

ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์
ของผู้บริโภคเจเนอเรชัน Z ในจังหวัดนครศรีธรรมราช
Technology Acceptance Factors Influencing the Intention to Use Electronic
Wallets (E-Wallets) Among Generation Z Consumers in
Nakhon Si Thammarat Province

จิรัชญา แก้วแสงทอง¹, ดาลียา อายูวัฒน์², ศศิภา แซ่ภู³, กุลวดี จันทร์วิเชียร^{4*}, พัชนันท์ อติตัง⁵

เดชิตา สุตธีรรัช⁶ และ วิสูตร เพชรรัตน์⁷

Jiratchaya kaewsangtong¹, Dailya Aryuwattana², Sasipa Saepu³, Kunwadee Janwichian⁴, Pattanun Artitung⁵

Taechita Sutthirak⁶ and Wisut Petcharat⁷

^{1,2,3,4,5,6}หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ วิชาเอกการจัดการองค์การธุรกิจดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

⁷หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

^{1,2,3,4,5,6}Bachelor of Business Administration Program, Department of Management, Major in Digital Business

Management, Faculty of Management Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

⁷Bachelor of Business Administration Program, Department of Digital Business Computer, Faculty of

Management Science, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

*Corresponding author's email address : kunwadee_sri@nstru.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

17 มิถุนายน 2569

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

21 สิงหาคม 2569

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

29 กันยายน 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ของผู้บริโภคเจเนอเรชัน Z ในจังหวัดนครศรีธรรมราช และศึกษาพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคเจเนอเรชัน Z ในจังหวัดนครศรีธรรมราช การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคเจเนอเรชัน Z ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคเจเนอเรชัน Z มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความไว้วางใจในระบบมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความปลอดภัยของระบบ ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความปลอดภัยของระบบ ความไว้วางใจในระบบ และการรับรู้ประโยชน์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวแปรอิสระทั้งสี่สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจในการใช้งานได้ร้อยละ 44.90 ($R^2 = 0.449$) ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า ความสะดวกในการใช้งาน ความเชื่อมั่นในระบบ ความปลอดภัย และประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งาน เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชัน Z ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบริการ และกลยุทธ์ส่งเสริมการใช้งานระบบชำระเงินดิจิทัลให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต

คำสำคัญ : การยอมรับเทคโนโลยี, กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์, ความตั้งใจในการใช้งาน, เจเนอเรชัน Z, จังหวัดนครศรีธรรมราช

ABSTRACT

This research aimed to investigate the technology acceptance factors influencing the intention to use electronic wallets (E-Wallets) among Generation Z consumers in Nakhon Si Thammarat province and to examine their E-Wallet usage behavior. This study employed a quantitative research approach using a questionnaire as the research instrument. Data were collected from 400 Generation Z consumers in Nakhon Si Thammarat province. The data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, while inferential statistics were analyzed through multiple regression analysis. The results revealed that Generation Z consumers exhibited a high level of overall perception toward technology acceptance factors. Among the factors examined, system trust had the highest mean score, followed by perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived security, respectively. The results of the multiple regression analysis indicated that perceived ease of use, perceived security, system trust, and perceived usefulness had significant positive influences on the intention to use E-Wallets at the .05 level of significance. These four independent variables jointly explained 44.90 percent of the variance in the intention to use E-Wallets ($R^2 = 0.449$). The findings suggested that ease of use, trust in the system, security, and perceived benefits were important determinants of E-Wallet usage intention among Generation Z consumers. These findings can serve as useful guidelines for

service providers in developing digital payment services and designing strategies to promote the adoption of digital payment systems that better meet consumer needs in the future.

