

คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้
บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตพระนคร จังหวัด
กรุงเทพมหานคร

E-Service Quality and Technology Acceptance Affecting E-Wallet Decision
Making of Generation Y in the Phra Nakhon District Bangkok

พรรณวดี เลิศลุมพลีพันธุ์*

Panwadee Lerdloomphephan*

การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยธนบุรี*

International Business Management Thonburi University*

Panwadee18@yahoo.com*

*ผู้ประพันธ์บรรณกิจ (Corresponding Author)

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 35 ถึง 39 การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 30,000 ถึง 50,000 บาท ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ได้แก่ การทำให้บรรลุเป้าหมาย และความพร้อมของระบบ และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานครส่วนปัจจัยคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านความเป็นส่วนตัว และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านความง่ายในการใช้งานไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์, การยอมรับเทคโนโลยี, การตัดสินใจใช้บริการ, กระเป๋าเงินดิจิทัล

Abstract

The objective of this research is to study the relationship between E-Service quality and technology acceptance of technology that affects the decision to use digital wallet of Generation Y consumers in the Phra Nakhon area Bangkok. Which was collected from a sample of 400 samples. The results of the study found that the most of digital wallet users are female, between the ages of 35 and 39 and have a bachelor's degree. Occupational Employee of a private company. Their average monthly income is between 30,000 and 50,000 baht. The relationship between E-Service quality factors in terms of efficiency of use includes achieving goals. and readiness of the system and technology acceptance factors in terms of perceived benefits It affects the decision to use digital wallet services of Generation Y consumers in the Phra Nakhon area Bangkok. Section on quality factors of electronic services regarding privacy and the technology acceptance factor of ease of use does not affect the decision to use digital wallet services of Generation Y consumers in the Phra Nakhon area Bangkok.

Keywords: E-Quality Service, Technology Acceptance, E-Wallet Decision Making, E-Wallet

บทนำ

การพัฒนาการของเทคโนโลยีที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในปัจจุบันและได้เข้ามามีบทบาทต่อเศรษฐกิจและการเงินส่งผลให้เกิดการพัฒนาารูปแบบการชำระเงินโดยนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการที่มีการเปลี่ยนแปลงตามพฤติกรรมของคนในสังคมและสอดคล้องต่อระบบเศรษฐกิจ (เสวียน แก้ววงษา, 2560) การพัฒนาารูปแบบของเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-money) เพื่อใช้ เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนที่มีความสะดวกรวดเร็วมีส่วนให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโตและมีบทบาทต่อการใช้ชีวิตประจำวันในปัจจุบัน (ศราวดี วัชรบัณฑิต, 2564) การใช้จ่ายผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความสะดวกรวดเร็วเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการใช้จ่ายมากขึ้น ประเทศไทยเริ่มเข้าสู่สังคมไร้เงินสดโดยการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นสะท้อนได้จากจำนวนบัญชีเงินอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2564 มีบัญชีเงินอิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้น 116.34 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2563 มีบัญชีเงินอิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้น 96.74 ล้านบัญชี คิดเป็นร้อยละ 20.26 มูลค่าการใช้จ่ายผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ปี พ.ศ. 2564 ทั้งสิ้น 467,317.23 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2563 มีมูลค่าการใช้จ่ายผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้น 309,553.49 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 50.96 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565) ธุรกิจการให้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงินและที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน การให้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มีทั้งผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงินและที่ไม่ใช่สถาบันการเงินเข้ามาแข่งขันเพิ่มขึ้น อีกทั้งปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้งานของระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ผ่านมามีการร้องเรียนและเสนอแนะไปยังผู้ให้บริการ (ภานุพงศ์ ลือฤทธิ์, 2560) คุณภาพการบริการส่งต่อความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาว แก่ผู้ใช้บริการและสามารถช่วยกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนก่อให้เกิดความภักดีในการใช้บริการต่อไป ดังนั้นการบริการเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ความพยายามของธุรกิจในการสร้างคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service Quality) ความปลอดภัยของข้อมูลมีส่วนช่วยเพิ่มความไว้วางใจและมีส่วนในการตัดสินใจของผู้ใช้งานได้เร็วยิ่งขึ้น (Hong, Park, Park, Jeon & Chan, 2018) ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมายของระบบชำระเงินสามารถรับคำสั่งและส่งข้อมูลที่ผู้ใช้อยู่ต้องการได้ถูกต้องและรวดเร็วทำให้ผู้ใช้บรรลุวัตถุประสงค์ในการใช้งานได้ตามที่ต้องการ (Parasuraman, Zeithaml & Malhotra, 2005) การวัดคุณภาพมาตรฐานการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีคุณภาพ ประเมินผลของการใช้บริการได้รับความพึงพอใจจากผู้ใช้บริการจำเป็นที่จะต้องมีความพร้อมในการให้บริการ จากพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นและเป็นที่ยอมรับในปัจจุบันซึ่งต้องใช้อยู่ในชีวิตประจำวันและการชำระค่าสินค้าและบริการซึ่งมีการศึกษาพฤติกรรมกลุ่มวัยรุ่นวัยกำลังศึกษาที่ยังไม่มีบัตรเครดิต

