

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อพฤติกรรม  
ความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ผ่านแอปพลิเคชัน  
ทรูมันนี่ (TrueMoney) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

**Factors in Technology Acceptance and Risk Perception Affecting  
Behavioral Intention to Use e-Wallet Through the TrueMoney Application  
Among Customers in Bangkok Metropolitan Area**

सानู สังวลเพ็ชร  
Sanu Sangwarnpetch

**บทคัดย่อ**

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง พบว่า ด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน ด้านการเงิน และด้านระยะเวลา ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** การยอมรับเทคโนโลยี, การรับรู้ความเสี่ยง, พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน, กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์, ทรูมันนี่

**ABSTRACT**

The objectives of this study were to study the factors in technology acceptance and risk perception affecting the behavioral intention to use the e-Wallet through

the TrueMoney application among customers in the Bangkok Metropolitan Area. The sample group consisted of 400 consumers from the Bangkok metropolitan area, who were surveyed to collect data. The data were analyzed using percentage, frequency, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. Findings showed that the acceptance of technology factors found that perceived usefulness and perceived ease of use had a statistically significant influence on the behavioral intention to use the e-Wallet through the TrueMoney application at a significance level of 0.05 and the perception of risk factors found that effectiveness in use, financial concerns, and time, also had a significant statistical influence on the behavioral intention to use the e-Wallet through the application at a statistical significance level of 0.05.

**Keywords:** Technology Acceptance, Perception of Risk, the Behavioral Intention to Use, e-Wallet, TrueMoney

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ด้วยสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ในปี พ.ศ. 2563 ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ของโลกรวมถึงประเทศไทยในหลายด้านอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้คนจำนวนมากต้องปรับตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเรียนรู้เทคโนโลยีที่ไม่คุ้นเคย สำหรับในภาคธุรกิจสถานการณ์ดังกล่าวเปรียบเสมือนเป็นตัวเร่งให้ธุรกิจต่าง ๆ ต้องปรับตัวโดยนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ จากการชำระด้วยเงินสดเป็นการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ประกอบด้วย การชำระเงินผ่าน Internet and Mobile Banking การสแกนชำระเงินผ่านระบบ QR Payment การชำระเงินผ่านระบบ PromptPay หรือการชำระผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ในแอปพลิเคชันต่าง ๆ เป็นต้น ถึงแม้ว่าการชำระเงินผ่านระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่เมื่อเปรียบเทียบการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ด้วยวิธีอื่นจะพบว่า ยังคงไม่เติบโตเท่าที่ควร ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทุนนี้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแอปพลิเคชันทุนนี้เป็นหนึ่งในผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผู้ใช้งานอย่างกว้างขวาง และผู้วิจัยสนใจศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครเนื่องจากในเขตกรุงเทพมหานครมีผู้บริโภคที่ใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์แล้วเป็นจำนวนมาก

แต่จากปัจจัยต่าง ๆ เช่น การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค ระบบโลจิสติกส์ และความพร้อมด้านเทคโนโลยีของผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในเขตดังกล่าว ทำให้มีศักยภาพที่ยังสามารถเติบโตได้อีกมาก

