.952 | 0.905 | 4.625 | 0.443 | 0.000 |

ผลการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

1) ระดับความคิดเห็นด้านความไว้วางใจ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยช่วงอายุ 15-20 ปี มีระดับความคิดเห็นปานกลาง ($\bar{X} = 3.386$) ช่วงอายุ 21 - 37 ปี และ 38 - 53 ปี มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.642$, $\bar{X} = 3.971$) ในขณะที่ช่วงอายุ 54 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 4.375$)

2) ระดับความคิดเห็นด้านอิทธิพลทางสังคม จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยช่วงอายุ 15 - 20 ปี และ 21 - 37 ปี มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.727$, $\bar{X} = 3.964$) ในขณะที่ช่วงอายุ 38 - 53 ปี และ 54 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นในระดับมากและมากที่สุด ตามลำดับ ($\bar{X} = 4.262$, $\bar{X} = 4.666$)

3) ระดับความคิดเห็นด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดย ช่วงอายุ 15 - 20 ปี และ 21 - 37 ปี มีความคิดเห็นในระดับ

มาก ($\bar{X} = 3.522$, $\bar{X} = 3.858$) ในขณะที่ช่วงอายุ 38 – 53 ปี และ 54 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นในระดับมากและมากที่สุด ตามลำดับ ($\bar{X} = 4.143$, $\bar{X} = 4.375$)

4) ระดับความคิดเห็นด้านความคาดหวังในความพยายาม จำแนกตามสถานสภาพด้านอายุ พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญโดย ช่วงอายุ 15 – 20 ปี และ 21 – 37 ปี มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.525$, $\bar{X} = 3.673$) ในขณะที่ช่วงอายุ 38 – 53 ปี และ 54 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นในระดับมากและมากที่สุด ตามลำดับ ($\bar{X} = 4.038$, $\bar{X} = 4.416$)

5) ระดับความคิดเห็นด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามสถานสภาพด้านอายุ พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดย ช่วงอายุ 15 – 20 ปี มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.351$) ช่วงอายุ 21 – 37 ปี มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.693$) ในขณะที่ช่วงอายุ 38 – 53 ปี และ 54 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นในระดับมากและมากที่สุด ตามลำดับ ($\bar{X} = 4.050$, $\bar{X} = 4.375$)

6) ระดับความคิดเห็นด้านมูลค่าตามราคา จำแนกตามสถานสภาพด้านอายุ พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดย ช่วงอายุ 15 – 20 ปี มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.386$) ช่วงอายุ 21 – 37 ปี และ 38 – 53 ปี มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.611$, $\bar{X} = 3.952$) ในขณะที่ช่วงอายุ 54 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.625$)

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา ที่มีการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

| ปัจจัยด้านต่าง ๆ | 7,000-10,000 | | 10,001-15,000 | | 15,001-20,000 | | 20,001-25,000 | | 25,001-30,000 | | P-Value |
|--------------------------|--------------|-------|---------------|-------|---------------|-------|---------------|-------|---------------|-------|---------|
| | บาท | | บาท | | บาท | | บาท | | บาท | | |
| | \bar{X} | S | \bar{X} | S | \bar{X} | S | \bar{X} | S | \bar{X} | S | |
| ความไว้วางใจ | 3.260 | 1.059 | 3.500 | 1.039 | 3.323 | 1.113 | 3.385 | 1.139 | 4.072 | 0.892 | 0.000 |
| อิทธิพลทางสังคม | 3.536 | 0.957 | 3.766 | 0.871 | 3.782 | 0.978 | 3.811 | 0.992 | 4.320 | 0.786 | 0.000 |
| ความคาดหวังในประสิทธิภาพ | 3.402 | 0.789 | 3.637 | 0.993 | 3.580 | 0.997 | 3.684 | 1.001 | 4.231 | 0.866 | 0.000 |
| ความคาดหวังในความพยายาม | 3.347 | 0.950 | 3.466 | 1.114 | 3.414 | 1.110 | 3.492 | 1.185 | 4.072 | 0.992 | 0.000 |
| สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก | 3.217 | 1.061 | 3.430 | 1.041 | 3.412 | 1.076 | 3.513 | 1.060 | 4.127 | 0.892 | 0.000 |
| มูลค่าตามราคา | 3.250 | 0.904 | 3.312 | 1.088 | 3.342 | 1.045 | 3.413 | 1.112 | 4.061 | 0.836 | 0.000 |

ผลการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

1) ระดับความคิดเห็นด้านความไว้วางใจ จำแนกตามสถานสภาพด้านรายได้ พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดย รายได้ 7,000 – 10,000 บาท, รายได้ 15,000 – 20,000 บาท และ รายได้ 20,001 – 25,000 บาท มีระดับความคิดเห็นปานกลาง ($\bar{X} = 3.260$, $\bar{X} = 3.323$, $\bar{X} = 3.385$) ในขณะที่รายได้ รายได้ 10,001-15,000 บาท และรายได้ 25,001-30,000 บาท มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.500$, $\bar{X} = 4.072$)

2) ระดับความคิดเห็นด้านอิทธิพลทางสังคม จำแนกตามสถานสภาพด้านรายได้ พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดย รายได้ 7,000-10,000 บาท, รายได้ 10,001-15,000 บาท รายได้ 15,001-20,000 บาท และ รายได้ 20,001-25,000 บาท มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.536$, $\bar{X} = 3.766$, $\bar{X} = 3.782$, $\bar{X} = 3.811$) ในขณะที่รายได้ 25,001-30,000 บาท มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.320$)

3) ระดับความคิดเห็นด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ จำแนกตามสถานสภาพด้านรายได้ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยรายได้ 7,000-10,000 บาท มีระดับความคิดเห็นปานกลาง ($\bar{X} = 3.402$) รายได้ 10,001-15,000 บาท, รายได้ 15,001-20,000 บาท และรายได้ 20,001-25,000บาท มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.536$, $\bar{X} = 3.766$, $\bar{X} = 3.782$) ในขณะที่รายได้ 25,001-30,000 บาท มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.231$)

4) ระดับความคิดเห็นด้านความคาดหวังในความพยายาม จำแนกตามสถานสภาพด้านรายได้ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดย รายได้ 7,000-10,000 บาท, รายได้ 10,001-15,000 บาท รายได้ 15,001-20,000 บาท และรายได้ 20,001-25,000 บาท มีระดับความคิดเห็นปานกลาง ($\bar{X} = 3.347$, $\bar{X} = 3.466$, $\bar{X} = 3.414$, $\bar{X} = 3.492$) ในขณะที่รายได้ 25,001-30,000 บาท มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 4.072$)

5) ระดับความคิดเห็นด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามสถานสภาพด้านรายได้ พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดย รายได้ 7,000-10,000 บาท, รายได้ 10,001-15,000บาท และ รายได้ 15,001-20,000 บาท มีระดับความคิดเห็นปานกลาง ($\bar{X} = 3.217$, $\bar{X} = 3.430$, $\bar{X} = 3.412$) รายได้ 20,001-25,000 บาทและ รายได้ 25,001-30,000 บาท มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.513$, $\bar{X} = 4.127$)

6) ระดับความคิดเห็นด้านมูลค่าตามราคา จำแนกตามสถานสภาพด้านรายได้ พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดย รายได้ 7,000-10,000 บาท, รายได้ 10,001-15,000 บาท, รายได้ 15,001-20,000 บาท มีระดับความคิดเห็นปานกลาง ($\bar{X} = 3.250$, $\bar{X} = 3.312$, $\bar{X} = 3.342$,)

ในขณะที่ รายได้ 20,001-25,000 บาท และ รายได้ 25,001-30,000 บาท มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.413$, $\bar{X} = 4.061$)

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้านสภาพสิ่งแวดล้อมและปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา ที่มีการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

| ปัจจัยด้านต่าง ๆ | มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า | | อนุปริญญาหรือเทียบเท่า | | ปริญญาตรี | | สูงกว่าปริญญาตรี | | p-Value |
|--------------------------|--------------------------------|-------|------------------------|-------|-----------|-------|------------------|-------|---------|
| | \bar{X} | S | \bar{X} | S | \bar{X} | S | \bar{X} | S | |
| ความไว้วางใจ | 3.375 | 1.182 | 3.445 | 1.220 | 3.741 | 0.987 | 3.930 | 1.049 | 0.022 |
| อิทธิพลทางสังคม | 3.697 | 1.048 | 3.804 | 1.005 | 4.066 | 0.885 | 4.199 | 0.875 | 0.025 |
| ความคาดหวังในประสิทธิภาพ | 3.397 | 0.818 | 3.646 | 1.072 | 3.925 | 0.912 | 4.162 | 1.006 | 0.001 |
| ความคาดหวังในความพยายาม | 3.545 | 1.120 | 3.455 | 1.205 | 3.760 | 1.055 | 3.967 | 1.090 | 0.045 |
| สภาพสิ่งแวดล้อม | 3.318 | 1.084 | 3.375 | 1.135 | 3.819 | 1.002 | 3.994 | 0.993 | 0.001 |
| มูลค่าตามราคา | 3.443 | 1.109 | 3.420 | 1.143 | 3.732 | 0.985 | 3.877 | 0.950 | 0.044 |

ผลการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

1) ระดับความคิดเห็นด้านความไว้วางใจ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดย ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีระดับความคิดเห็นปานกลาง ($\bar{X} = 3.375$) ในขณะที่ อนุปริญญาหรือเทียบเท่าระดับการศึกษา, ปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.445$, $\bar{X} = 3.741$, $\bar{X} = 3.930$)

2) ระดับความคิดเห็นด้านอิทธิพลทางสังคม จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดย ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า และ อนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.697$, $\bar{X} = 3.804$) ในขณะที่ระดับการศึกษา ปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.066$, $\bar{X} = 4.199$)

3) ระดับความคิดเห็นด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดย ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีระดับความคิดเห็นปานกลาง ($\bar{X} = 3.397$) ในขณะที่ ระดับการศึกษา อนุปริญญาหรือ

เทียบเท่า ปริญญาตรี และระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.646$, $\bar{X} = 3.925$, $\bar{X} = 4.162$)

4) ระดับความคิดเห็นด้านความคาดหวังในความพยายาม จำแนกตามสถานสภาพด้านระดับการศึกษา พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดย ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.545$, $\bar{X} = 3.760$, $\bar{X} = 3.967$) ในขณะที่ระดับการศึกษา อนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีระดับความคิดเห็นปานกลาง ($\bar{X} = 3.455$)

5) ระดับความคิดเห็นด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามสถานสภาพด้านระดับการศึกษา พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดย ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า และ อนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีระดับความคิดเห็นปานกลาง ($\bar{X} = 3.318$, $\bar{X} = 3.375$) ในขณะที่ระดับการศึกษา ปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.819$, $\bar{X} = 3.994$)

6) ระดับความคิดเห็นด้านมูลค่าตามราคา จำแนกตามสถานสภาพด้านระดับการศึกษา พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดย ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า และ อนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีระดับความคิดเห็นปานกลาง ($\bar{X} = 3.443$, $\bar{X} = 3.420$) ในขณะที่ระดับการศึกษา ปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.732$, $\bar{X} = 3.877$)