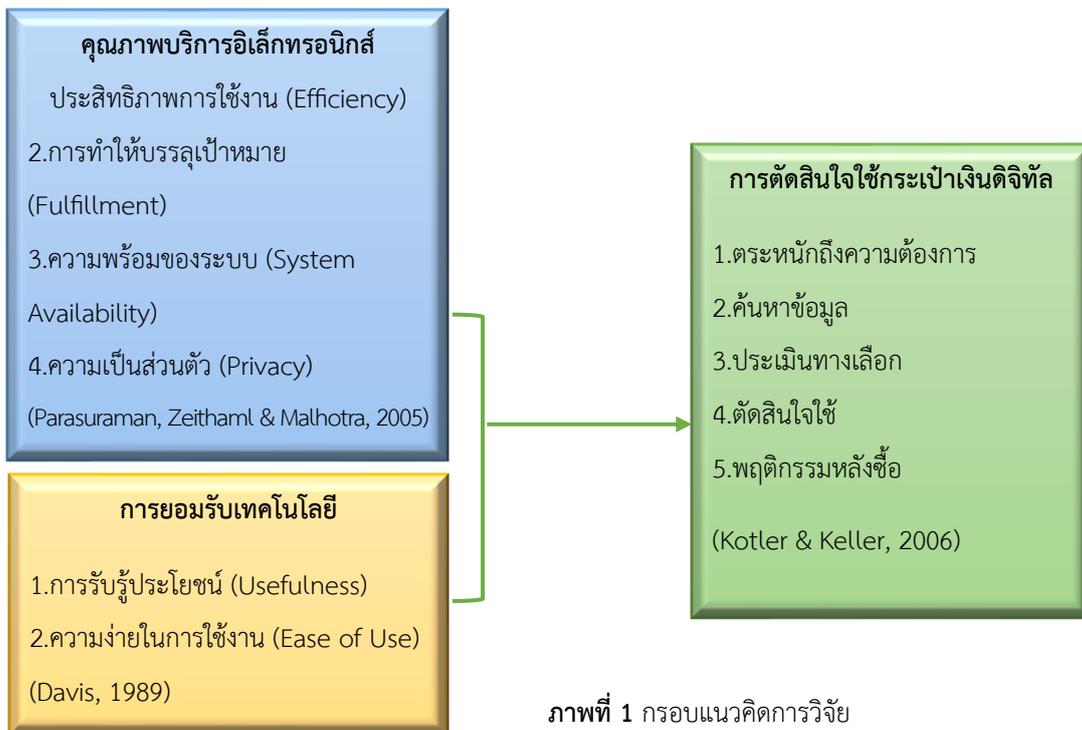
แต่นิยมซื้อสินค้าดิจิทัลสูงที่สุดแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินดิจิทัลสามารถตอบสนองการซื้อสินค้าได้ ระบบมีความปลอดภัยสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้ตามจำนวนเงินที่เติมเข้าระบบ แอปพลิเคชันกระเป๋าเงินดิจิทัลมีโอกาสเติบโตขึ้น (อภิรักษ์ ตาบเพ็ชร, 2559) ปัจจุบันการให้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลมีการแข่งขันสูงในอุตสาหกรรมบริการทางการเงิน หากผู้ให้บริการทางการเงินทั้งที่เป็นสถาบันการเงินและมีใช้สถาบันการเงินไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับรูปแบบการชำระเงินที่เปลี่ยนแปลงและตรงตามกลุ่มเป้าหมาย อาจส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจต่อไปในอนาคต (พบกานต์ อาวีชนากการ, 2561)

จากประเด็นดังกล่าว ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของการให้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลที่มีผู้ใช้บริการที่หลากหลายโดยเฉพาะเจนเนอเรชั่นวายที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นถึงวัยเริ่มทำงานเป็นกลุ่มหลักที่มีความนิยมซื้อสินค้าหรือบริการ จึงได้ศึกษาคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อพัฒนาคุณภาพบริการให้ตรงความต้องการของผู้ใช้งานมากที่สุด หากผู้ให้บริการได้ทราบปัจจัยคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่จะส่งผลให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัล งานวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาเพื่อเป็นแนวคิดและแนวทางการพัฒนาให้สอดคล้องต่อผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถปรับปรุงพัฒนาให้ผู้ใช้งานที่ยังไม่เคยใช้ได้เข้าใจและสนใจที่จะใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ประสิทธิภาพการใช้งาน การทำให้บรรลุเป้าหมาย และความพร้อมของระบบ และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ และความง่ายในการใช้งาน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่าง คุณภาพบริการ การยอมรับเทคโนโลยี ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: พรรณวดี เลิศลุมพินธุ์ (2566)

ผู้วิจัยสร้างกรอบแนวคิดจากการศึกษาแนวคิด คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับเทคโนโลยี และการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัล ดังนี้

แนวคิดคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service Quality) การศึกษาแนวคิดคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ เป็นแนวคิดช่วยในการวัดและปรับปรุงคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ในหลากหลายมุมมองเพื่อเข้าใจความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในยุคที่เทคโนโลยีและการให้บริการออนไลน์มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ โดยได้พัฒนาโมเดล E-S-QUAL มาประยุกต์ใช้กับคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ ที่ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ 1) ประสิทธิภาพ (Efficiency) เกี่ยวข้องกับความสามารถของบริการในการให้บริการอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพต่อผู้ใช้งาน การทำให้งานเสร็จสมบูรณ์อย่างรวดเร็วและไม่ต้องใช้เวลามาก 2) การทำให้บรรลุเป้าหมาย (Fulfillment) ความสามารถในการทำให้ผู้ใช้งานบรรลุเป้าหมายและความพร้อมของระบบในการดำเนินการ การส่งมอบบริการอย่างถูกต้องและตรงต่อความต้องการของลูกค้า 3) ความพร้อมของระบบ (System Availability) ความพร้อมใช้งานของระบบออนไลน์ การที่ระบบมีความเสถียรและพร้อมใช้งานตลอดเวลาเป็นสิ่งสำคัญเพื่อความพึงพอใจของผู้ใช้ 4) ความเป็นส่วนตัว (Privacy) ความรักษาความเป็นส่วนตัวของข้อมูลผู้ใช้งาน การรักษาความลับและความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลเป็นสิ่งสำคัญในบริการออนไลน์ (Parasuraman, Zeithaml & Malhotra, 2005) จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ผู้วิจัยพบว่าเครื่องมือ E-S-QUAL การวัดคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของ Parasuraman (2005) ที่แบ่งมิติการวัดคุณภาพออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ (1) ประสิทธิภาพการใช้งาน (Efficiency) (2) ความพร้อมของระบบ (System Availability) (3) การทำให้บรรลุเป้าหมาย (Fulfillment) (4) ความเป็นส่วนตัว (Privacy) มีความเหมาะสมกับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

แนวคิดการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) การยอมรับเทคโนโลยีเป็นกระบวนการนำเทคโนโลยีมาใช้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน การรับรู้ประโยชน์ (Usefulness) เป็นการรับรู้ถึงการมีประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยีนั้น ความง่ายในการใช้งาน (Ease of Use) ในการพิจารณาว่าเทคโนโลยีมีความง่ายในการนำมาใช้ส่งผลในทางบวกต่อผู้ใช้เทคโนโลยีนั้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี (Davis, 1989) สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลจึงมีการศึกษาอีกหลากหลายปัจจัยเป็นการต่อยอดจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีผู้วิจัยพบว่าเครื่องมือ การรับรู้ประโยชน์ (Usefulness) ความง่ายในการใช้งาน (Ease of Use) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลจึงมีความเหมาะสมกับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

แนวคิดการตัดสินใจใช้บริการ (Decision Making) เป็นกระบวนการตัดสินใจของผู้ใช้บริการจะแตกต่างกันตามระดับความเกี่ยวข้องที่มีต่อผู้ใช้บริการ โดยกระบวนการตัดสินใจประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ดังนี้ (Schiffman and Kanuk, 2007) 1) ตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) 2) การค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภครับรู้ความต้องการหรือความต้องการถูกกระตุ้นมากพอและสิ่งกระตุ้นสามารถตอบสนองความต้องการใกล้เคียงกับความต้องการผู้ใช้บริการจะเริ่มค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการนั้นได้ 3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) หลังจากได้ค้นหาข้อมูลในระดับที่ต้องการแล้วผู้ใช้บริการจะเริ่มประเมินทางเลือกต่างๆที่มีอยู่โดยการเปรียบเทียบการบริการที่เป็นตัวเลือกที่สามารถแก้ไขปัญหาและสามารถตอบสนองความต้องการได้ซึ่งอาจเป็นทางเลือกที่ได้พิจารณาไว้แล้ว 4) การตัดสินใจใช้ (Decision Making) หลังจากที่ได้พิจารณาตัวเลือกต่างๆที่มีอยู่แล้ว ผู้ใช้บริการจะต้องตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พึงพอใจที่มากกว่าด้วยเหตุผลความชอบส่วนตัว ตัดสินใจโดยไม่

มีเหตุผล หรือจากที่คาดคะเนไว้ตามลำดับความชอบ 5) พฤติกรรมหลังซื้อ (Postpurchase Behavior) หลังจากที่ได้ทดลองใช้บริการ ผู้ใช้บริการจะมีประสบการณ์ในการใช้แล้วก็จะทำการประเมินว่าบริการนั้นสามารถตอบสนองความคาดหวังที่ได้ตั้งไว้หรือไม่

ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวาย แนวคิดเกี่ยวกับเจนเนอเรชันวายที่มีอายุระหว่าง 20 ถึง 39 ปี เพื่อศึกษาพฤติกรรม สังคม ความคิดและการดำเนินชีวิตของแต่ละช่วงวัยจะมีความคิดและพฤติกรรมที่ต่างกักันดังนั้นเพื่อทำความเข้าใจความแตกต่างของประชากรแต่ละกลุ่มจะสามารถเข้าถึงการให้บริการได้สอดคล้องกับคุณลักษณะพฤติกรรมและความต้องการได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งกลุ่มเจนเนอเรชันวายเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีการแพร่หลาย ส่งผลให้กลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายมีความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีได้เป็นอย่างดี มีวิธีการดำเนินชีวิตที่รวดเร็ว (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2559) ในด้านการยอมรับเทคโนโลยีกลุ่มเจนเนอเรชันวายมักจะแสวงหาข้อมูลของเทคโนโลยีนั้นแล้วนำมาประกอบการตัดสินใจยอมรับหรือยอมใช้เทคโนโลยี (Roger, 2003) กลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายเป็นกลุ่มที่เน้นการตลาดให้ความสนใจเนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจบริการกระแสเงินสดิจิทัลที่มีขนาดใหญ่รวมถึงมีกำลังซื้อสูง (Van den Bergh and Behrer, 2011) เป็นกลุ่มประชากรที่มีความน่าสนใจและได้มีการศึกษาทั้งในด้านปัจจัยการยอมรับนวัตกรรม ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมการใช้งานกระแสเงินสดิจิทัล (กนกวรรณ บุญมีลาภ, 2560)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายที่ใช้บริการกระแสเงินสดิจิทัลในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงได้ ใช้วิธีคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของคอคแรน (Cochran) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรจึงจำเป็นต้องกำหนดขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม โดยการใช้สูตรของคอคแรนในการหาขนาดตัวอย่างกรณีไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากร หรือ $p = 0.5$ (Cochran, 1977 อ้างในธีรวิมลเอกะกุล, 2543) ซึ่งกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่น 95% และระดับค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 384 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดของข้อมูลที่อาจเกิดขึ้นจากการตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เผื่อการสูญเสียของแบบสอบถามอีก 16 ตัวอย่าง และเมื่อรวมกับขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้จึงเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม: เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ ส่วนที่2 ถึงส่วนที่ 4 เป็นคำถามแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ เริ่มตั้งแต่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยส่วนที่2 ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการกระแสเงินสดิจิทัลอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ประสิทธิภาพการใช้งาน การทำให้บรรลุเป้าหมาย ความพร้อมของระบบ ความเป็นส่วนตัว ส่วนที่3 ความคิดเห็นต่อการยอมรับเทคโนโลยีกระแสเงินสดิจิทัลอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน ส่วนที่4 การตัดสินใจใช้บริการกระแสเงินสดิจิทัลอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ตระหนักถึงความต้องการ แสวงหาข้อมูล ประเมินทางเลือก ตัดสินใจใช้บริการ ความพึงพอใจหลังใช้บริการ โดยได้นำแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านวิชาการทางการเงินทางอิเล็กทรอนิกส์พิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาความเหมาะสมของภาษาที่ใช้และให้มีความถูกต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขและหาความสอดคล้อง มีค่าความสอดคล้องอยู่ที่ 0.67-1.00 จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กลุ่มผู้ใช้บริการที่เคยใช้

บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านสมาร์ตโฟนที่ไม่ซ้ำกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ตรวจสอบอยู่ที่ 0.796

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ใช้เพื่ออธิบายปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และปัจจัยคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับเทคโนโลยี การตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเงินเนอเรนซ์หน่วย วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของแต่ละปัจจัย การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน ใช้ในการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยแต่ละข้อโดยใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันใช้การทดสอบด้วยค่า t-test Independent และ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัย

การศึกษาคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเงินเนอเรนซ์หน่วยในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีรายละเอียด ดังนี้ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลเงินเนอเรนซ์หน่วยในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71.0 มีอายุระหว่าง 35-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.00 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 80.80 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 29.30 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 30,000 ถึง 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.00

ระดับความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเงินเนอเรนซ์หน่วยในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร คือ ประสิทธิภาพการใช้งาน การทำให้บรรลุเป้าหมาย ความพร้อมของระบบ ความเป็นส่วนตัว อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.33 เมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัย มีระดับคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.17 – 4.60

ระดับความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเงินเนอเรนซ์หน่วยในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร คือ การรับรู้ประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.30 เมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัย มีระดับคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.00 – 4.60 เรียงลำดับได้ ดังนี้

ลำดับที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเงินเนอเรนซ์หน่วยในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านประสิทธิภาพการใช้งานในระดับมาก พิจารณาจากระดับคะแนนเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 4.17 เมื่อพิจารณาถึงข้อย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง รูปแบบการจัดวางโครงสร้างระบบครอบคลุมทุกกระบวนการให้ใช้งานได้รวดเร็ว และการจัดเรียงลำดับและแสดงข้อมูลเหมาะสม ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.17 เท่ากัน