Keywords: Technology Acceptance, Electronic Wallet (E-Wallet), Intention to Use, Generation Z, Nakhon Si Thammarat Province

บทนำ

ในปัจจุบันโลกกำลังก้าวเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้คน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการชำระเงิน ซึ่งถือเป็นกระบวนการพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการใช้จ่าย และการแลกเปลี่ยนมูลค่าเทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามาช่วยยกระดับรูปแบบการชำระเงินจากระบบเงินสดแบบดั้งเดิม สู่ระบบการทำธุรกรรมที่มีความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยมากยิ่งขึ้น การชำระเงินด้วยเงินสดมีข้อจำกัดหลายอย่าง (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2567) รายงานว่า มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยในปี 2566 มีมูลค่าประมาณ 5.96 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 5.43 ล้านล้านบาท ในปี 2565 สะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตของกิจกรรมทางเศรษฐกิจบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งส่งผลให้ความต้องการใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ และกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ไม่ใช่ผู้บริโภคทุกกลุ่มจะยอมรับและมีความตั้งใจใช้งานในระดับเดียวกัน เนื่องจากการตัดสินใจยอมรับเทคโนโลยีขึ้นอยู่กับความรู้ และทัศนคติของผู้ใช้งานที่มีต่อเทคโนโลยี โดยเฉพาะการรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) (Davis, 1989) มีบทบาทต่อการเกิดความตั้งใจใช้งาน เทคโนโลยีของผู้บริโภคซึ่งจะช่วยอธิบายพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยี และความตั้งใจใช้งาน E-Wallet ได้อย่างเป็นระบบ

ผู้บริโภคเจนเนอเรชัน Z เป็นกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ที่เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัล และอินเทอร์เน็ตจนทำให้ผู้บริโภคเจนเนอเรชัน Z มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากผู้บริโภคในช่วงวัยอื่น โดยเป็นกลุ่มที่เติบโตมาท่ามกลางการแพร่หลายของอินเทอร์เน็ต สมาร์ทโฟน และเทคโนโลยีดิจิทัล จึงมักถูกเรียกว่า Digital Natives และมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตประจำวัน (Agárdi and Alt, 2024) แม้ว่าผู้บริโภคเจนเนอเรชัน Z เป็น Digital Native แต่การเป็นผู้คุ้นเคยกับเทคโนโลยีไม่ได้รับประกันความตั้งใจใช้เทคโนโลยีทางการเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ “กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet)” ในการชำระเงินและทำธุรกรรมต่าง ๆ พฤติกรรมการเชื่อมต่อออนไลน์ตลอดเวลา (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2565)

จากการทบทวนวรรณกรรม แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) (Davis, 1989) อธิบายความตั้งใจใช้งานผ่านการรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน อาจยังไม่ครอบคลุม

ลักษณะเฉพาะของเทคโนโลยีทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลและธุรกรรมทางการเงิน งานวิจัยนี้จึงขยายกรอบ TAM โดยบูรณาการความไว้วางใจในระบบ และการรับรู้ถึงความปลอดภัยของระบบ เพื่อเพิ่มความครอบคลุมในการอธิบายความตั้งใจใช้งาน E-Wallet นอกจากนี้หลักฐานเชิงประจักษ์ที่มุ่งศึกษาผู้บริโภคเจนเนอเรชัน Z โดยเฉพาะในบริบทของจังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีจำกัด ทั้งที่กลุ่มดังกล่าวมีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล และพื้นที่มีบริบททางเศรษฐกิจ สังคม และรูปแบบการใช้บริการดิจิทัลแตกต่างจากเมืองขนาดใหญ่ ดังนั้นงานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ให้บริการทางการเงิน ผู้ประกอบการ ร้านค้าท้องถิ่น และหน่วยงานภาครัฐในการกำหนดแนวทางส่งเสริมการใช้ E-Wallet ที่เหมาะสมกับบริบทของจังหวัดนครศรีธรรมราช