### วัตถุประสงค์การวิจัย

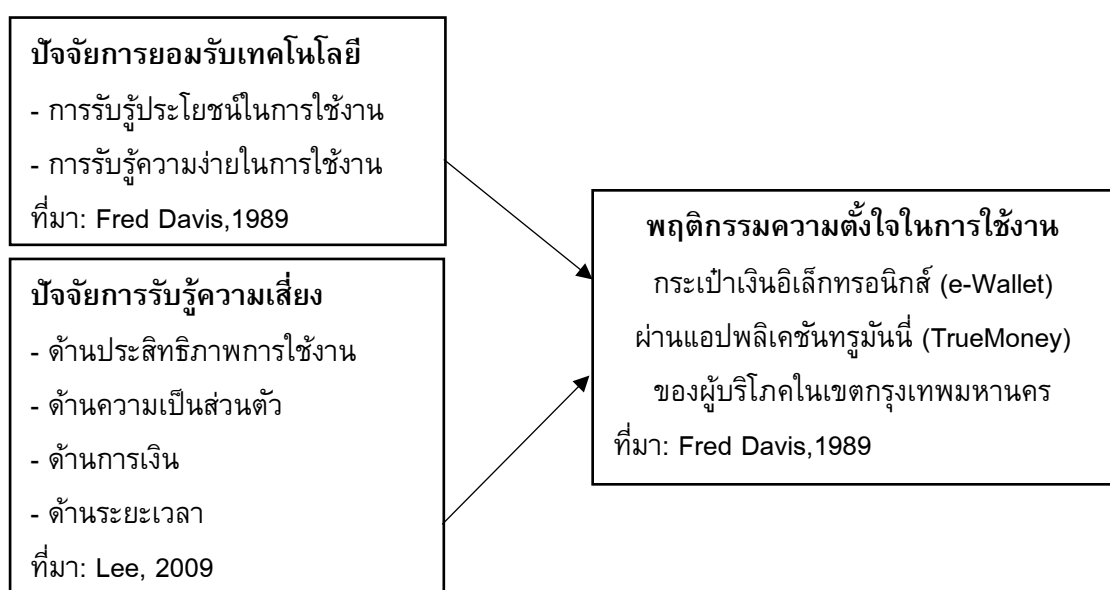
1. เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

### สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” มีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

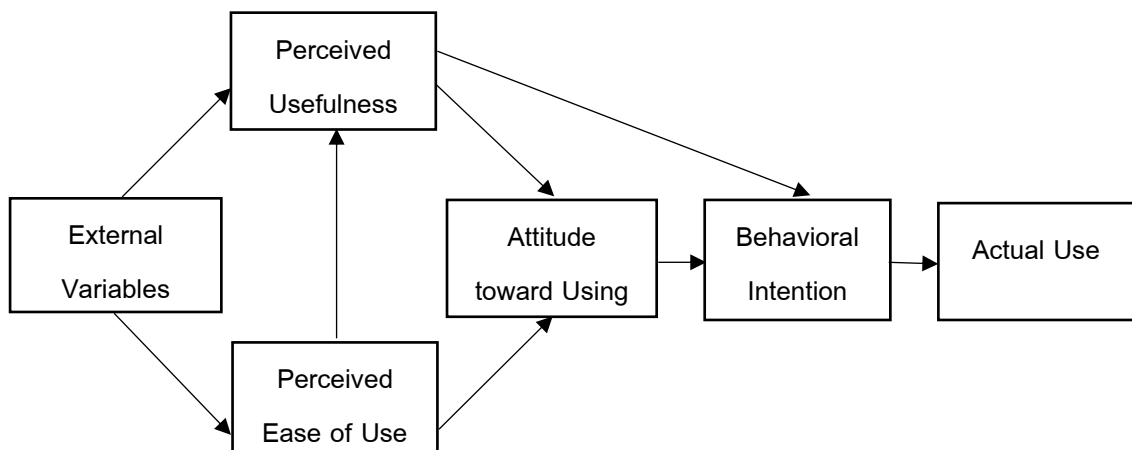


ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีเป็นแบบจำลองเพื่อใช้สำหรับอธิบายพฤติกรรมของผู้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศโดยการประเมินระดับของการรับรู้ของผู้ใช้ที่มีต่อระบบ โดย Davis (1985) ได้นำแนวคิดพื้นฐานของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีมาผนวกกับทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผล (ปรามิทย์ ลีโอนาม, 2554, น.11) Davis และคณะ (1989) ได้ดัดแปลงแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีโดยไม่รวมทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (Attitude toward Behavior) เพื่อให้สามารถอธิบายความตั้งใจได้อย่างละเอียดถี่ถ้วน และสามารถนำมาใช้พยากรณ์การยอมรับเทคโนโลยีของแต่ละปัจเจกบุคคล รวมไปถึงสามารถใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจและพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยี โดยหลักการของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจ แสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี (ศุภกัลยา ศรีพันธุ์, 2562, น.13-14)