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านความไว้วางใจ

| ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) | n | \bar{X} | S.D. |
|--|------------|-------------|--------------|
| ความน่าเชื่อถือในการเลือกใช้บริการดิจิทัล | 400 | 3.78 | 1.063 |
| มีความปลอดภัยและการรักษาความเป็นส่วนตัว | 400 | 3.78 | 1.115 |
| เงินดิจิทัลมีคุณภาพ | 400 | 3.78 | 1.180 |
| ผู้ให้บริการมีความซื่อสัตย์สุจริต เชื่อตรงต่อผู้บริโภค | 400 | 3.64 | 1.130 |
| ภาพรวม | 400 | 3.74 | 1.050 |

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.74$) (S.D. = 1.050) ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากันทั้ง 3 ข้อ ได้แก่ เงินดิจิทัลมีคุณภาพ มีความปลอดภัยและการรักษาความเป็นส่วนตัว ความน่าเชื่อถือในการเลือกใช้บริการดิจิทัล ($\bar{X} = 3.78$) และข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ผู้ให้บริการมีความซื่อสัตย์สุจริต เชื่อตรงต่อผู้บริโภค ($\bar{X} = 3.64$) (S.D. = 1.130)

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม

| ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Facilitation) | n | \bar{X} | S.D. |
|--|------------|-------------|--------------|
| เลือกใช้จ่ายเงินดิจิทัลเนื่องจากบุคคลในครอบครัวใช้เงินดิจิทัล เหมือนกัน | 400 | 4.05 | 0.956 |
| เพื่อน บุคคลรอบข้าง แนะนำให้ใช้เงินดิจิทัล | 400 | 4.07 | 0.971 |
| ภาพลักษณ์และชื่อเสียงทางสังคมดีขึ้นหากใช้เงินดิจิทัล | 400 | 4.05 | 0.938 |
| ภาพรวม | 400 | 4.05 | 0.912 |

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม มีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 4.05$) (S.D. = 0.912) ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เพื่อน บุคคลรอบข้าง แนะนำให้ใช้เงินดิจิทัล ($\bar{X} = 4.07$) (S.D. = 0.971) รองลงมา มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ได้แก่ ภาพลักษณ์และชื่อเสียงทางสังคมดีขึ้นหากใช้เงินดิจิทัล และเลือกใช้จ่ายเงินดิจิทัลเนื่องจากบุคคลในครอบครัวใช้เงินดิจิทัล ($\bar{X} = 4.05$)

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ

| ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) | n | \bar{X} | S.D. |
|--|------------|-------------|--------------|
| เลือกใช้จ่ายเงินดิจิทัลเนื่องจากทำธุรกรรมได้สะดวก | 400 | 3.88 | 1.064 |
| คาดหวังในผลลัพธ์ของเงินดิจิทัล | 400 | 4.03 | 0.979 |
| เงินดิจิทัลมีประสิทธิภาพ ใช้งานได้เป็นอย่างดี | 400 | 3.80 | 1.116 |
| ท่านเชื่อว่าเงินดิจิทัลช่วยเพิ่มโอกาสให้ท่านได้รับประโยชน์ ทางการเงิน | 400 | 4.03 | 1.007 |
| ภาพรวม | 400 | 3.93 | 0.969 |

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ โดยค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.93$) (S.D. = 0.969) ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ท่านเชื่อว่าเงินดิจิทัลช่วยเพิ่มโอกาสให้ท่านได้รับประโยชน์ทางการเงิน และคาดหวังในผลลัพธ์ของเงินดิจิทัล ($\bar{X} = 4.03$) รองลงมา คือ เลือกใช้จ่ายเงินดิจิทัลเนื่องจากทำธุรกรรมได้สะดวก ($\bar{X} = 3.88$)

(S.D. = 1.064) และน้อยที่สุดคือ เงินดิจิทัลมีประสิทธิภาพ ใช้งานได้เป็นอย่างดี (\bar{X} = 3.80) (S.D. = 1.116)

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านความคาดหวังใน
ความพยายาม

| ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) | n | \bar{X} | S.D. |
|---|------------|-------------|--------------|
| ความง่ายในการเลือกใช้เงินดิจิทัล | 400 | 3.86 | 1.119 |
| เข้าใจความซับซ้อนของการเลือกใช้เงินดิจิทัล | 400 | 3.76 | 1.181 |
| เลือกใช้เงินดิจิทัลของกลุ่มร่วมกัน | 400 | 3.70 | 1.183 |
| ภาพรวม | 400 | 3.77 | 1.091 |

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (\bar{X} = 3.77) (S.D. = 1.091) ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความง่ายในการเลือกใช้เงินดิจิทัล (\bar{X} = 3.86) (S.D. = 1.119) รองลงมาคือ เข้าใจความซับซ้อนของการเลือกใช้เงินดิจิทัล (\bar{X} = 3.76) (S.D. = 1.181) และน้อยที่สุดคือ เลือกใช้เงินดิจิทัลของกลุ่มร่วมกัน (\bar{X} = 3.70) (S.D. = 1.183)

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก

| สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Condition) | n | \bar{X} | S.D. |
|---|------------|-------------|--------------|
| มีแหล่งเรียนรู้ในการใช้เงินดิจิทัล | 400 | 3.67 | 1.109 |
| มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้เงินดิจิทัล | 400 | 3.69 | 1.148 |
| การใช้เงินดิจิทัลทำให้ท่านทำธุรกรรมได้ทันที | 400 | 3.87 | 1.147 |
| การใช้เงินดิจิทัลทำให้ไม่เสียเวลา | 400 | 3.95 | 1.085 |
| การใช้เงินดิจิทัลทำให้ท่านไม่ต้องแลกเงิน | 400 | 3.80 | 1.173 |
| ภาพรวม | 400 | 3.79 | 1.035 |

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (\bar{X} = 3.79) (S.D. = 1.035) ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การใช้เงินดิจิทัลทำให้ไม่เสียเวลา (\bar{X} = 3.95) (S.D. = 1.085) รองลงมาคือ การใช้เงินดิจิทัลทำให้ท่านทำ

ธุรกรรมได้ทันที ($\bar{X} = 3.87$) (S.D. = 1.147) และน้อยที่สุดคือ มีแหล่งเรียนรู้ในการใช้เงินดิจิทัล ($\bar{X} = 3.67$) (S.D. = 1.109)

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา

| มูลค่าตามราคา (Price Value) | n | \bar{X} | S.D. |
|---|------------|-------------|--------------|
| ความเหมาะสมของราคาเงินดิจิทัล | 400 | 3.66 | 1.068 |
| ค่าใช้จ่ายเงินดิจิทัลเทียบเท่ารูปแบบเงินอื่นๆ | 400 | 3.72 | 1.090 |
| เงินดิจิทัลเทียบเท่ากับค่าการชำระหนี้อื่นๆ | 400 | 3.73 | 1.056 |
| อัตราการแลกเปลี่ยนเงินดิจิทัลที่คุ้มค่ากับที่ได้รับ | 400 | 3.79 | 1.063 |
| ภาพรวม | 400 | 3.72 | 1.006 |

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.72$) (S.D. = 1.006) ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อัตราการแลกเปลี่ยนเงินดิจิทัลที่คุ้มค่ากับที่ได้รับ ($\bar{X} = 3.79$) (S.D. = 1.063) รองลงมาคือ เงินดิจิทัลเทียบเท่ากับค่าการชำระหนี้อื่นๆ ($\bar{X} = 3.73$) (S.D. = 1.056) และน้อยที่สุดคือ ความเหมาะสมของราคาเงินดิจิทัล ($\bar{X} = 3.66$) (S.D. = 1.068)

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

| การตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล (DECISION TO EMBRACE CRYPTOCURRENCIES) | n | \bar{X} | S.D. |
|---|------------|-------------|--------------|
| ท่านยินดีที่จะแนะนำบุคคลรอบข้างให้ใช้เงินดิจิทัล | 400 | 3.92 | 1.074 |
| ท่านใช้เงินดิจิทัลเนื่องจากความสะดวก รวดเร็ว ในการชำระ สินค้าและบริการ | 400 | 3.98 | 1.050 |
| ท่านได้รวบรวมข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ก่อนที่จะ ตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล | 400 | 3.96 | 1.059 |
| ท่านมีความสนใจในการใช้เงินดิจิทัลอยู่แล้ว | 400 | 3.99 | 1.081 |
| ภาพรวม | 400 | 3.96 | 1.005 |

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.96$) (S.D. = 1.005) ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านมีความสนใจในการใช้เงินดิจิทัลอยู่แล้ว ($\bar{X} = 3.99$) (S.D. = 1.081) รองลงมาคือ ท่านใช้เงินดิจิทัลเนื่องจากความสะดวก รวดเร็ว ในการชำระสินค้าและบริการ ($\bar{X} = 3.98$) (S.D. = 1.050) และน้อยที่สุดคือ ท่านยินดีที่จะแนะนำบุคคลรอบข้างให้ใช้เงินดิจิทัล ($\bar{X} = 3.92$) (S.D. = 1.074)

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไปซึ่งส่งผลต่อตัวแปรตาม โดยหากทราบค่าตัวแปรหนึ่งจะทำนายอีกตัวแปรหนึ่งได้ ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานและเพื่อพยากรณ์ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของกัญชา-กัญชง ด้วยตัวแปรอิสระที่เกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระจะต้องมีค่าสัมพันธ์ไม่เกิน 0.8 จึงจะถือว่าไม่เกิดปัญหา multicollinearity (Steven, 1992 อ้างอิง ยุทธ ไกยวรรณ, 2557)



ตารางที่ 4.23 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร (ต่อ)

| Correlations | Trust 1 | Trust 2 | Trust 3 | Trust 4 | Social 1 | Social 2 | Social 3 | Per 1 | Per 2 | Per 3 | Per 4 |
|--------------|---------|---------|---------|---------|----------|----------|----------|--------|--------|--------|-------|
| Trust 1 | 1 | | | | | | | | | | |
| Trust 2 | .815** | 1 | | | | | | | | | |
| Trust 3 | .869** | .825** | 1 | | | | | | | | |
| Trust 4 | .827** | .835** | .839** | 1 | | | | | | | |
| Social 1 | .763** | .751** | .774** | .775** | 1 | | | | | | |
| Social 2 | .797** | .795** | .821** | .792** | .876** | 1 | | | | | |
| Social 3 | .788** | .785** | .810** | .792** | .838** | .891** | 1 | | | | |
| Per 1 | .773** | .760** | .784** | .776** | .720** | .765** | .817** | 1 | | | |
| Per 2 | .763** | .748** | .781** | .721** | .761** | .762** | .773** | .786** | 1 | | |
| Per 3 | .807** | .762** | .824** | .788** | .765** | .793** | .809** | .858** | .790** | 1 | |
| Per 4 | .783** | .747** | .794** | .766** | .764** | .816** | .816** | .817** | .835** | .834** | 1 |