ลำดับที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเงินเนอเรนซ์หน่วยในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมายในระดับมาก พิจารณาจากระดับคะแนนเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณาถึงข้อย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง สามารถรับส่งคำสั่งได้ถูกต้องและตอบสนองคำสั่งได้รวดเร็ว ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.20

ลำดับที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเงินเนอเรนซ์หน่วยในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านความพร้อมของระบบในระดับมาก พิจารณาจากระดับคะแนนเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 4.38 เมื่อพิจารณาถึงข้อย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดเรื่อง ความพร้อมในการใช้งานสามารถเข้าใช้งานได้ตลอดเวลา ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.51

ลำดับที่ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเงินนอกระบบในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ประโยชน์ ในระดับมาก พิจารณาจากระดับคะแนนเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 4.00 เมื่อพิจารณาถึงข้อย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเรื่อง ลดการสัมผัสเงินสดลดความเสี่ยงการแพร่กระจายเชื้อโรค และชำระค่าสินค้าหรือบริการได้รวดเร็ว ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.10

ระดับความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเงินนอกระบบในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร พิจารณาจากระดับคะแนนเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 3.69 เมื่อพิจารณาถึงข้อย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในเรื่อง ฟังพอใจหลังจากที่ได้ใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัล ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.98 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเงินนอกระบบในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร

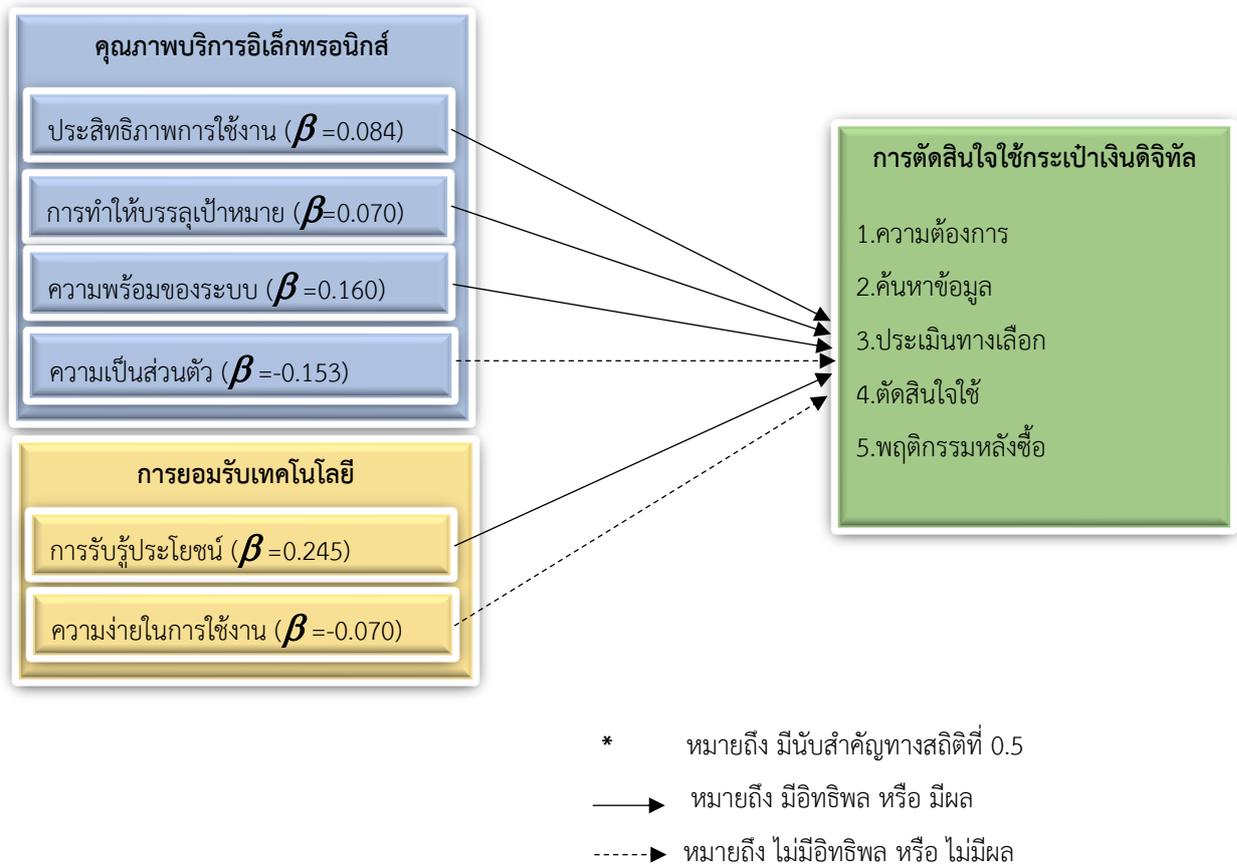
ปัจจัย	การตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเงินนอกระบบ ในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร						
	B	S.E.	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	2.895	.233		12.417	.000		
คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์							
ประสิทธิภาพการใช้งาน	.055	.043	.084	1.264	.207	.510	1.960
ทำให้บรรลุเป้าหมาย	.041	.044	.070	.932	.352	.400	2.499
ความพร้อมของระบบ	.112	.050	.160	2.258	.025*	.455	2.198
ความเป็นส่วนตัว	-.113	.045	-.153	-2.505	.013*	.613	1.631
การยอมรับเทคโนโลยี							
การรับรู้ประโยชน์	.167	.036	.245	4.655	.000*	.820	1.220
ความง่ายในการใช้งาน	-.052	.039	-.070	-1.342	.181	.848	1.179