ภาพ 2 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี ที่มา: Davis, Bagozzi และ Warshaw (1989)

ความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัยในแบบจำลองตามแนวคิดของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี เริ่มจากการพิจารณาถึงตัวแปรภายนอก (External Variables) ต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับรู้ของผู้ใช้ ประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) หากผู้ใช้งานรับรู้ถึงประโยชน์และทราบว่าใช้งานได้ง่าย ก็จะส่งผลกับทัศนคติต่อการใช้งาน (Attitude toward Using) ที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมความตั้งใจ (Behavioral Intention) ในการใช้งาน และส่งผลให้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้จริง (Actual Use) ในที่สุด

1. การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน คือ ระดับที่ผู้ใช้เชื่อว่าเทคโนโลยีที่กำลังจะนำมาใช้นั้น จะช่วยให้การทำงานของตนมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ส่งผลโดยตรงต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้งานและความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยีของผู้ใช้

2. การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน คือ ระดับที่ผู้ใช้เชื่อว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้มีความง่าย ไม่ซับซ้อน ไม่ต้องอาศัยความพยายามมากนัก เรียนรู้ขั้นตอนในการใช้งานได้ง่าย ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ทศนคติที่มีต่อการใช้งาน และพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน

3. พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน คือ พฤติกรรมที่กระทำหรือคาดว่าจะกระทำ โดยได้รับอิทธิพลจากตัวแปรต่าง ๆ และทศนคติ ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมหรือการคาดว่าจะกระทำ

ในงานศึกษาวิจัยครั้งนี้จะศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีตามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีของ Davis, Bagozzi และ Warshaw (1989) โดยศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน

### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง**

Lee (2009, อ้างถึงใน วลัยชรัตน์ วงษ์ยะธา, 2563) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived risk) สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ประเภทแตกต่างกัน ดังต่อไปนี้ ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (Performance Risk) ในความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ หมายถึง ความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นของระบบปฏิบัติการเซิร์ฟเวอร์ e-Payment บนโทรศัพท์มือถือ ประเภทที่สอง ความเสี่ยงด้านเวลา (Time Risk) หมายถึง ความล่าช้าที่เกิดขึ้นจากการทำธุรกรรมทางการเงินบนมือถือ ประเภทที่สาม ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk) คือ ความสูญเสียทางการเงินใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการทำธุรกรรมและการใช้บัญชีในทางที่ผิด ประเภทที่สี่ คือ ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy Risk) คือ ความไม่ปลอดภัยและข้อมูลส่วนบุคคลที่สูญหายเนื่องมาจากแฮกเกอร์โจรกรรมข้อมูลไป และประเภทสุดท้าย คือ ความเสี่ยงในด้านสังคม (Social Risk) นั่นคือการไม่อนุมัติจากกลุ่มสังคมใดสังคมหนึ่งจากการใช้บริการ e-Payment

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า แนวคิดด้านการรับรู้ความเสี่ยงที่นักวิจัยต่าง ๆ ได้ศึกษาค้นคว้ามี 4 ด้านที่คล้ายคลึงกัน หรือซ้ำกัน ดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (Performance Risk) คือ ประสิทธิภาพในการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต เกี่ยวข้องโดยตรงกับคุณภาพของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนหลัก คือ การเชื่อมต่อระหว่างธนาคารผู้ให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตและผู้ให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider: ISP) และการเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้งาน ซึ่งคุณภาพการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่ได้รับจะขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่ลูกค้าเลือกใช้ ทั้งนี้หากองค์ประกอบของการเชื่อมต่อทั้ง 2 ส่วนทำหน้าที่ได้ไม่ดีพอ ก็จะส่งผลให้เกิดปัญหาในการใช้งานของระบบธนาคารทางอินเทอร์เน็ต เช่น ขอบกพร่อง หรือข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการใช้บริการ ที่เกิดจากผู้ให้บริการ หรือระบบของการสื่อสารซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหาย อาทิ การถ่ายโอนเงินที่ไม่ตรงเวลา หรือ อุปสรรคในการเข้าสู่ระบบหรือปัญหาการเข้าถึงหน้าเว็บไซต์ เป็นต้น (Laroche et al., 2004, อ้างถึงใน กันตา แสงศักดิ์,