ตารางที่ 4.23 (ต่อ) การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร

| Correlations | Effort 1 | Effort 2 | Effort 3 | Facili 1 | Facili 2 | Facili 3 | Facili 4 | Facili 5 | Price 1 | Price 2 | Price 3 | Price 4 |
|--------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|---------|---------|---------|---------|
| Effort 1 | 1 | | | | | | | | | | | |
| Effort 2 | .802** | 1 | | | | | | | | | | |
| Effort 3 | .834** | .844** | 1 | | | | | | | | | |
| Facili 1 | .760** | .754** | .789** | 1 | | | | | | | | |
| Facili 2 | .773** | .761** | .748** | .845** | 1 | | | | | | | |
| Facili 3 | .803** | .774** | .800** | .796** | .772** | 1 | | | | | | |
| Facili 4 | .783** | .769** | .764** | .755** | .767** | .853** | 1 | | | | | |
| Facili 5 | .768** | .754** | .789** | .778** | .767** | .795** | .819** | 1 | | | | |
| Price 1 | .773** | .800** | .816** | .778** | .781** | .777** | .771** | .800** | 1 | | | |
| Price 2 | .731** | .778** | .806** | .764** | .770** | .762** | .749** | .758** | .845** | 1 | | |
| Price 3 | .757** | .804** | .793** | .737** | .753** | .766** | .784** | .797** | .858** | .811** | 1 | |
| Price 4 | .772** | .798** | .792** | .772** | .780** | .771** | .791** | .786** | .857** | .846** | .868** | 1 |

งานวิจัยฉบับนี้ข้อมูลแสดงระดับความคิดเห็นในแบบสอบถามปัจจัยต่าง ๆ ด้วยมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's scale) นั้นตัวแปรอิสระบางตัวมีความสัมพันธ์กันสูง (> 0.8) ผู้วิจัยจึงทำการแก้ปัญหาโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (factor analysis) เพื่อรวมตัวแปรอิสระเหล่านั้นและใช้วิธีหมุนแกนแบบตั้งฉาก (orthogonal rotation) เพื่อให้ตัวแปรอิสระใหม่ที่ได้ไม่มีความสัมพันธ์กันและนำ ค่าคะแนนขององค์ประกอบ (factor score) ไปใช้ในการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Mooi & Sarstedt, 2011, p. 169) ดังตารางที่ 4.24

การวิเคราะห์น้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปร

ตารางที่ 4.24 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (ต่อ)

| ตัวแปรอิสระ | องค์ประกอบ ภายใน | ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) | KMO |
|---|---------------------|--|-------|
| ความไว้วางใจ (Trust) | Trust 1 | 0.934 | 0.868 |
| | Trust 2 | 0.927 | |
| | Trust 3 | 0.947 | |
| | Trust 4 | 0.936 | |
| อิทธิพลทางสังคม (Social Facilitation) | Social 1 | 0.947 | 0.765 |
| | Social 2 | 0.967 | |
| | Social 3 | 0.951 | |
| ความคาดหวังใน ประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) | Per 1 | 0.934 | 0.856 |
| | Per 2 | 0.907 | |
| | Per 3 | 0.944 | |
| | Per 4 | 0.933 | |
| ความคาดหวังในความ พยายาม (Effort Expectancy) | Effort 1 | 0.929 | 0.764 |
| | Effort 2 | 0.941 | |
| | Effort 3 | 0.952 | |
| สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Condition) | Facili 1 | 0.912 | 0.884 |
| | Facili 2 | 0.908 | |
| | Facili 3 | 0.923 | |
| | Facili 4 | 0.915 | |
| | Facili 5 | 0.913 | |

ตารางที่ 4.24 (ต่อ) ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน

| ตัวแปรอิสระ | องค์ประกอบ ภายใน | ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) | KMO |
|--------------------------------|---------------------|--|-------|
| มูลค่าตามราคา (Price Value) | Price 1 | 0.946 | 0.869 |
| | Price 2 | 0.932 | |
| | Price 3 | 0.938 | |
| | Price 4 | 0.948 | |

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรด้านความไว้วางใจ อยู่ระหว่าง 0.927-0.947 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรด้านอิทธิพลทางสังคม อยู่ระหว่าง 0.947-0.967 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ อยู่ระหว่าง 0.907-0.944 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรด้านความคาดหวังในความพยายาม อยู่ระหว่าง 0.929-0.952 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ระหว่าง 0.908-0.923 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรด้านมูลค่าตามราคา อยู่ระหว่าง 0.932-0.948 ซึ่งเป็นค่าน้ำหนักตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า 0.5 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม และพบว่าค่า KMO ของแต่ละองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.764-0.884 จากการพิจารณาค่าสถิติทั้ง 2 รายการ สามารถสรุปได้ว่า ความไว้วางใจ อิทธิพลทางสังคม ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และ มูลค่าตามราคา เชื่อถือได้เหมาะสมที่สุด

ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์อำนาจพยากรณ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล (ต่อ)

| ตัวแปรพยากรณ์ | b | SE | <i>B</i> | t | p-Value | Tolerance | VIF |
|------------------------------------|-------|-------|----------|---------|---------|-----------|-------|
| ค่าคงที่ | 3.961 | 0.15 | | 257.557 | 0.000 | | |
| ปัจจัยด้านความไว้วางใจ | 0.124 | 0.040 | 0.123 | 3.077 | 0.002 | 0.146 | 6.845 |
| ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม | 0.114 | 0.039 | 0.114 | 2.966 | 0.003 | 0.160 | 6.264 |
| ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ | 0.159 | 0.045 | 0.158 | 3.543 | 0.000 | 0.117 | 8.523 |
| ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม | 0.157 | 0.045 | 0.156 | 3.444 | 0.001 | 0.115 | 8.715 |

ตารางที่ 4.25 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์อำนาจพยากรณ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

| ตัวแปรพยากรณ์ | b | SE | <i>B</i> | t | p-Value | Tolerance | VIF |
|----------------------------------|-------|-------|----------|---------|---------|-----------|-------|
| ค่าคงที่ | 3.961 | 0.15 | | 257.557 | 0.000 | | |
| ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก | 0.331 | 0.044 | 0.329 | 7.477 | 0.000 | 0.121 | 8.253 |
| ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา | 0.120 | 0.040 | 0.119 | 2.999 | 0.003 | 0.148 | 6.740 |

R = 0.953, $R^2 = 0.908$ SEE = 0.30755 F = 644.929, Sig of F = 0.000

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระพบว่า ค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าไม่ใกล้ศูนย์ และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าน้อยกว่า 10 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทุกตัว ไม่มีระดับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ดังนั้นเพื่อตรวจสอบว่าการแทนค่าตัวแปรในสมการตัวแบบจะไม่เกิด Multicollinearity (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556)

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณอยู่ในระดับมากที่สุด ($R = 0.953$) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แต่ละช่วงสามารถแปลความหมายได้ดังนี้ ค่าสหสัมพันธ์ 0.85 – 1 มีความสัมพันธ์มากที่สุด, 0.71 – 0.84 มีความสัมพันธ์มาก, 0.51 – 0.70 มีความสัมพันธ์น้อย, 0 – 0.50 มีความสัมพันธ์น้อยที่สุด มีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 90.8 ($R^2 = 0.908$) โดยค่าอำนาจพยากรณ์จะมีค่าตั้งแต่ 0 -1 ซึ่งหาก R^2 เข้าใกล้ 1 แสดงว่าสมการมีความน่าเชื่อถือ (บุญชม ศรีสะอาด, 2541) มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 0.30755 (SEE 0.30755) โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัลมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ($B=0.329$) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ($B=0.158$) ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ($B=0.156$) ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ($B=0.123$) ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา ($B=0.119$) และปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ($B=0.114$) ตามลำดับ จากผลการศึกษา สามารถเขียนสมการได้ในรูปแบบคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = +3.961 + 0.124\text{ความไว้วางใจ}^{**} + 0.114\text{อิทธิพลทางสังคม}^{**} + 0.159\text{ความคาดหวังในประสิทธิภาพ}^{***} + 0.157\text{ความคาดหวังในความพยายาม}^{***} + 0.331\text{สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก}^{***} + 0.120\text{มูลค่าตามราคา}^{**}$$

ตารางที่ 4.26 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

| สมมติฐาน | ผลการทดสอบ |
|--|----------------|
| H1: ปัจจัยทางด้านความไว้วางใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล | ยอมรับสมมติฐาน |
| H2: ปัจจัยทางด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล | ยอมรับสมมติฐาน |
| H3: ปัจจัยทางด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล | ยอมรับสมมติฐาน |
| H4: ปัจจัยทางด้านความคาดหวังในความพยายาม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล | ยอมรับสมมติฐาน |
| H5: ปัจจัยทางด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล | ยอมรับสมมติฐาน |
| H6: ปัจจัยทางด้านมูลค่าตามราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล | ยอมรับสมมติฐาน |

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล จากผลการทดสอบค่าทางสถิติของตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา สามารถสรุปได้ว่า อิทธิพลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา ผู้วิจัยได้สรุปผล อภิปรายผล และมีข้อเสนอแนะโดยจะกล่าวถึงรายละเอียดในบทที่ 5 ต่อไป

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยฉบับนี้ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามลำดับ ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะงานวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 57.25 ส่วนที่เหลือเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 26.75 และ เพศทางเลือก คิดเป็นร้อยละ 16.0 ส่วนใหญ่ช่วงอายุ 21-37 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาช่วงอายุ 38-53 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.75 น้อยที่สุด อายุ 54 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.0 ส่วนใหญ่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.25 รองลงมา มีรายได้ 15,001- 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.5 น้อยที่สุด มีรายได้ 7,000 – 10,000 คิดเป็นร้อยละ 5.75 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมา ระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 28.0 และระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.50

5.1.2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักสกุลเงินดิจิทัลได้จาก อินเทอร์เน็ต ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้เหตุผลการยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะต้องการ ผลตอบแทน เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามสถานภาพด้านเพศ เหตุผลการยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เพศหญิงและเพศทางเลือก ให้เหตุผลการยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” คือ ผลตอบแทน แต่เมื่อจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 15-20 ปี ให้เหตุผลที่ตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล เพราะ ความปลอดภัย ในขณะที่ช่วงอายุ 21-54 ปีขึ้นไป ให้เหตุผลการยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะ ผลตอบแทน แต่เมื่อจำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 7,000-10,000 บาท เหตุผลการยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะ ความสะดวกสบาย ในขณะที่รายได้ 10,001-30,000 บาท เหตุผลการยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะ ผลตอบแทน และเมื่อจำแนกตามสถานภาพด้านระดับ

การศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า เหตุผล การยอมรับการใช้ “สกุลเงินดิจิทัล” เพราะ ความสะดวกสบาย ในขณะที่ระดับการศึกษา อนุปริญญา หรือเทียบเท่า ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี เหตุผลการยอมรับใช้ สกุลเงินดิจิทัล เพราะ ผลตอบแทน เช่นเดียวกัน

เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามสถานภาพด้านเพศ ว่ารู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้อย่างไร ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง รู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้จากอินเทอร์เน็ต เพศทางเลือกรู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้จาก บุคคลรอบข้างและอินเทอร์เน็ต แต่เมื่อจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 15-20 ปี และ 21-37 ปี รู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้จากอินเทอร์เน็ต ช่วงอายุ 38-53 ปี รู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้จากบุคคลรอบข้าง และช่วงอายุ 54 ปีขึ้นไป รู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้จากรู้จักด้วยตัวเอง เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับเมื่อจำแนกตามสถานภาพด้าน รายได้ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 7,000-25,000 บาท รู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้จากอินเทอร์เน็ต ในขณะที่ รายได้ 25,001-30,000 บาท รู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้จากบุคคลรอบข้าง และเมื่อจำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า อนุปริญญาหรือเทียบเท่า และปริญญาตรี รู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้จากอินเทอร์เน็ต ในขณะที่ ระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี รู้จัก “สกุลเงินดิจิทัล” ได้จากบุคคลรอบข้าง

5.1.3 ข้อมูลระดับความคิดเห็นที่มีต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้าน ความไว้วางใจในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.74$) (S.D. = 1.050) ได้แก่ ความน่าเชื่อถือในการเลือกใช้เงินดิจิทัล มีความปลอดภัยและการรักษาความเป็นส่วนตัว เงินดิจิทัลมีคุณภาพ ผู้ให้บริการมีความซื่อสัตย์สุจริต สื่อตรงต่อผู้บริโภค เช่นเดียวกับ ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้าน อิทธิพลทางสังคมในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 4.05$) (S.D. = 0.912) ได้แก่ เลือกใช้เงินดิจิทัล เนื่องจากบุคคลในครอบครัวใช้เงินดิจิทัลเหมือนกัน เพื่อน บุคคลรอบข้าง แนะนำให้ใช้เงินดิจิทัล ภาพลักษณ์และชื่อเสียงทางสังคมดีขึ้นหากใช้เงินดิจิทัล เช่นเดียวกับ ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.93$) (S.D. = 0.969) ได้แก่ เลือกใช้เงินดิจิทัลเนื่องจากทำธุรกรรมได้สะดวก คาดหวังในผลลัพธ์ของเงินดิจิทัล เงินดิจิทัลมีประสิทธิภาพใช้งานได้เป็นอย่างดี เชื่อว่าเงินดิจิทัลช่วยเพิ่มโอกาสให้ได้รับประโยชน์ทางการเงิน เช่นเดียวกับ ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายามในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.77$) (S.D. = 1.091) ได้แก่ ความง่ายในการเลือกใช้เงินดิจิทัล เข้าใจความซับซ้อนของการเลือกใช้เงินดิจิทัล เลือกใช้เงินดิจิทัลของกลุ่มร่วมกัน เช่นเดียวกับ ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.79$) (S.D. = 1.035) ได้แก่ มีแหล่งเรียนรู้ใน

การใช้เงินดิจิทัล มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้เงินดิจิทัล การใช้เงินดิจิทัลทำให้ทำธุรกรรมได้ทันที การใช้เงินดิจิทัลทำให้ไม่เสียเวลา การใช้เงินดิจิทัลทำให้ไม่ต้องแลกเงิน เช่นเดียวกับ ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านมูลค่าตามราคาในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.72$) (S.D. = 1.006) ได้แก่ ความเหมาะสมของราคาเงินดิจิทัล ค่าใช้จ่ายเงินดิจิทัลเทียบเท่ารูปแบบเงินอื่น ๆ เงินดิจิทัลเทียบเท่ากับค่าการชำระหนี้อื่น ๆ อัตราการแลกเปลี่ยนเงินดิจิทัลที่คุ้มค่ากับที่ได้รับ และ ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัลในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.96$) (S.D. = 1.005) ได้แก่ ยินดีที่จะแนะนำบุคคลรอบข้างให้ใช้เงินดิจิทัล ใช้เงินดิจิทัลเนื่องจากความสะดวก รวดเร็ว ในการชำระสินค้าและบริการ ได้รวบรวมข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล มีความสนใจในการใช้เงินดิจิทัลอยู่แล้ว นอกจากนี้ผู้วิจัยได้นำเอาปัจจัยดังกล่าวข้างต้นจำแนกตามสถานสภาพทางเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เพศหญิงและเพศทางเลือก มีความคิดเห็นในแนวทางเดียวกัน คือ มีระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา ในระดับมาก และเมื่อจำแนกตามช่วงอายุ, รายได้ และระดับการศึกษา พบว่า มีความคิดเห็นในปัจจัยดังกล่าวข้างต้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

5.1.4 ผลการศึกษาและทดสอบสมมติฐานมีดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยทางด้านความไว้วางใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยทางด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยทางด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 6 ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปได้ว่า ปัจจัยทางด้านความไว้วางใจ ปัจจัยทางด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยทางด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล โดยการนำทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอ้างอิงเพื่ออภิปรายผล ดังนี้

5.2.1 ปัจจัยด้านความไว้วางใจ

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยทางด้านความไว้วางใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจาก ระดับความไว้วางใจในการเลือกสกุลเงินดิจิทัลนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านของผู้ให้บริการ ยิ่งผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือมากเท่าไรก็จะยิ่งส่งผลต่อการเลือกใช้งานสกุลเงินดิจิทัลเป็นไปในทิศทางที่เป็นบวกมากขึ้น (Teerasakdapong, 2016) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนัญชัย กาพเนตร และ ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2564) จากการศึกษาเรื่องโมเดลการยอมรับเทคโนโลยี และความไว้วางใจที่มีผลต่อการใช้บริการ เอสซีบี อีซีพบว่า ความไว้วางใจต่อบริการโอบายแบงก์กิ้ง เอสซีบี อีซี มีผลต่อการใช้บริการโอบายแบงก์กิ้งเอสซีบี อีซี และงานวิจัยของ จิรายุทธ์ ธารารุ่งเรือง และ พัฒน์ พัฒนรังสรรค์ (2563) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวคิดของ Ooi and Tan (2016) ที่กล่าวว่า การรับรู้ความไว้วางใจ คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี

5.2.2 ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยทางด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจาก บุคคลผู้มีความสำคัญที่ต่อผู้ใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันภายในองค์กร เช่น เพื่อนร่วมงานและการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงจะทำให้ผู้ใช้รู้สึกอยากใช้ระบบต่อและส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ทางบวกต่อ

ความตั้งใจยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันของบุคคลในองค์กร Chan et al, (2012) สอดคล้องกับงานวิจัยของ กรวินท์ เขมะพันธุ์มณี และ กนกวรรณ ไทยประดิษฐ์ (2563) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับร้านอาหารออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดตรัง พบว่า อิทธิพลของสังคมส่งผลต่อการยอมรับร้านอาหารออนไลน์ของผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ ชรินทร์ เขียวรัตน์ (2563) เรื่องปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ตโฟน กรณีศึกษาลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ตโฟน และงานวิจัยของ อานนท์ หย่องฮวย และ อานนท์ ทับเที่ยง (2562) จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจ พบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ส่งผลต่อการยอมรับการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของ Venkatesh, Thong and Xu (2012) พบว่า ปัจจัยทางด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากปัจจัยทางด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกการใช้งาน อิทธิพลทางสังคมมีความสำคัญมากสำหรับเทคโนโลยีการทำงานร่วมกัน เพราะเป็นเทคโนโลยีที่มีความเกี่ยวข้องกับสังคม

5.2.3 ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยทางด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจาก การรับรู้ว่าคุณเทคโนโลยีสามารถเพิ่มประสิทธิผลและประสิทธิภาพของกระบวนการทำงานได้ จะทำให้ผู้ใช้งานเต็มใจที่จะใช้งานเทคโนโลยี Silic and Back (2013) สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิริยาภรณ์ เตชะกฤตธีรพงศ์ (2558) จากการศึกษาเรื่องปัจจัยการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันของบุคลากรในองค์กร พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพส่งผลให้เกิดการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันของบุคลากรในองค์กร ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ ปฐวี ฉลวย สิงหะ ฉวีสุข และ ณัฐพล พันธุ์วงศ์ (2558) เรื่องการประยุกต์ใช้ทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) และส่วนขยายทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2) กับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ส่งผลต่อการยอมรับใช้งานการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยของ ชรินทร์ เขียวรัตน์ (2563) เรื่องปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ตโฟน กรณีศึกษา ลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพส่งผลต่อการตัดสินใจใช้

บริการ QR Code ผ่านสมาร์ทโฟน ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของ Venkatesh, Thong and Xu (2012) พบว่าเมื่อผู้ใช้งานรู้สึกว่าคุณเทคโนโลยีที่ใช้อยู่สามารถใช้งานได้สะดวก เข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อน และไม่ต้องใช้ความพยายามมากแล้ว จะส่งผลให้ทำให้ผู้ใช้แสดงพฤติกรรมการใช้ระบบต่อ

5.2.4 ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจาก การใช้งานของระบบใช้ความพยายามน้อย จะยิ่งส่งผลให้บุคคลเกิดความตั้งใจในการใช้งานมากขึ้น นอกจากนี้ หากระบบใหม่มีความคล้ายคลึงกับระบบเดิมที่มีอยู่ ระบบนั้นควรเป็นระบบที่สามารถเรียนรู้ได้ง่าย และใช้งานได้ง่าย ส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการใช้งานเพิ่มมากขึ้น Khalil and Nasrallah (2014) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฐวี ฉลวย สิงหะ ฉวีสุข และ ญัฐพล พันธุ์วงศ์ (2558) เรื่องการประยุกต์ใช้ทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) และส่วนขยายทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2) กับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ส่งผลต่อการยอมรับใช้งานการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานของ อานนท์ หย่องฮวย และ อานนท์ ทับเที่ยง (2562) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจ พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายามส่งผลต่อการยอมรับการเชื่อมโยงข้อมูลภาครัฐ และงานวิจัยของ ชรินทร์ เขียวรัตน์ (2563) จากการศึกษาเรื่องปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ทโฟน กรณีศึกษา ลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายามส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ทโฟน ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของ Venkatesh, Thong and Xu (2012) พบว่า ความคาดหวังในความพยายามส่งผลต่อการใช้งานที่มีนัยสำคัญและพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยี นอกจากนี้ความคาดหวังในความพยายามจะประกอบไปด้วย การรับรู้ความง่ายในการใช้ ความซับซ้อนของนวัตกรรม และระดับความง่ายในการใช้

5.2.5 ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก

สมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจาก สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน คือ ความตั้งใจที่จะใช้งานสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ส่งผลต่อความปลอดภัยของตัวบุคคลให้เกิดการใช้งานที่สะดวก การที่บริการมีระบบสนับสนุนการใช้งานเพิ่มมากขึ้นจะช่วยส่งผลให้ผู้ใช้ใช้งานเกิดความยินดีที่จะใช้งานมากยิ่งขึ้น และ

การมีสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานที่ดีขึ้น จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกที่ดีต่อบริการ และมีโอกาสที่จะเกิดการใช้ง่ายยิ่งขึ้น Guo et al, (2015) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกียรติกร เทียนธรรมชาติ (2558) จากการศึกษาเรื่องอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล (บิทคอยน์) ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร พบว่า สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล (บิทคอยน์) ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ กรวิวิท เชมะพันธุ์มนัส และ กนกวรรณ ไทยประดิษฐ์ (2563) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับร้านอาหารออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดตรัง พบว่า สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลต่อการยอมรับร้านอาหารออนไลน์ของผู้สูงอายุ และงานวิจัยของ ชรินทร์ เขียวรัตน์ (2563) เรื่อง ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ทโฟน กรณีศึกษา ลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ทโฟน ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของ Venkatesh, Thong and Xu (2012) พบว่า สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานส่งผลต่อทั้งความตั้งใจ การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ความเหมาะสมกับผู้ใช้งาน และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก

5.2.6 ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา

สมมติฐานข้อที่ 6 ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจาก มูลค่าตามราคาเป็นสิ่งสำคัญของการสร้างมูลค่าราคาในการกำหนดความตั้งใจใช้เชิงพฤติกรรมของแต่ละบุคคลในการใช้เทคโนโลยี Kuttimani, Nripendra & Yogesh (2018) สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณา แซ่ตัน (2560) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โมบายแอปบริการรับ-ส่งสินค้าด่วนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคาส่งผลต่อการใช้งานระบบแอปบริการรับ-ส่งสินค้าด่วนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ ชรินทร์ เขียวรัตน์ (2563) จากการศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ทโฟน กรณีศึกษาลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ของประชาชน และงานวิจัยของ ปฐวี ฉลวย สิงหะ ฉวีสุข และ ญัฐพล พันธุ์วงศ์ (2558) เรื่องการประยุกต์ใช้ทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) และส่วนขยายทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2) กับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคาส่งผลในการยอมรับการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของ Venkatesh, Thong and Xu (2012) พบว่า มูลค่าตามราคา (Price Value) เป็นทักษะ

การเปรียบเทียบและกระบวนการความรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายและประโยชน์ที่ได้รับสำหรับการใช้ประโยชน์นั้นทำให้ ปัจจัยด้านมูลค่าราคามีความสำคัญต่อผู้บริโภคในการใช้เทคโนโลยี การสร้างมูลค่าราคา แรงจูงใจทางอารมณ์และควบคู่กับนิสัย ที่สำคัญมูลค่าราคาเป็นตัวทำนายเชิงบวกของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่จะใช้เทคโนโลยีในการรับรู้ประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีมีมากกว่าการรับรู้ต้นทุนทางการเงินที่เกิดขึ้นจากการใช้เทคโนโลยี

5.3 ข้อเสนอแนะงานวิจัย

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

จากผลวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการ สามารถนำผลที่ได้ไปพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งานและปรับปรุงกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.3.1.1 ปัจจัยด้านความไว้วางใจ เป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลในการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล เพราะความไว้วางใจเป็นตัวตัดสินว่าผู้ที่ต้องการใช้งานมีระดับความคิดเห็นต่อนวัตกรรมในด้านบวกหรือด้านลบ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่น ไม่ว่าจะเป็นด้านความเข้าใจ การให้ความรู้ และการโฆษณา เพื่อเป็นการปลูกฝังให้ผู้ใช้งานสกุลเงินดิจิทัลเกิดความไว้วางใจ

5.3.1.2 ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล เพราะ อิทธิพลทางสังคมจากครอบครัว บุคคลรอบข้างและภาพลักษณ์ เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดพฤติกรรมและทัศนคติของตัวบุคคลเปลี่ยนไป สามารถยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เป็นการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม โดยสิ่งที่ตามมาคือก่อให้เกิดการใช้งานร่วมกัน นำไปสู่ความต้องการในการใช้งานมากยิ่งขึ้นและนำไปสู่การแนะนำให้บุคคลรอบข้างใช้งาน ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการสร้างมุมมองด้านบวกของการใช้สกุลเงินดิจิทัล หากผู้ประกอบการสามารถทำให้เกิดภาพจำที่ดี จะทำให้มีการบอกต่อระหว่างผู้ใช้งานกับบุคคลรอบข้างผู้ใช้งาน ส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

5.3.1.3 ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ผู้ใช้งานส่วนใหญ่คาดหวังในผลลัพธ์และการเพิ่มโอกาสที่จะได้รับประโยชน์ในการใช้สกุลเงินดิจิทัล ในการสร้างแรงจูงใจ และการรับรู้เป็นส่วนสำคัญของ การตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล โดยผู้ใช้งานส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดความเข้าใจ สร้างคุณค่าให้เกิดความรู้ในที่สุด และนำไปสู่ความความคาดหวังในประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้น ไปในเรื่องของการให้คูนค่ากับผู้ใช้งาน ให้สอดคล้องกับประโยชน์ที่ผู้ใช้งานจะได้รับ และช่วยเพิ่มโอกาสในรูปแบบการดำรงชีวิตทางการเงินในปัจจุบัน

5.3.1.4 ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ผู้ใช้งานส่วนใหญ่เลือกใช้สกุลเงินดิจิทัล เพราะความง่ายในการใช้จ่าย เข้าใจความซับซ้อนของเทคโนโลยี และการใช้งานของกลุ่มร่วมกัน ว่าระบบไม่ต้องใช้ความพยายาม ดังนั้นผู้ประกอบการควรนำเสนอรูปแบบการสื่อสารที่เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อนและง่ายต่อการใช้ เพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้ใช้ ส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

5.3.1.5 ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นปัจจัยที่ส่งผลสำคัญต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล การใช้จ่ายดิจิทัลนั้นทำให้ไม่เสียเวลา สามารถทำธุรกรรมได้ทันที มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้สกุลเงินดิจิทัล และมีแหล่งเรียนรู้ในการใช้สกุลเงินดิจิทัล ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการใช้งานเทคโนโลยี มีการถ่ายทอดความรู้ที่จำเป็นในการใช้งานรวมถึงมีบริการให้คำแนะนำช่วยเหลือแก่ผู้ที่สนใจใช้สกุลเงินดิจิทัล เมื่อมีปัญหาจากการใช้งาน

5.3.1.6 ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา เป็นปัจจัยที่ส่งผลสำคัญต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล เพราะพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีนั้น มาจากการรับรู้ถึงความเหมาะสมของมูลค่า ในการใช้ประโยชน์ของเทคโนโลยีนั้น อัตราการแลกเปลี่ยนเงินดิจิทัลที่คุ่มค่า และมูลค่าเงินดิจิทัลเทียบเท่ากับสกุลเงินอื่น ๆ ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจจะใช้เทคโนโลยี ดังนั้นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นด้านราคาให้ผู้ใช้งานเทคโนโลยีเห็นว่า ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการสมเหตุสมผล รู้สึกคุ่มค่า เหมาะสมที่จะจ่ายออกไปถ้ามีการใช้งานที่มากขึ้น นำไปสู่ความต้องการของผู้ใช้ที่ดีที่สุด

5.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

5.3.2.1 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยนำหลักแนวคิดและทฤษฎี (UTAUT2) บางส่วน ได้แก่ อิทธิพลทางสังคม ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก มูลค่าตามราคา ผู้วิจัยได้ศึกษาตัวแปรอิสระเพิ่มนั้นคือความไว้วางใจ ผลการวิจัยจากการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับทฤษฎี UTAUT2 ส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผู้วิจัยหรือผู้ที่สนใจศึกษาเรื่องนี้ สามารถผลการวิจัยไปปรับใช้ และเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรให้เกิดความก้าวหน้าต่อไป

5.3.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

5.3.3.1 ผู้วิจัยหรือผู้ที่สนใจควรศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้อง หรือปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล นอกเหนือจากงานวิจัยข้างต้น เช่น ด้านทัศนคติ ด้านแรงจูงใจ และความเคยชิน เป็นต้น

5.3.3.2 ควรศึกษาถึงปัญหา อุปสรรค และสาเหตุที่ทำให้สกุลเงินดิจิทัล เป็นที่ยอมรับมากยิ่งขึ้น

5.3.3.3 ผู้วิจัยหรือผู้ที่สนใจควรศึกษาและวิจัยคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เจาะลึก การสังเกต และการวิเคราะห์จากเอกสารเพื่อรวบรวมข้อมูลหลากหลายมิติ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะมีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการพัฒนา ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้สกุลเงินดิจิทัลได้ดียิ่งขึ้น



บรรณานุกรม

- กรวินท์ เขมะพันธุ์มนัส และกนกวรรณ ไทยประดิษฐ์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับ
ร้านอาหารออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดตรัง. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้. ปีที่ 13 ฉบับที่
2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2563. 32-42.
- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2561). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ:
ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกียรติกร เทียนธรรมชาติ. (2558). อิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล (บิทคอยน์) ของ
ผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์
มหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิรายุทธ์ ธารธรรุ่งเรือง และ พัฒน์ พัฒนรังสรรค์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงิน
ดิจิทัลของธนาคารแห่งประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขต ศรีราชา).
- ชรินทร์ เขียวรัตน์. (2563). ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR
Code ผ่านสมาร์ตโฟน กรณีศึกษา ลูกค้านาคาการกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอ
หาดใหญ่จังหวัดสงขลา. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).
- ณัฐา ปิยะกาญจน์, ภาสวุฒิ นันทน์ฤมิต, นลิน หนูขวัญ, ชนกกานต์ เมฆยงค์ และ ฐิติมา ชูเชิด.
(2564). สกุลเงินดิจิทัลของธนาคารกลางในระดับรายย่อย: บริบทของไทย.
<https://www.pier.or.th/abridged/2021/11/#top>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- บุญใจ ศรีสถิตย์นรากร. (2555). การพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย: คุณสมบัตินวัตกรรม
เชิงจิตวิทยา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปฐวี ฉลวย สิงหะ ฉวีสุข และณัฐพล พันธุ์วงศ์. (2558). การประยุกต์ใช้ทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้
เทคโนโลยี (UTAUT) และส่วนขยายทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2)
กับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (วิทยานิพนธ์เทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัย
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง).