ที่มา: จากการคำนวณ

สามารถเขียนให้อยู่ในรูปสมการเชิงเส้นตรงที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เพื่อทำนายการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเงินนอกระบบในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้ดังนี้

$$\hat{y} = 2.895 + 0.112X_3 - 0.113X_4 + 0.167X_5$$

จากสมการเชิงเส้นตรงดังกล่าว ความสัมพันธ์กับคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเงินนอกระบบในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานครในทิศทางเดียวกัน



ภาพที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน
 ที่มา: พรรณวดี เลิศกุลพลีพันธ์ (2566)

สมมติฐานที่ 1 ประสิทธิภาพการใช้งานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทธิตยา ลีอมอญ (2564) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Skyscanner ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความมีประสิทธิภาพการใช้งานของระบบมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน งานวิจัยของบุญยาพร จำนงค์ฤทธิ์ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินออนไลน์ (e-Wallet) ผลศึกษาผู้ใช้งานแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินออนไลน์ให้ความสำคัญกับปัจจัยการคาดหวังด้านประสิทธิภาพเป็นอันดับแรก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธรรมวรรณ สมพงศ์ (2564) การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางออนไลน์ ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม ผลการศึกษา ประสิทธิภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางออนไลน์ เนื่องจากรูปแบบการจัดวางโครงสร้างระบบครอบคลุมทุกกระบวนการใช้งาน รวมถึง การจัดเรียงลำดับและแสดงข้อมูลมีความเหมาะสม

สมมติฐานที่ 2 การทำให้บรรลุเป้าหมายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐสรุญ สิทธิธรรม และ จริพร ศรีทอง (2561) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัล ผลการศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการในด้านการตอบสนองกระบวนการใช้งานของระบบมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากสามารถรับส่งคำสั่งได้ถูกต้องและตอบสนองคำสั่งได้รวดเร็ว ผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้ถูกต้องตรงตามความต้องการ

สมมติฐานที่ 3 ความพร้อมของระบบมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเงินเนอเรชั่นวายในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณุพงศ์ ลือฤทธิ์ (2560) ได้ศึกษาวิจัย คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างความพึงพอใจ ของผู้ใช้งาน: กรณีตัวอย่างของแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินบน โทรศัพท์มือถือ ในด้านความพร้อมของระบบ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งคุณภาพการเป็นปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ ทั้งนี้เนื่องจาก ความพร้อมในการใช้งานสามารถเข้าใช้งานได้ตลอดเวลา ระบบการใช้งานมีเสถียรภาพ

สมมติฐานที่ 4 ความเป็นส่วนตัวไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเงินเนอเรชั่นวายในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทัชชกร สัมมะสุต และ งามสิริ วิฑูรย์พันธุ์ (2564) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้กระเป๋าเงินดิจิทัล ผลการศึกษาด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ทั้งนี้เนื่องจาก การรักษาความปลอดภัยสามารถปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล และป้องกันผู้ใช้งานที่ไม่ได้รับอนุญาตได้ ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้งานให้บุคคลอื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ใช้งานเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการทางการเงินขนาดใหญ่ที่มีพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

สมมติฐานที่ 5 การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเงินเนอเรชั่นวายในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยา ประกาศธรรมกุล (2561) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้ใช้ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร การศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีในด้านการรับรู้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการใช้งานต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลและสอดคล้องกับงานวิจัยของธมลวรรณ วรรณศิลป์ (2563) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินในรูปแบบ Touchless Payment ภายหลังสถานการณ์โควิด-19 การใช้จ่ายเงินที่ไร้การสัมผัส (Contactless Payment) เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้บริโภคทุกคนเพื่อให้เกิดความปลอดภัยจากความเสี่ยงในการติดเชื้อโรค และลดการติดต่อสัมผัสระหว่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากสถานการณ์ปัจจุบันที่ผู้บริโภคคำนึงถึงความปลอดภัยลดการสัมผัสเงินสดลดความเสี่ยงการแพร่กระจายเชื้อโรค รวมถึงกลุ่มเงินเนอเรชั่นวายที่มีความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการจำนวนมากและต้องการชำระค่าสินค้าหรือบริการได้รวดเร็ว

สมมติฐานที่ 6 ความง่ายในการใช้งานไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเงินเนอเรชั่นวายในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ง่าย โดยไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทัชชกร สัมมะสุต และ งามสิริ วิฑูรย์พันธุ์ (2564) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้กระเป๋าเงินดิจิทัลผลการศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีในด้านความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัล ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคเงินเนอเรชั่นวายมักมีความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันจึงสามารถเรียนรู้การใช้งานการเข้าถึงขั้นตอนการให้บริการได้ง่าย และสามารถใช้บริการผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟนได้