2562) ทั้งนี้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ยังรวมถึงความรู้สึกว่า หากตัดสินใจสมัครใช้บริการแล้ว อาจจะไม่เป็น หรือใช้ผิดวิธีแล้วจะก่อให้เกิดความเสียหาย หรือรวมทั้งเกรงว่าระบบการให้บริการ จะไม่สามารถสร้างประโยชน์ได้จริงตามที่ต้องการ

2. ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy Risk) คือ ความกังวลของผู้บริโภค ถึงความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว ซึ่งเกี่ยวข้องกับความไม่แน่นอนของวิธีการ จัดการข้อมูลส่วนบุคคลโดยสถานประกอบการออนไลน์และผู้ที่สามารถเข้าถึงได้ (Youn, 2009, อ้างถึงใน สรिता ซาญเจริญลาภ, 2563) โดยผู้บริโภคสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ผ่านคุณสมบัติเว็บไซต์ เช่น คุณภาพข้อมูลผลิตภัณฑ์ ความสามารถในการทำธุรกรรม และการจัดส่งและคุณภาพบริการที่มีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามหากไม่มีกลไกความปลอดภัย ของข้อมูลในร้านค้าที่ตั้งใจซื้อ จะเกิดผลกระทบในการตัดสินใจ ดังนั้นปัจจัยด้านความปลอดภัย ของข้อมูลนี้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างเพียงพอ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ค้าปลีก อินเทอร์เน็ตในการตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าในสภาพแวดล้อมการซื้อขายสินค้าเสมือน (Chang & Chen, 2008, อ้างถึงใน สรिता ซาญเจริญลาภ, 2563) นักวิชาการหลายคนจึงเน้นว่า การรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของเว็บไซต์ ควรรวมถึงการรักษาความลับ ของข้อมูล ความถูกต้องของข้อมูลและการสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็น

3. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk) คือ ความรู้สึกว่าการตัดสินใจใช้บริการ ในตอนนี้อาจจะไม่คุ้มค่า เพราะอาจจะมีบริการในลักษณะเดียวกันของธนาคารผู้ให้บริการ ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตรายอื่นที่น่าเสนออัตราค่าธรรมเนียม หรือสิทธิประโยชน์อื่น ๆ ที่ดีกว่า กรณีเช่นนี้ ลูกค้าจะไม่ตัดสินใจใช้บริการตั้งแต่ครั้งแรก แต่จะสอบถามถึงอัตราค่าธรรมเนียมจาก ธนาคารผู้ให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตรายอื่น เพราะมีความเชื่อว่าจะต้องมีธนาคารพาณิชย์อื่น ที่ให้บริการด้วยอัตราค่าธรรมเนียมที่ถูกกว่า หรืออาจจะมีเงื่อนไขที่ทำให้อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ถูกลงในอนาคตอันใกล้ (กันตา แสงศักดิ์, 2562)

4. ความเสี่ยงด้านระยะเวลา (Time Risk) เช่น การทำธุรกรรมแล้วไม่ได้ผลลัพธ์ตามที่คาด ความผิดพลาดที่เกิดขึ้นในระหว่างการทำธุรกรรม หรือการสูญเสียเวลาจากการศึกษาเรียนรู้ วิธีการใช้งานและการเข้าถึงบริการใด ๆ ของระบบธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (Littler & Melanthiou, 2006, อ้างถึงใน กันตา แสงศักดิ์, 2562)