- ชญชัช กาฬเนตร และยุพาวรรณ วรณวณิช. (2564). โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี และความ
ไว้วางใจที่มีผลต่อการใช้บริการ เอสซีพี อีซี. **วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่ง
สุวรรณภูมิ**. 7(1) มกราคม – มิถุนายน 2564. 378-389.
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2565). **นโยบาย Cryptocurrency ของต่าง
ประเทศรู้ไว้ให้ทันการเปลี่ยนแปลงในโลกอนาคต**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก:
https://www.exim.go.th/eximinter/e-news/26418/0222_finance.html. (วันที่
สืบค้น 10 มีนาคม 2565).
- พิรพงศ์ กนกเลิศวงศ์. (2564). เงินดิจิทัลกับเสถียรภาพทางการเงินสู่ระบบเศรษฐกิจประเทศไทย.
วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 4(3) กันยายน -
ธันวาคม 2564. 79-91.
- ยุทธ ไภยวรรณ. (2557). การวิเคราะห์สถิติหลายตัวแปรสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิริยาภรณ์ เตชะกฤตธีรพงศ์. (2558). **ปัจจัยการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันของ
บุคลากรในองค์กร**. (การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- วรรณมา แซ่ตัน. (2560). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โมบายแอปบริการรับ-ส่งสินค้าด่วน
ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร**. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ).
- สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์. (2564). **สกุลเงินดิจิทัลของธนาคารกลางในระดับรายย่อย:
บริบทของไทย**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก:
<https://www.pier.or.th/abridged/2021/11/#top> (วันที่สืบค้น 10 มีนาคม 2565).
- สุธาสิณี ตูลานนท์. (2562). **การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของ
ผู้สูงอายุ**. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร).
- เอกนิติ นิติทัณฑ์ประภาศ. อธิบดีกรมสรรพากร. (2564). บทสัมภาษณ์เรื่อง บาทดิจิทัลมาแล้ว เริ่ม
ใช้ไตรมาส 2 ปีหน้า. **วารสารการเงินธนาคาร**. ฉบับที่ 474. เดือนตุลาคม 2564.
- อานนท์ หย่องฮวย และอานนท์ ทับเที่ยง. (2562). **ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการเชื่อมโยงข้อมูล
ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจ**. (วิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม,
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี).
- Adrian, T., & Mancini-Griffoli, T. (2021). **Public and Private Money Can Coexist in the
Digital Age**. IMF Blog.

Assessing the Meaning of Social Influence and Technology Readiness in Collaboration Technology Adoption. **System Sciences (HICSS), 2013 46th Hawaii International Conference**. pp.620–629.

Agarwal, R., & Kimball, M., (2015). **Breaking through the Zero Lower Bound**. IMF Working Paper, Issue 224.

Armeliu, H., Claussen, C., Boel, P., & Nessen, M., (2018). The e-krona and the macroeconomy. **Sveriges Riksbank Economic Review**, Volume 3. Pp 43-65.

Auer, R., Cornelli, G., & Frost, J., (2020). **Rise of the central bank digital currencies: drivers, approaches and technologies**. BIS Working papers, Issue 880.

Azmi, A., Ang, Y. D., & Talib, S. A. (2016). Trust and justice in the adoption of a welfare e-payment system. **Transforming Government: People, Process and Policy**, 10 (3), pp. 391-410.

Bank of England, 2020. **Central Bank Digital Currency: opportunities, challenges and design**.

Barrdear, J., & Kumhof, M., (2016). **The macroeconomics of central bank digital currencies**. Bank of England Staff Working Paper, Issue 605.

Bass, F., 1969. A new product growth for model consumer durables. **Management Science**. 15(5), 215–227.

Baptista, G. & Oliveira, T. (2017). "Why so serious? Gamification impact in the acceptance of mobile banking services", **Internet Research**. 27(1), 118-139.

Best, John W. (1977). **Research in Education** (3rd). Englewood cliffs : Nj :Prentice-Hall. Inc.

Boar, C., Holden, H., & Wadsworth, A., (2020). **Impending arrival – a sequel to the survey on central bank digital currency**. BIS Working Papers, Issue 107.

Bolt, W., & Humphrey, D., (2005). **Issues in Target: Natural monopolies, scale economies, network effects and cost allocation**. ECB Working Paper Series, Issue 505.

Bordo, M. D., & Levin, A. T., (2017). **Central Bank Digital Currency and the Future of Monetary Policy**. Hoover Institution Economics Working Paper.

BOT MAGAZINE. (2563). **Retail CBDC สกุลเงินดิจิทัลธนาคารกลาง กับเศรษฐกิจการเงิน**. [online] :

https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_19Nov2021.aspx

- Brunnermeier, M., James, H., & Landau, J.-P., (2019). **The Digitalization of Money**. NBER Working Papers.
- Brunnermeier, M., & Niepelt, D., (2019). **On the Equivalence of Private and Public Money**. NBER Working Paper, Issue 25877.
- Bunjerdkit, P. (2007). **Impact of tax burden on demand for money and size of underground economy in Thailand**. Bangkok: Thammasat University.
- Chan, F. T. S., Alain, Y. L. C., & Li, Z. (2012). An empirical investigation of factors affecting e-collaboration diffusion In SMEs. **International Journal of Production Economics**. 138(2), 329-344
- Choi, B., & La, S. (2013). **He impact of corporate social responsibility (CSR) and customer trust on the restoration of loyalty after service failure and recovery**. Paper, Issue 150.
- Chucherd, T., Piyakarnchana, N., Jindarak, B., Srisongkram, A., Suwanik, S., Tosborvorn, T., Tonghui, T., Kongphalee, T., & Shimnoi, A., (2019). **Digitalization on Financial Services and Implications for Monetary Policy in Thailand**. Bangkok: Bank of Thailand.
- Chucherd, T., Mek-yong, C., Nookhwun, N., Nuntnarumit, P., Piyakarnchana, N., Suwanik, S., (2021). **Monetary and Financial Perspectives on Retail CBDC in the Thai Context**. PIER Discussion Paper, Issue 152.
- Dyson, B. & Hodgson, G., (2016). **Digital cash: why central banks should start issuing electronic money**. *Positive Money*.
- Engert, W., & Fung, B., (2017). **Central Bank Digital Currency: Motivations and Implications**. Bank of Canada Staff Discussion Paper, Issue 16.
- G7 Working Group on Stablecoins. (2019). **Investigating the impact of global stablecoins**.
- Garcia, A., Lands, B., Liu, X., & Slive, J., (2020). **The potential effect of a central bank digital currency on deposit funding in Canada**. Bank of Canada Staff Analytical Note, Issue 15.

- Gowrisankaran, G., & Stavins, J. (2004). Network externalities and technology adoption: lessons from electronic payments. *RAND Journal of Economics*, 35(23), pp. 260–276.
- Guo, H., Huang, X., & Craig, P. (2015). **Factors Influencing the user acceptance of 91lipay**. Paper presented at the International Conference on Economy.
- Havoscope. (2012). **Tag: Thailand Security Threats**. [Online] Available at: <https://havoscope.com/tag/thailand/> [Accessed 31 March 2021].
- Jansorn, T., Kiattisin, S., & Leelasantitham, A. (2013). **Study of acceptance factors for electronic payment services**. Paper presented at the ISS & MLB, Nagoya, Japan.
- Juks, R., (2018). When a central bank digital currency meets private money: effects of an e-krona on banks. *Sveriges Riksbank Economic Review*, Volume 3.
- Kanokwan Makmek. **workpointTODAY 2020, ส่อง 10 บริษัทไทย-เทศ เปิดทางใช้คริปโทฯ ซื้อง**. [ออนไลน์]. <https://workpointtoday.com/companies-accept-crypto-as-payment/> (วันที่สืบค้น 12 พ.ค. 2564).
- Keister, T., & Sanches, D., (2020). **Should Central Banks Issue Digital Currency**.
- Khalil, O. E. M., & Nasrallah, A. a. A. (2014). The adoption of the traffic violation e-payment system (TVEPS) of Kuwait. *Electronic Journal of Knowledge Management*, 12(1), pp. 3-22.
- Kiff, J., Alwazir, J., Davidovic, S., Farias, A., Khan, A., Khiaonarong, T., Malaika, M., Monroe, H., Sugimoto, N., Tourpe, H., & Zhou, P., (2020). **A Survey of Research on Retail Central Bank Digital Currency**. IMF Working Papers, Issue 104.
- Kim, Y., & Kwon, O., (2019). **Central Bank Digital Currency and Financial Stability**. Bank of Korea Working Papers, Issue 6.
- Kuttimani Tamilmani, Nripendra P. Rana & Yogesh K. Dwivedi. (2018). **Use of ‘Habit’ Is not a Habit in Understanding Individual Technology Adoption: A Review of UTAUT2 Based Empirical Studies**. IFIP Advances in Information and Communication Technology book series (IFIPAICT, volume 533)
- Mancini Griffoli, T., Peria, M., Agur, I., Ari, A., Kiff, J., Popescu, A., & Rochon, C. (2018). **Casting Light on Central Bank Digital Currencies**. IMF Working Paper, Issue 8.

- Meaning, J., Dyson, B., Barker, J., & Clayton, E. (2018). **Broadening narrow money: monetary policy with a central bank digital currency.** Bank of England Staff Working Paper, Issue 724.
- Moenjak, T., Praneepachachon, V., Bumpenboon, T., Bumrungruan, P., & Monchaitrakul, C. (2019) **Gaining from Digital Disruption: the Thai Financial Landscape in the Digital Era.** Pier Discussion Paper, Issue 120.
- Mohan, R.D., Dialynas, G., Weake, V.M., Liu, J., Martin-Brown, S., Florens, L., Washburn, M.P., Workman, J.L., Abmayr, S.M. (2014). Loss of Drosophila Ataxin-7, a SAGA subunit, reduces H2B ubiquitination and leads to neural and retinal degeneration. **Genes Dev.** 28(3): pp.259-272.
- Montazemi, A. R., & Qahri-Saremi, H. (2015). Factors affecting adoption of online banking: Ameta-analytic structural equation modeling study. **Information & Management.** 52(2), pp.210-226.
- Nguyen, N., Leclerc, A., & LeBlanc, G. (2013). The Mediating Role of Customer Trust on Customer Loyalty. **Journal of Service Science and Management.** 6, pp.96-109.
- Ooi, K. B., & Tan, G. W-H. (2016). Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credit card. **Journal of Expert Systems with Applications.** 59, pp.33-46.
- Olschewski, M., Renken, U. B., Bullinger, A. C., & Moslein, K. M. (2013). **Are You Ready to Use? Assessing the Meaning of Social Influence and Technology Readiness in Collaboration Technology Adoption.** System Sciences (HICSS), 2013 46th Hawaii International Conference, 620-629.
- Rad, M. S., Dahlan, H. M., Iahad, N. A., Nilashi, M., & Zakaria, R. (2014). Assessing the factors that affect adoption of social research network site for collaboration by researchers using multi-criteria approach. **Journal of Theoretical & Applied Information Technology.** 65(1), pp.170-182.
- Rios, A. D. d. l., & Zhu, Y., (2020). **CBDC and Monetary Sovereignty.** Bank of Canada Staff Analytical Note, Issue 5.
- Rogoff, K., (2016). **The Curse of Cash.** Princeton: Princeton University Press.