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มผู้ใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 35-39 การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 30,000 ถึง 50,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน การทำให้บรรลุเป้าหมาย และความพร้อมของระบบ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเงินเนอเรชั่นวายในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ส่วนในด้านความเป็นส่วนตัวไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเงินเนอเรชั่นวายในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเงินเนอเรชั่นวายในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ส่วนด้านความง่ายในการใช้งานไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเงินเนอเรชั่นวายในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผลการวิจัยทำให้ทราบว่า การศึกษาคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายในเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในด้านการรับรู้ประโยชน์เป็นด้านที่มีความสำคัญมากที่สุดที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัล เนื่องจากสถานการณ์ปัจจุบันผู้ใช้บริการตระหนักถึงการแพร่กระจายเชื้อโรคการใช้เทคโนโลยีกระเป๋าเงินดิจิทัลจึงเป็นการหลีกเลี่ยงการสัมผัสเงินสดและลดความเสี่ยงจากเชื้อโรคได้ การดำเนินชีวิตปัจจุบันผู้บริโภคมีความคาดหวังต่อผลลัพธ์จากการใช้งานทั้งในเรื่องของเวลาในการทำธุรกรรมซื้อขายสินค้าของผู้บริโภคที่มีการใช้เทคโนโลยีที่เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันในปัจจุบัน รวมถึงจำนวนร้านค้าที่เข้าร่วมการชำระเงินผ่านกระเป๋าเงินดิจิทัล เหล่านี้สามารถเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ ผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ปัจจัยคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความพร้อมของระบบในการใช้งานให้สามารถเข้าใช้งานได้ตลอดเวลา ระบบการให้บริการให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจัยประสิทธิภาพการใช้งานเกี่ยวข้องกับรูปแบบการจัดวางโครงสร้างระบบครอบคลุมทุกกระบวนการใช้งานให้ใช้งานได้รวดเร็ว มีรูปแบบการจัดเรียงลำดับและแสดงข้อมูลได้อย่างเหมาะสมที่จะสามารถส่งผลให้ผู้ใช้บริการบรรลุเป้าหมายโดยสามารถรับคำสั่งได้ถูกต้องและตอบสนองคำสั่งได้รวดเร็ว ให้ผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้ถูกต้องตรงตามความต้องการ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น จากผลการศึกษาสามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับการสร้างรูปแบบธุรกิจในการให้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลหรือบริการที่มีลักษณะเดียวกันรวมถึงนำไปกำหนดนโยบายการวางแผนการตลาด การประชาสัมพันธ์ การวิจัยและพัฒนาคุณภาพ

ข้อเสนอแนะเพื่องานวิจัย

งานวิจัยครั้งต่อไปสามารถขยายขอบเขตการศึกษาผ่านกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน เพื่อเป็นแนวทางในการเข้าถึงการใช้บริการกระเป๋าเงินดิจิทัลเพิ่มขึ้น ศึกษาปัญหาและความต้องการของกลุ่มผู้ใช้บริการเพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้มากขึ้น ศึกษาปัจจัยของตัวแปรอิสระด้านอื่นที่มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลต่อตัวแปรต้น เช่น ปัจจัยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสังคมออนไลน์ กิจกรรมส่งเสริมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้กระเป๋าเงินดิจิทัลเพิ่มขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ บุญมีลาภ. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงิน อิเล็กทรอนิกส์ (E-WALLET) ของผู้บริโภค GENERATION X และ GENERATION Y. ปรินญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กัลยา ประกาศธรรมกุล. (2018). การตัดสินใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ของผู้ใช้ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. ปรินญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณัฐสร้อย สิทธิธรรม และ จริพร ศรีทอง (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ True Wallet ของผู้บริโภคในเขตหลักสี่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร. ปรินญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ทัชชกร สัมมะสุต ;และ งามสิริ วิฑูรย์พันธุ์ (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ TrueMoney Wallet ในเขตเมืองพัทยา. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. 12(2), 296-307.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money). สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2565, จาก https://app.bot.or.th/BTWS_STAT/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=694&language=TH
- ธมลวรรณ วรณศิลป์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินในรูปแบบ Touchless Payment ภายหลังสถานการณ์โควิด-19 ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ปรินญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ฉมลาวรรณ สมพงษ์. (2564). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางออนไลน์ ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม. ปรินญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธีรภูมิ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี : สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- พบบานต์ อาริษาการ. (2561). เงินในยุคดิจิทัล : ความแตกต่างของ E-MONEY และ DIGITAL CURRENCY. สืบค้นเมื่อ 19 กันยายน 2566, จาก <http://rs.mfu.ac.th/obels/?p=1675>
- ภัททิยา ลือมณญ. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Skyscanner ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ภานุพงศ์ ลือฤทธิ. (2560). คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้งาน: กรณีตัวอย่างของ แอปพลิเคชันกระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ. ปรินญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มหาวิทยาลัยมหิดล. สถาบันวิจัยประชากรและสังคม. (2559). รายงานสุขภาพคนไทย. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ศราวุฒิ วัชรบัณฑิต.(2564). เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-money) บริการทางการเงินในสังคมไทย. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2565, จาก http://coinmuseum.treasury.go.th/more_news.php?cid=9
- เสวียน แก้ววงษา. (2560). เงินดิจิทัล: บริบทของการพิจารณาความเป็นเงิน. วารสารเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 1, 225-239.
- อภิรักษ์ ดาบเพชร. (2559). สสำรวจตลาดอาเซียน-คนไทยถือบัตรเครดิตต่ำ โอกาส e-Wallet เด็บโตสูง. สืบค้นเมื่อ 19 กันยายน 2566, จาก <https://www.marketingoops.com/news/tech-update/ewallet-thailand-and-asean-by-truemoney>
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. MIS Quarterly, 13: 319-340.
- Hong, S., Park, S., Park, L. W., Jeon, M., & Chang, H. (2018). *An analysis of security systems for electronic information for establishing secure internet of things environments: Focusing on research trends in the security field in South Korea*. Future Generation Computer Systems, 82, 769-782.
- Kotler, P. & Keller, K. (2006). *Marketing Management*. 12thed. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). *ES-QUAL: A Multiple-item Scale For Assessing Electronic Service Quality*. *Journal of Service Research*, 7(3), 213-233.
- Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of Innovations*. Free Press, New York.
- Schiffman, Leon G., & Kanuk, Leslie L. (2007). *Customer Behavior*. 8thed. Englewood: McGraw Hill.
- Van den Bergh, J., & Behrer, M. (2016). *How cool brands stay hot: Branding to Generations Y and Z*. Kogan Page.