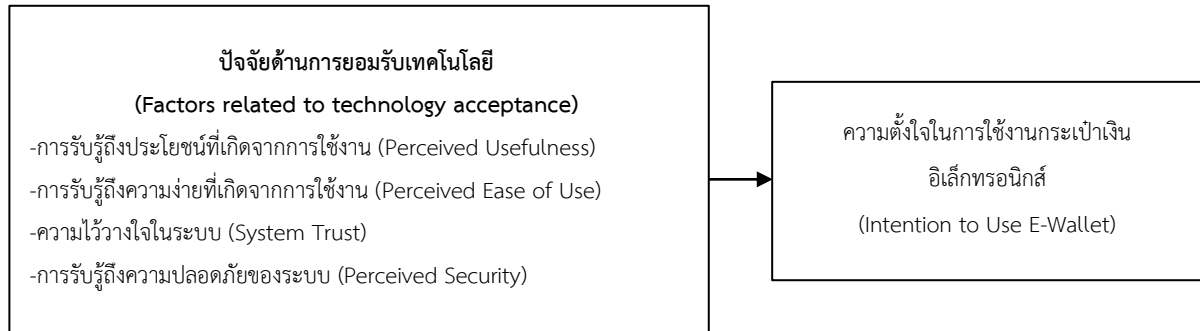
วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชัน Z ในจังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชัน Z ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

สมมุติฐานการวิจัย

- H1 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน (Perceived Usefulness) มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์
- H2 การรับรู้ถึงความง่ายที่เกิดจากการใช้งาน (Perceived Ease of Use) มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์
- H3 ความไว้วางใจในระบบ (System Trust) มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์
- H4 การรับรู้ถึงความปลอดภัยของระบบ (Perceived Security) มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ทฤษฎีปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี (Factors related to technology acceptance)

Technology Acceptance Model (TAM) หรือ แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี เป็นแนวคิดที่พัฒนาโดย Davis (1989) เพื่ออธิบายพฤติกรรมการยอมรับ และการใช้เทคโนโลยีของบุคคล โดยกำหนดปัจจัยสำคัญ ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน (Perceived Usefulness), การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use), ความไว้วางใจในระบบ (System Trust) การรับรู้ถึงความปลอดภัยของระบบ (Perceived Security) ความตั้งใจในการใช้งาน E-Wallet (ITU) สามารถพิจารณาได้จากความตั้งใจของผู้บริโภคที่จะเลือกใช้ E-Wallet ในการทำธุรกรรม ใช้งานอย่างต่อเนื่องในอนาคต และมีแนวโน้มเลือกใช้ E-Wallet เป็นช่องทางในการชำระเงิน โดยกำหนดให้ความตั้งใจในการใช้งานเป็นตัวแปรตาม ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (PEOU) ความไว้วางใจในระบบ (ST) และการรับรู้ถึงความปลอดภัยของระบบ (PS) ซึ่งมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีและนำไปสู่พฤติกรรมการใช้งานจริง

กรอบแนวคิดของการวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการขยาย TAM (Davis, 1989) ให้เหมาะสมกับบริบทของบริการทางการเงินดิจิทัล โดยกำหนดให้การรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (PEOU) เป็นปัจจัยพื้นฐานด้านการยอมรับเทคโนโลยี และเพิ่มความไว้วางใจในระบบ (ST) และการรับรู้ถึงความปลอดภัยของระบบ (PS) ซึ่งเป็นปัจจัยเฉพาะที่มีความสำคัญต่อการใช้งาน E-Wallet เพื่ออธิบายความตั้งใจในการใช้งาน (Intention to Use: ITU) ได้ครอบคลุมทั้งด้านประโยชน์ ความสะดวก ความน่าเชื่อถือ และความปลอดภัยของระบบมากกว่าการใช้ TAM ดั้งเดิมเพียงอย่างเดียว (Belmonte et al., 2024)

ปริยาภรณ์ อีรพรเลิศรัฐ (2568) บทความนี้ศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล โดยใช้กรอบทฤษฎีหลักคือ TAM (Technology Acceptance Model) ของ Davis (1989) ร่วมกับ TPB (Theory of Planned Behavior) ของ Conner and Armitage (1998) ผลการวิจัย