โดยงานศึกษาวิจัยนี้จะพิจารณาความเสี่ยงตามการแบ่งประเภทของ Lee (2009, อ้างถึงใน วลัยฐรัตน์ วงษ์ยะรา, 2563) โดยตัดความเสี่ยงในด้านสังคมออก เนื่องจากมีการใช้งานกระเป๋าเงิน อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันธุรกรรมอย่างกว้างขวางในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น งานศึกษาวิจัยนี้ จะพิจารณาความเสี่ยง 4 ด้าน คือ ด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน ด้านความเป็นส่วนตัว ด้านการเงิน และด้านระยะเวลา

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Zhao (2564) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ (M-payment) ผลการศึกษา พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการชำระเงิน และความไว้วางใจในการใช้บริการชำระเงิน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ (M-payment) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทิพย์วรรณ ทองสวัสดิ์ (2565) ศึกษาในหัวข้อการรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน LINE BK ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง พบว่า ด้านความปลอดภัย และด้านความเป็นส่วนตัว มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งาน LINE BK ของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีพบว่า ด้านการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งาน LINE BK ของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Pertiwi, Suprpto, and Pratama (2020) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้การใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มคนเจนเอชในวัยในเมืองสุราบายา จากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน

## วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรในการศึกษา คือ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน คำนวณหาขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตร W.G. Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนวิจัยไม่เกินร้อยละ 5 จำนวน 385 ราย เก็บข้อมูลทั้งสิ้นจำนวน 400 ราย เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนและสะดวกในการคำนวณ ได้ตัวอย่างด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ช่วงเวลาเก็บข้อมูลในเดือนกันยายน ถึง ตุลาคม 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม โดยศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทฤษฎี และเอกสารเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามออนไลน์แบบคำถามปลายปิด ซึ่งรูปแบบของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 6 ส่วน คือ 1) คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 3) แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี 4) แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง 5) แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน 6) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา รายชื่อจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม ซึ่งเกณฑ์ความสอดคล้อง (IOC) จะต้องได้มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ พบว่า แบบสอบถามรายชื่อมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 แสดงว่าแบบสอบถามมีความตรงเชิงเนื้อหา จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองเก็บข้อมูลกับประชากรที่มีลักษณะเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม พบว่า แบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.84 แสดงว่าแบบสอบถามผ่านเกณฑ์นำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้

3. การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล 3 ประเด็น คือ 1) การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยใช้ค่าความถี่ร้อยละ (Percentage) 2) การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง และพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน และ 3) การวิเคราะห์เชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยพิจารณาอิทธิพลของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และปัจจัยการยอมรับความเสี่ยงที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่

## ผลการวิจัย

### 1. ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 73 มีอายุ 26 - 35 ปี ร้อยละ 38.50 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 69.50 เป็นบุคลากรของรัฐ ร้อยละ 64.25 มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 39.75

### 2. ผลการศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภคที่ใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภคที่ใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.10$ , S.D.=0.705)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X}=4.25$ , S.D.=0.745) รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ( $\bar{X}=3.95$ , S.D.=0.750)

### 3. ผลการศึกษาปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคที่ใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคที่ใช้งานกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}=2.80$ , S.D.=0.702)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านระยะเวลา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X}=3.29$ , S.D.=0.967) รองลงมา คือ ด้านความเป็นส่วนตัว ( $\bar{X}=3.17$ , S.D.=1.196) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน ( $\bar{X}=2.24$ , S.D.=0.814)

#### 4. ผลการศึกษาพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.57$ , S.D.=0.919)

#### 5. ผลการศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีกับพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