Translated Thai References

- Awatchanakarn, P. (2018). *Money In The Digital Age: Differences in E-Money and Digital Currency*. Retrieved September 19, 2023, from <http://rs.mfu.ac.th/obels/?p=1675> (in Thai)
- Bank of Thailand. (2022). *Electronic money (e-Money)*. Retrieved 20 July 2022, from https://app.bot.or.th/BTWS_STAT/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=694&language=TH (in Thai)
- Dabphet, A. (2016). Apinan Dabphet. (2016). *Survey of the ASEAN market - Thai people hold low credit cards, high growth opportunities for e-Wallets*. Retrieved 19 September 2023, from <https://www.marketingoops.com/news/tech-update/ewallet-thailand-and-asean-by-truemoney> (in Thai)
- Ekakul, T. (2000). *Research Methods In Behavioral And Social Sciences*. Ubon Ratchathani: Ubon Ratchathani Rajabhat Institute. (in Thai)
- Kaewwongsa, S. (2017). Digital money: the context of considering monetary value. *Ramkhamhaeng University Economics Journal*. 1, 225-239. (in Thai)
- Kanokwan, B. (2017). *Factors Affecting Intention and Behavior of Electronic Wallet Usage of Generation X and Generation Y*. Master of Business Administration, Thammasat University. (in Thai)
- Luemorn, P. (2021). *Factors Affecting Decision To Use Skyscanner Application Of Thai Tourists In Bangkok*. Master of Business, Silpakorn University. (in Thai)
- Luerit, P. (2017). *E-Service Quality For Enhancing User Satisfaction: The Case of Mobile Wallet Application*. Master of Science, Thammasat University. (in Thai)
- Mahidol University. Institute for Population and Social Research. (2016). *Report on Thai people's health*. Bangkok: Amarin Printing and Publishing Public Company Limited. (in Thai)
- Prakasthommakul, K. (2561). *Decision Making To Use Electronic Wallet (E-Wallet) Of User In Bangkok*. Master of Business, Ramkhamhang University. (in Thai)
- Sammasut, T.; & Witoonphan, N. (2021). The factors that influence the Decision Using Electronic Money (E-Money) TrueMoney Wallet at Pattaya City. *Journal of Management and Development Ubonratchathani Rajabhat University*. 12(2), 296-307. (in Thai)
- Siddhidharm, N.; & Srithong, C. (2018). *Factors Affecting Customers' Decision Making of True Wallet (Case Study: Laksi District, Bangkok)*. Master of Business, Ramkhamhang University. (in Thai)
- Sompong, T. (2021). *The Study Of Factors Affecting Buying Decisions About Shopping Online Of Consumers In Nakhon Pathom Province*. Master of Engineering, Silpakorn University. (in Thai)
- Wannasilp, T. (2020). *Factors Affecting Touchless Payment Service Use In The Digital Cashless Society After The COVID-19 Pandemic Outbreak In The Bangkok Metropolitan Area*. Master of Business Administration, Thammasat University. (in Thai)
- Watcharapanthi, S. (2021). *Electronic Money (E-Money) Financial Services In Thai Society*. Retrieved July 20, 2023, from http://coinmuseum.treasury.go.th/more_news.php?cid=9 (in Thai)