- Silic, M., & Back, A. (2013). **Organizational Culture Impact on Acceptance and Use of Unified Communications & Collaboration Technology in Organizations.**
- Statista. (2021). **Share of social media users in Thailand, by platform.** [Online] Available at: <https://www.statista.com/statistics/1093797/thailand-share-of-social-media-users-by-platform/>
- Suwanik, S. (2014). **Measurement and Determinants of Central Bank Independence: A Case Study of Bank of Thailand.** Thammasat University.
- Teerasakdpong, A. (2016). **An Analysis of Factors Affecting The Intention to Use Bitcoin.** Independent Study, M.S, Thammasat University, Bangkok.
- Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., & Davis, F.D. (2003). **User acceptance of information technology: Toward a unified view.** *MIS quarterly*.
- Venkatesh, V., L. Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1). pp.157-178.
- Ward, O., & Rochemont, S. (2019). **Understanding Central Bank Digital Currencies (CBDC).** Institute and Faculty of Actuaries.
- Wearesocial, 2019. *Global Digital Report.*
- Yeh, M. L., & Tseng, Y. L. (2017). **The college student's behavior intention of using mobile payments in Taiwan: an exploratory research.** Paper presented at the IASTEM International Conference, Singapore.
- Zhou, T. (2012b). Understanding users' initial trust in mobile banking: An elaboration likelihood perspective. *Computers in Human Behavior*. 28(4), pp.1518-1525.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบรับรองการมีจริยธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาการในการทำวิทยานิพนธ์



แบบรับรองการมีจรรยาบรรณในการทำวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การทำวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีคุณภาพ และมาตรฐานตามหลักวิชาการ มหาวิทยาลัยฯ ได้กำหนดให้นักศึกษาทุกคน ปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณนักวิจัย 9 ข้อ ตามที่สภาวิจัยแห่งชาติกำหนด ซึ่งประกอบไปด้วย **จรรยาบรรณนักวิจัย 9 ข้อ ตามที่สภาวิจัยแห่งชาติกำหนด**

1. **นักวิจัยต้องซื่อสัตย์และมีคุณธรรมในทางวิชาการและการจัดการ** นักวิจัยต้องมีความซื่อสัตย์ต่อตนเองไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน ไม่ลอกเลียนงานของผู้อื่น ต้องให้เกียรติ และอ้างถึงบุคคลหรือแหล่งที่มาของข้อมูลที่น่ามาใช้ในการงานวิจัย ต้องซื่อตรงต่อการแสวงหาทุนวิจัย และมีความเป็นธรรมเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย

2. **นักวิจัยต้องตระหนักถึงพันธกรณีในการทำงานวิจัย** ตามข้อตกลงที่ทำไว้กับหน่วยงานที่สนับสนุนการวิจัยและต่อหน่วยงานที่ตนสังกัด นักวิจัยต้องปฏิบัติตามพันธกรณีและข้อตกลงการวิจัย ที่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายยอมรับร่วมกัน อุทิศเวลาทำงานวิจัยให้ได้ผลดีที่สุด และเป็นไปตามกำหนดเวลา มีความรับผิดชอบไม่ทิ้งงานระหว่างดำเนินการ

3. **นักวิจัยต้องมีพื้นฐานความรู้ในสาขาวิชาการที่ทำวิจัย** นักวิจัยต้องมีพื้นฐานความรู้ ในสาขาวิชาการที่ทำวิจัยอย่างเพียงพอ และมีความรู้ความชำนาญ หรือมีประสบการณ์เกี่ยวเนื่องกับเรื่องที่ทำวิจัย เพื่อนำไปสู่งานวิจัยที่มีคุณภาพ และเพื่อป้องกันปัญหาการวิเคราะห์ การตีความ หรือ การสรุปที่ผิดพลาด อันอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่องานวิจัย

4. **นักวิจัยต้องมีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ศึกษาวิจัย** ไม่ว่าจะเป็สิ่งที่มีชีวิตหรือไม่มีชีวิต นักวิจัยต้องดำเนินการด้วยความรอบคอบระมัดระวัง และเที่ยงตรงในการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคน สัตว์ พืช ศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม มีจิตสำนึกและมีปณิธานที่จะอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

5. **นักวิจัยต้องเคารพศักดิ์ศรี และมีสิทธิของมนุษย์ที่ใช้เป็นตัวอย่างในการวิจัย** นักวิจัย ต้องไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ทางวิชาการจนละเลยและขาดความเคารพในศักดิ์ศรีของเพื่อนมนุษย์ ต้องถือเป็นภาระหน้าที่ที่จะอธิบายจุดมุ่งหมายของการวิจัยแก่บุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยไม่หลอกลวงหรือบีบบังคับ และไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

6. **นักวิจัยต้องมีอิสระทางความคิด** โดยปราศจากอคติในทุกขั้นตอนของการทำวิจัย นักวิจัย ต้องมีอิสระทางความคิด ต้องตระหนักว่า อคติส่วนตน หรือความลำเอียงทางวิชาการ อาจส่งผลให้มีการบิดเบือนข้อมูลและข้อค้นพบทางวิชาการ อันเป็เหตุให้เกิดผลเสียหาย ต่องานวิจัย

7. นักวิจัยพึงนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในทางที่ชอบ นักวิจัยพึงเผยแพร่ผลงานวิจัยเพื่อประโยชน์ทางวิชาการและสังคม ไม่ขยายผลข้อค้นพบจนเกินความเป็นจริง และไม่ใช้ผลงานวิจัยไปทางมิชอบ

8. นักวิจัยพึงเคารพความคิดเห็นทางวิชาการของผู้อื่น นักวิจัยพึงมีใจกว้าง พร้อมทั้งจะเปิดเผยข้อมูลและขั้นตอนการวิจัย ยอมรับฟัง ความคิดเห็นและเหตุผลทางวิชาการของผู้อื่น และพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขงานวิจัยของตนให้ถูกต้อง

9. นักวิจัยพึงมีความรับผิดชอบต่อสังคมทุกระดับ นักวิจัยพึงมีจิตสำนึกที่จะอุทิศกำลังสติปัญญาในการทำวิจัย เพื่อความก้าวหน้าทางวิชาการ เพื่อความเจริญและประโยชน์สุขของสังคมและมวลมนุษยชาติ

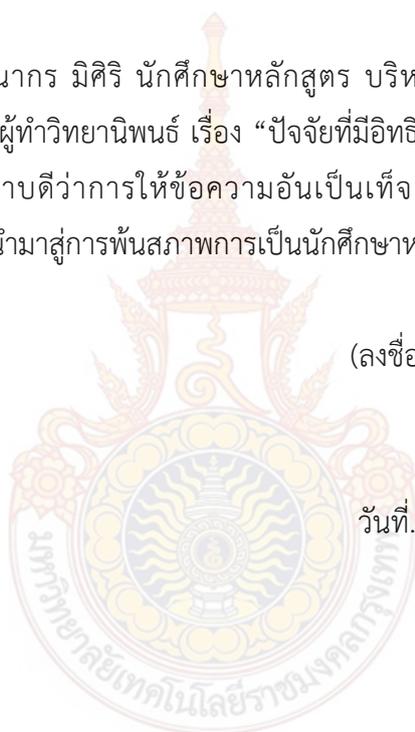
ข้าพเจ้า นายธนากร มิศิริ นักศึกษาหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รหัสนักศึกษา 64805231006-3 ซึ่งเป็นผู้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล” ข้าพเจ้าทราบดีว่าการให้ข้อความอันเป็นเท็จและการละเมิดหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณนักวิจัยอาจนำมาสู่การพ้นสภาพการเป็นนักศึกษาหรือถูกเพิกถอนปริญญา

(ลงชื่อ).....

(นายธนากร มิศิริ)

ผู้จัดทำวิทยานิพนธ์

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....



ภาคผนวก ข

หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญในการประเมินแบบสอบถาม





บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ โครงการบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ โทร. ๙๖๗๓
 ที่ อว ๐๖๕๐.๐๔/ 1142 วันที่ ๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๕
 เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.สุพัฒนา เตโชชลาลัย

ด้วย นายธนากร มิศิริ รหัสนักศึกษา ๖๔๘๐๕๒๓๑๐๐๖-๓ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ซึ่งจำเป็นต้องให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัยก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

ในการนี้ คณะบริหารธุรกิจ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถและมีประสบการณ์ในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพและให้ข้อเสนอแนะในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาเครื่องมือวิจัยอันจะส่งผลให้ได้งานวิจัยที่มีคุณภาพต่อไป หากต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นายธนากร มิศิริ โทรศัพท์ ๐๘๖ ๐๔๓ ๗๐๕๘

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ)
 คณบดีคณะบริหารธุรกิจ



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ โครงการบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ โทร. ๙๖๗๓
 ที่ อว ๐๖๕๐.๐๔/ ๑๑44 วันที่ ๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๕
 เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.อิพันธ์ วรรณสุริยะ

ด้วย นายธนากร มิติริ รหัสนักศึกษา ๖๔๘๐๕๒๓๑๐๐๖-๓ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ซึ่งจำเป็นต้องให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัยก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

ในการนี้ คณะบริหารธุรกิจ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถและมีประสบการณ์ในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพและให้ข้อเสนอแนะในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาเครื่องมือวิจัยอันจะส่งผลให้ได้งานวิจัยที่มีคุณภาพต่อไป หากต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นายธนากร มิติริ โทรศัพท์ ๐๘๖ ๐๔๓ ๗๐๕๘

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ โครงการบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ โทร. ๙๖๗๓
 ที่ อว ๐๖๕๐.๐๔/ ๑๑43 วันที่ ๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๕
 เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.ปรินทร์ โฆษิตกุลพร

ด้วย นายธนากร มิติริ รหัสนักศึกษา ๖๔๘๐๕๒๓๑๐๐๖-๓ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ซึ่งจำเป็นต้องให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัยก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

ในการนี้ คณะบริหารธุรกิจ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถและมีประสบการณ์ในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพและให้ข้อเสนอแนะในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาเครื่องมือวิจัยอันจะส่งผลให้ได้งานวิจัยที่มีคุณภาพต่อไป หากต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นายธนากร มิติริ โทรศัพท์ ๐๘๖ ๐๔๓ ๗๐๕๘

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

ภาคผนวก ค
แบบสอบถามการวิจัย



เลขที่.....



แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

คำชี้แจง : แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือท่านในการกรอกแบบสอบถามซึ่งส่วนประกอบแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 10 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล
- ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านความไว้วางใจ
- ส่วนที่ 4 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม
- ส่วนที่ 5 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ
- ส่วนที่ 6 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม
- ส่วนที่ 7 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก
- ส่วนที่ 8 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา
- ส่วนที่ 9 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล
- ส่วนที่ 10 : แบบสอบถามปลายเปิด เกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง

1. เพศ

ชาย

หญิง

เพศทางเลือก

2. อายุ

15 – 20 ปี

21 – 37 ปี

38 – 53 ปี

54 ปีขึ้นไป

3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

7,000 - 10,000 บาท

10,001 – 15,000 บาท

15,001 – 20,000 บาท

20,001 – 25,000 บาท

25,001 – 30,000 บาท

30,000 บาท ขึ้นไป

4. ระดับการศึกษา

มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

อนุปริญญาหรือเทียบเท่า

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัล

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ใน หน้าคำตอบที่เป็นจริงเพียงข้อเดียว

5. ท่านรู้จักสกุลเงินดิจิทัลได้อย่างไร

รู้จักด้วยตัวเอง

บุคคลรอบข้าง

ประชาสัมพันธ์ สื่อโฆษณา

อินเทอร์เน็ต

อื่นๆ.....

6. เหตุผลใดทำให้ท่านยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

ผลตอบแทน

ความสะดวกสบาย

ความง่ายในการใช้งาน

ความปลอดภัย

อื่นๆ.....