|                                                              | B      | Std. Error | Beta  | t      | Sig.    | Tolerance | VIF   |
|--------------------------------------------------------------|--------|------------|-------|--------|---------|-----------|-------|
| ค่าคงที่                                                     | -0.555 | 0.165      |       | -3.357 | 0.001** |           |       |
| 1. ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (X1)                     | 0.761  | 0.059      | 0.621 | 12.918 | 0.000** | 0.396     | 2.525 |
| 2. ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (X2)                     | 0.263  | 0.059      | 0.213 | 4.424  | 0.000** | 0.396     | 2.525 |
| <b>Y = -0.555 + 0.761(X1) + 0.263(X2) + 0.556</b>            |        |            |       |        |         |           |       |
| <b>R<sup>2</sup> = 0.636, Adjusted R<sup>2</sup> = 0.635</b> |        |            |       |        |         |           |       |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรต้น ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี อธิบายความผันแปรของพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 63.50 (Adjusted R<sup>2</sup> = 0.635) และมีนัยสำคัญทางสถิติ (F = 347.538, p = 0.000) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย แสดงถึงอิทธิพลทำนายปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี กับพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ตัวแปรต้นปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่อธิบายพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่มากที่สุด คือ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน มีค่า 0.621 ( $t = 12.918$ ,  $p = 0.000$ ) รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีค่า 0.213 ( $t = 4.424$ ,  $p = 0.000$ ) อย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ 0.01

## 6. ผลการศึกษาปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงผลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงกับพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

|                                    | B      | Std. Error | Beta   | t      | Sig.    | Tolerance | VIF   |
|------------------------------------|--------|------------|--------|--------|---------|-----------|-------|
| ค่าคงที่                           | 2.945  | 0.179      |        | 16.424 | 0.000** |           |       |
| 1. ด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน (X1) | -0.274 | 0.056      | -0.424 | -4.869 | 0.000** | 0.863     | 1.159 |
| 2. ด้านความเป็นส่วนตัว (X2)        | -0.011 | 0.046      | -0.014 | -0.239 | 0.811   | 0.589     | 1.697 |
| 3. ด้านการเงิน (X3)                | 0.223  | 0.051      | 0.227  | 4.371  | 0.000** | 0.791     | 1.264 |
| 4. ด้านระยะเวลา (X4)               | 0.216  | 0.060      | 0.228  | 3.585  | 0.000** | 0.530     | 1.887 |

$$Y = 2.945 - 0.274(X1) - 0.011(X2) + 0.223(X3) + 0.216(X4) + 0.849$$

$$R^2 = 0.156, \text{ Adjusted } R^2 = 0.147$$

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรต้น ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง อธิบายความผันแปรของพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้น้อย คิดเป็นร้อยละ 14.70 (Adjusted  $R^2 = 0.147$ ) และมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 18.197$ ,  $p = 0.000$ ) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย แสดงถึงอิทธิพลทำนายปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง กับพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ตัวแปรต้นปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงที่อธิบายพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่มากที่สุด คือ ด้านระยะเวลา

มีค่า 0.228 ( $t = 3.585$ ,  $p = 0.000$ ) ด้านการเงิน มีค่า 0.227 ( $t = 4.371$ ,  $p = 0.000$ ) และด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน มีค่า -0.242 ( $t = -4.869$ ,  $p = 0.000$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อย่างไรก็ตามปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง ด้านความเป็นส่วนตัว ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

## อภิปรายผล

ผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจาก ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครรับรู้ว่าการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่สร้างความคุ้มค่าในการใช้งาน ช่วยให้การชำระเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการรวดเร็วมากยิ่งขึ้น สะดวกกว่าการใช้เงินสด และให้บริการชำระเงินที่ครอบคลุมต่อการใช้งานในชีวิตประจำวัน อีกทั้งยังเป็นเรื่องง่ายเนื่องจากใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือ การเรียนรู้การใช้ e-Wallet ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่เป็นเรื่องง่าย และการชำระเงินด้วย e-Wallet ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ง่ายกว่าการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pertiwi, Suprpto, and Pratama (2020) ที่กล่าวว่า การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน งานวิจัยของทิพย์วรรณ ทองสวัสดิ์ (2565) พบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งาน LINE BK ของผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

2. ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง ด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน ด้านการเงิน และด้านระยะเวลา ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันทรูมันนี่ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากหากเกิดข้อผิดพลาดในระหว่างการใช้งานอาจส่งผลให้เกิดความเสียหาย เช่น ระบบอาจจะตัดเงินจาก e-Wallet