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ใน หน้าคำตอบที่เป็นจริงเพียงข้อเดียว และโปรดทำให้ครบทุกข้อ โดยมีเกณฑ์การประเมินอยู่ 5 ระดับ ดังนี้

| | |
|-----------------------------|---------|
| ระดับความคิดเห็น มากที่สุด | 5 คะแนน |
| ระดับความคิดเห็น มาก | 4 คะแนน |
| ระดับความคิดเห็น ปานกลาง | 3 คะแนน |
| ระดับความคิดเห็น น้อย | 2 คะแนน |
| ระดับความคิดเห็น น้อยที่สุด | 1 คะแนน |

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านความไว้วางใจ

| ด้านความไว้วางใจ | ความคิดเห็น | | | | |
|---|-------------|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 7) ความน่าเชื่อถือในการเลือกใช้บริการดิจิทัล | | | | | |
| 8) มีความปลอดภัยและการรักษาความเป็นส่วนตัว | | | | | |
| 9) เชื่อว่าเงินดิจิทัลมีคุณภาพ | | | | | |
| 10) ผู้ให้บริการมีความซื่อสัตย์สุจริต ซื่อตรงต่อผู้บริโภค | | | | | |

ส่วนที่ 4 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม

| ด้านอิทธิพลทางสังคม | ความคิดเห็น | | | | |
|---|-------------|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 11) เลือกใช้บริการดิจิทัล เนื่องจากบุคคลในครอบครัวใช้บริการดิจิทัลเหมือนกัน | | | | | |
| 12) เพื่อน บุคคลรอบข้าง แนะนำให้ใช้บริการดิจิทัล | | | | | |
| 13) ภาพลักษณ์และชื่อเสียงทางสังคมดีขึ้นหากใช้บริการดิจิทัล | | | | | |

ส่วนที่ 5 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ

| ความคาดหวังในประสิทธิภาพ | ความคิดเห็น | | | | |
|--|-------------|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 14) เลือกใช้เงินดิจิทัลเนื่องจากทำธุรกรรมได้สะดวก | | | | | |
| 15) คาดหวังในผลลัพธ์ของเงินดิจิทัล | | | | | |
| 16) เงินดิจิทัลมีประสิทธิภาพ ใช้งานได้เป็นอย่างดี | | | | | |
| 17) ท่านเชื่อว่าเงินดิจิทัลช่วยเพิ่มโอกาสให้ท่านได้รับประโยชน์ทางการเงิน | | | | | |

ส่วนที่ 6 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม

| ความคาดหวังในความพยายาม | ความคิดเห็น | | | | |
|--|-------------|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 18) ความง่ายในการเลือกใช้เงินดิจิทัล | | | | | |
| 19) เข้าใจความซับซ้อนของการเลือกใช้เงินดิจิทัล | | | | | |
| 20) เลือกใช้เงินดิจิทัลของกลุ่มร่วมกัน | | | | | |

ส่วนที่ 7 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก

| สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก | ความคิดเห็น | | | | |
|---|-------------|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 21) มีแหล่งเรียนรู้ในการใช้เงินดิจิทัล | | | | | |
| 22) มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้เงินดิจิทัล | | | | | |
| 23) การใช้เงินดิจิทัลทำให้ท่านทำธุรกรรมได้ทันที | | | | | |
| 24) การใช้เงินดิจิทัลทำให้ไม่เสียเวลา | | | | | |
| 25) การใช้เงินดิจิทัลทำให้ท่านไม่ต้องแลกเงิน | | | | | |

ส่วนที่ 8 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา

| มูลค่าตามราคา | ความคิดเห็น | | | | |
|---|-------------|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 26) ความเหมาะสมของราคาเงินดิจิทัล | | | | | |
| 27) ค่าใช้จ่ายเงินดิจิทัลเทียบเท่ารูปแบบเงินอื่นๆ | | | | | |
| 28) เงินดิจิทัลเทียบเท่ากับค่าการชำระหนี้อื่นๆ | | | | | |
| 29) อัตราการแลกเปลี่ยนเงินดิจิทัลที่คุ้มค่ากับที่ได้รับ | | | | | |

ส่วนที่ 9 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

| การตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล | ความคิดเห็น | | | | |
|--|-------------|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 30) ท่านยินดีที่จะแนะนำบุคคลรอบข้างให้ใช้เงินดิจิทัล | | | | | |
| 31) ท่านใช้เงินดิจิทัลเนื่องจากความสะดวก รวดเร็ว ในการชำระสินค้าและบริการ | | | | | |
| 32) ท่านได้รวบรวมข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล | | | | | |
| 33) ท่านมีความสนใจในการใช้เงินดิจิทัลอยู่แล้ว | | | | | |

ส่วนที่ 10 : ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

**โอกาสนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ภาคผนวก ง
ค่าความสอดคล้องเชิงเนื้อหา (IOC)



สรุปแบบตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยการหาค่าความสอดคล้อง (IOC : Item Objective Congruence) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

| ลำดับ | คำถาม | ผู้เชี่ยวชาญ | | | ค่า IOC |
|-------|--|--------------|---|---|----------------|
| | | 1 | 2 | 3 | $\Sigma R / N$ |
| 1 | ความน่าเชื่อถือในการเลือกใช้เงินดิจิทัล | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2 | มีความปลอดภัยและการรักษาความเป็นส่วนตัว | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 3 | เชื่อว่าเงินดิจิทัลมีคุณภาพ | 1 | 1 | 0 | 0.67 |
| 4 | ผู้ให้บริการมีความซื่อสัตย์สุจริต ซื่อตรงต่อผู้บริโภค | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 5 | เลือกใช้เงินดิจิทัลเนื่องจากบุคคลในครอบครัวใช้เงินดิจิทัลเหมือนกัน | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 6 | เพื่อน บุคคลรอบข้าง แนะนำให้ใช้เงินดิจิทัล | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 7 | ภาพลักษณ์และชื่อเสียงทางสังคมดีขึ้นหากใช้เงินดิจิทัล | 1 | 1 | 0 | 0.67 |
| 8 | เลือกใช้เงินดิจิทัลเนื่องจากทำธุรกรรมได้สะดวก | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 9 | คาดหวังในผลลัพธ์ของเงินดิจิทัล | 1 | 1 | 0 | 0.67 |
| 10 | เงินดิจิทัลมีประสิทธิภาพ ใช้งานได้เป็นอย่างดี | 1 | 1 | 0 | 0.67 |
| 11 | ท่านเชื่อว่าเงินดิจิทัลช่วยเพิ่มโอกาสให้ท่านได้รับประโยชน์ทางการเงิน | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 12 | ความง่ายในการเลือกใช้เงินดิจิทัล | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 13 | เข้าใจความซับซ้อนของการเลือกใช้เงินดิจิทัล | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 14 | เลือกใช้เงินดิจิทัลของกลุ่มร่วมกัน | 1 | 1 | 0 | 0.67 |
| 15 | มีแหล่งเรียนรู้ในการใช้เงินดิจิทัล | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 16 | มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้เงินดิจิทัล | 1 | 1 | 1 | 1 |

| ลำดับ | คำถาม | ผู้เชี่ยวชาญ | | | ค่า IOC |
|-------|--|--------------|---|-------|----------------|
| | | 1 | 2 | 3 | $\Sigma R / N$ |
| 17 | การใช้เงินดิจิทัลทำให้ท่านทำธุรกรรมได้ทันที | 1 | 1 | 0 | 0.67 |
| 18 | การใช้เงินดิจิทัลทำให้ไม่เสียเวลา | 1 | 1 | 0 | 0.67 |
| 19 | การใช้เงินดิจิทัลทำให้ท่านไม่ต้องแลกเงิน | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 20 | ความเหมาะสมของราคาเงินดิจิทัล | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 21 | ค่าใช้จ่ายเงินดิจิทัลเทียบเท่ารูปแบบเงินอื่นๆ | 1 | 1 | 0 | 0.67 |
| 22 | เงินดิจิทัลเทียบเท่ากับค่าการชำระหนี้อื่นๆ | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 23 | อัตราการแลกเปลี่ยนเงินดิจิทัลที่คุ้มค่ากับที่ได้รับ | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 24 | ท่านยินดีที่จะแนะนำบุคคลรอบข้างให้ใช้เงินดิจิทัล | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 25 | ท่านใช้เงินดิจิทัลเนื่องจากความสะดวกรวดเร็ว ในการชำระสินค้าและบริการ | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 26 | ท่านได้รวบรวมข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 27 | ท่านมีความสนใจในการใช้เงินดิจิทัลอยู่แล้ว | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | | | | Total | 0.901 |

ภาคผนวก จ

ผลการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม



ค่าความเชื่อมั่นโดยภาพรวม

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .944 | .946 | 27 |

ค่าความเชื่อมั่นด้านความไว้วางใจ

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .841 | .842 | 4 |

ค่าความเชื่อมั่นด้านอิทธิพลทางสังคม

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .754 | .791 | 3 |

ค่าความเชื่อมั่นด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .851 | .853 | 4 |

ค่าความเชื่อมั่นด้านความคาดหวังในความพยายาม

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .790 | .801 | 3 |

ค่าความเชื่อมั่นด้านสภาพสิ่งแวดล้อม

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .873 | .874 | 5 |

ค่าความเชื่อมั่นด้านมูลค่าตามราคา

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .835 | .851 | 4 |

ค่าความเชื่อมั่นด้านการตัดสินใจยอมรับใช้

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .869 | .871 | 4 |



ภาคผนวก ฉ
ผลการเผยแพร่ผลงานวิจัย



ที่ สทส. ๑๓๑/๒๕๖๖



สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ
๕๕/๕๖ ม.๗ ซอยสามมิตร ถ.หนามแดง-บางพลี
ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ ๑๐๕๔๐

๒๘ พฤษภาคม ๒๕๖๖

เรื่อง ตอบรับการตีพิมพ์บทความวิจัย
เรียน คุณธนากร มีศิริ และ คุณรุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ

กองบรรณาธิการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ มีความยินดีที่จะแจ้งให้ท่านทราบว่าบทความวิจัย เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล” ที่ท่านส่งมาเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ในวารสารวิชาการนั้น คณะกรรมการกองบรรณาธิการฯ ได้คัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิมาเป็นผู้อ่านและประเมินบทความนั้นแล้ว ผลการประเมินอยู่ในระดับ “ผ่าน” และกองบรรณาธิการจะนำไปตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๒ เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม ๒๕๖๖

จึงเรียนมาเพื่อทราบและขอขอบคุณยิ่งที่ท่านส่งบทความลงตีพิมพ์ กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับบทความของท่านในโอกาสต่อไป

ขอแสดงความนับถือ


(ดร.ชาลิณี ปลูกผลงาม)
บรรณาธิการ

กองบรรณาธิการ
วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ
E-mail: Chalinee.plm@svit.ac.th

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล นายธนากร มิศิริ
E-mail rookies_01@hotmail.com

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2563 ระดับปริญญาตรี
คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ
มหาวิทยาลัยธนบุรี

พ.ศ. 2561 ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
วิทยาลัยเทคโนโลยีตั้งตรงจิตรบริหารธุรกิจ

พ.ศ. 2559 ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
วิทยาลัยเทคโนโลยีตั้งตรงจิตรพาณิชย์การ
สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