แต่ร้านค้าไม่ได้รับเงิน และหากเกิดอุปสรรคในการเข้าสู่ระบบจะทำให้ไม่ได้รับประโยชน์ตามที่ต้องการ เช่น ไม่สามารถใช้โปรโมชั่นในแอปพลิเคชันได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhao (2564) ระบุว่า การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการชำระเงิน ด้านกระบวนการทำงาน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ (ระบบ M-payment) อีกทั้งผู้บริโภครู้สึกว่าการใช้งาน e-Wallet ผ่านแอปพลิเคชันที่ยุ่งยากนี้อาจทำให้เสียค่าใช้จ่ายมากกว่าการชำระเงินด้วยวิธีอื่น เช่น กรณีเติมเงินเกิน 20 ครั้งต่อเดือน มีค่าธรรมเนียม 5 บาทต่อครั้ง ซึ่งทำให้รู้สึกไม่คุ้มค่า และอาจมีบริการอื่น ๆ ที่ดีกว่า เช่น การจ่ายผ่าน PromptPay QR Code ขัดแย้งกับงานวิจัยของ Zhao (2564) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการชำระเงินด้านการเงิน ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ (ระบบ M-payment) เนื่องจากการศึกษาการให้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ (M-payment) โดยรวม ซึ่งบางบริการจะไม่มีค่าธรรมเนียมเพิ่มเติมในการใช้บริการ และผู้บริโภครอคาดหวังว่าเมื่อใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันที่ยุ่งยากนี้ จะสามารถใช้โปรโมชั่นในแอปพลิเคชันได้ ซึ่งหากไม่ได้ผลลัพธ์ตามที่คาดหรือเกิดข้อผิดพลาดอาจทำให้รู้สึกเสียเวลา ขัดแย้งกับงานวิจัยของ Zhao (2564) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการชำระเงิน ด้านเวลา ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ (ระบบ M-payment)

ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง ด้านความเป็นส่วนตัว ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการมีความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันที่ยุ่งยากนี้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้บริโภคต้องยืนยันตัวตน และสร้างรหัสผ่านก่อนเริ่มใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันที่ยุ่งยากนี้ และยังสามารถเข้าสู่ระบบด้วยการสแกนลายนิ้วมือหรือใบหน้าได้อีกด้วย อีกทั้งการทำธุรกรรมทางการเงินทุกครั้งจะต้องใส่รหัสผ่าน เมื่อทำการรายการเสร็จเรียบร้อยแล้วจะมีข้อความแจ้งเตือนจากแอปพลิเคชันส่งไปที่โทรศัพท์มือถือ ทำให้ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครมีความเชื่อมั่นในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันที่ยุ่งยากนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพย์วรรณ ทองสวัสดิ์ (2565) ระบุว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งาน LINE BK ด้านโอนเงิน ด้านจ่ายผ่าน QR Code

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา เรื่อง ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการมีความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันที่ยุ่งยากนี้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปประเด็นสำคัญที่เป็นข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

ผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ควรออกแบบแอปพลิเคชันโดยคำนึงถึงความเหมาะสม สอดคล้อง และครอบคลุมกับผู้บริโภคทุกกลุ่ม และนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัย

ไปวางแผนการตลาดเพื่อให้มีผู้ใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันมากขึ้นในอนาคต นำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบถึงประโยชน์ และใช้ในการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience) ออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้ (User Interface) และกระบวนการการทำงานของแอปพลิเคชันให้ง่ายต่อการใช้งาน อีกทั้งยังควรนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปพัฒนา ปรับปรุง แอปพลิเคชันอย่างรอบด้าน ทั้งในด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน เช่น ขั้นตอนชำระเงินมีความรวดเร็ว แอปพลิเคชันทำงานได้ดีในทุก ๆ ระบบปฏิบัติการด้านการเงิน เช่น ลดค่าธรรมเนียมในการใช้งาน ทั้งนี้เมื่อปรับปรุง พัฒนาด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน และด้านเวลาแล้ว ก็จะส่งผลดีให้แก่ผู้บริโภคในด้านระยะเวลาด้วย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ผ่านแอปพลิเคชันของตัวนี้ เพื่อหาสาเหตุของการไม่ใช้บริการ และนำผลการวิจัยไปวางแผนการตลาด รวมทั้งปรับปรุง พัฒนาแอปพลิเคชัน ซึ่งจะส่งผลให้มีผู้ใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันของตัวนี้เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

## เอกสารอ้างอิง

- กันดา แสงศักดิ์. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ในการชำระค่าสินค้าผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม, สาขาการจัดการ.
- ณัฐนันท์ แสงประเสริฐ, ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว และ วราพรพรรณ อภิสุทธะโชค. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตัง. วารสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 9(4), 245-259. สืบค้นจาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article/view/260740>.
- ทิพย์วรรณ ทองสวัสดิ์. (2565). การรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน LINE BK ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม, สาขาการตลาด.
- ทรูมันนี่. (2567). เกี่ยวกับเรา. ค้นเมื่อ 30 ธันวาคม, 2567, จาก <https://www.truemoney.com/about/>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). E-Money ทางเลือกในการชำระเงินของคนไทย. ค้นเมื่อ 30 ธันวาคม, 2567, จาก <https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/>

research-and-publications/reports/payment-report/bi-monthly-report/Bi-monthly\_report\_Vol7-2021\_February.pdf.

ปภาวี เนตรอรุณ. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติและการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ของผู้บริโภคกลุ่ม Generation X และ Y ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

ปราโมทย์ ลือนาม. (2554). แนวความคิด และวิวัฒนาการของแบบจำลองการยอมรับการใช้เทคโนโลยี. วารสารการจัดการสมัยใหม่, 9(1), 9-17. สืบค้นจาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/stou-sms-pr/article/view/11933>

รลิตา ชาญเจริญลาภ. (2563). การรับรู้ความเสี่ยงและอิทธิพลส่งผ่านทัศนคติที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการสั่งซื้ออาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ของคนไทย. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

วณาลัย แก้วศรี. (2565). การยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ของเจนเนอเรชัน Y และ Z (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ.

วลัญช์รัตน์ วงษ์ยะรา. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันรูปแบบซูเปอร์แอป (Super App): กรณีศึกษา แอปพลิเคชันไลน์ เพย์ และ แกร็บเพย์. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, สาขาการตลาด.

ศุภกัลยา ศรีพันธุ์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ, สาขาการบริหารเทคโนโลยี.

Zhao, X. (2564). ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, คณะการจัดการและการท่องเที่ยว.

Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. MIS Quarterly, 13(3), 319-340, doi:10.2307/249008

Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989), User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1003, doi:10.1287/mnsc.35.8.982

Effendy, F., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). Perceived usefulness, perceived ease of use, and social influence: Intention to use e-wallet. In *Proceedings of the 5th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2020)*

(pp. 311–315). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210831.060>

- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). Predicting and understanding consumer behavior: Attitude-behavior correspondence. In Ajzen, I. & Fishbein, M. (eds.). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior* (pp. 148-172). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Karim, W., Haque, A., Ulfy, M. A., Hossain, A., & Anis, Z. (2020). Factors Influencing the Use of E-wallet as a Payment Method among Malaysian Young Adults. *Journal of International Business and Management*, 3(2), 1-11. <https://doi.org/10.37227/jibm-2020-2-21>
- Lee Yong Ming, K., Jais, M., Chan, C. W., & Zaidi, N. S. (2020). Factor Affecting Adoption of E-Wallet in Sarawak. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 10(2), 244-256. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARAFMS/v10-i2/7446>
- Pertiwi, D., Suprpto, W., & Pratama, E. (2020). Perceived Usage of E-Wallet among the Y Generation in Surabaya Based on Technology Acceptance Model. *Jurnal Teknik Industri*, 22(1), 17-24. <https://doi.org/10.9744/jti.22.1.17-24>
- Yahyapour, N. (2008). *Determining Factors Affecting Intention to Adopt Banking Recommender System: Case of Iran*. Master's Thesis. Lulea University of Technology.