พบว่า ประสิทธิภาพผู้ใช้ (UX/UI) มีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจซื้อ รองลงมาคือระบบการชำระเงินที่สะดวกและปลอดภัย และอิทธิพลของสื่อโซเชียล ตามลำดับ

วนาลัย แก้วศรี และ พรพรรณ ประจักษ์เนตร (2566) การศึกษาการยอมรับ E-Wallet ในกลุ่ม Gen Y และ Z ใช้แบบจำลอง TAM เป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ทัศนคติ และความตั้งใจในการใช้งาน ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน E-Wallet

ปิยพัชร วัฒนโสภณกิตติ และ อารีย์ นัยพินิจ (2566) ทฤษฎีการยอมรับ E-Wallet ในยุคสังคมไร้เงินสดใช้แบบจำลอง TAM (Technology Acceptance Model) และ UTAUT2 เป็นกรอบหลักในการศึกษาใจความสำคัญคือความตั้งใจใช้ถูกกำหนดโดยการรับรู้ E-Wallet นั้นมีประโยชน์

นิพนธ์ บัวบาน และคณะ (2566) การศึกษาแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT นี้ใช้กรอบแนวคิดบูรณาการระหว่าง แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และแบบจำลองความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (Delone & McLean IS Success Model) ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้ ประโยชน์ และความง่าย และความสำเร็จของระบบสารสนเทศ ได้แก่ คุณภาพระบบ และคุณภาพข้อมูล

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรายละเอียดดังนี้ต่อไปนี

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคเจนเนอเรชัน Z ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1977) สำหรับประชากรที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดสัดส่วนของประชากรเท่ากับ 0.50 ซึ่งจากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำประมาณ 385 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน เพื่อรองรับกรณีแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาไม่สมบูรณ์หรือไม่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ รวมทั้งเพื่อให้มีจำนวนข้อมูลเพียงพอ และเพิ่มความน่าเชื่อถือของการวิเคราะห์ทางสถิติ มีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เป็นผู้บริโภคเจนเนอเรชัน Z ที่มีอายุระหว่าง 13-28 ปี อาศัยอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องจากประชากรที่ศึกษาเป็นผู้บริโภคเจนเนอเรชัน Z ซึ่งครอบคลุมผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ผู้วิจัยจัดให้มีการชี้แจงข้อมูลการวิจัยด้วยภาษาที่เหมาะสม และเข้าใจง่าย ดำเนินการขอความปรารถนาจากผู้เยาว์ในการเข้าร่วมการวิจัย ควบคู่กับการขอความยินยอมจากผู้ปกครอง หรือผู้แทนโดยชอบธรรม ก่อนดำเนินการตอบแบบสอบถาม ทั้งนี้การเข้าร่วมการวิจัยเป็นไปโดยสมัครใจ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ โดยมีคำถามคัดกรองคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนการตอบแบบสอบถาม และเก็บข้อมูลจนได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างครบตามที่กำหนด

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและความตั้งใจในการใช้งาน E-Wallet จำนวน 25 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน พบว่าค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับตัวแปรในแบบสอบถามมีค่าอยู่ระหว่าง 0.60 - 1.00 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์การพิจารณา (Hair et al., 2010) แสดงว่าแบบสอบถามมีความตรงเชิงเนื้อหาอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่าแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.95 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน 0.70 (Hair et al, 2010) แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง และสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีรวบรวมข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยแบ่งเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ของผู้บริโภคเจเนอเรชันในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยีการใช้จ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบเพียงข้อเดียว

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ของผู้บริโภคเจเนอเรชัน Z ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ความไว้วางใจในระบบ (System Trust) การรับรู้ถึงความปลอดภัยของระบบ (Perceived Security) และความตั้งใจในการใช้งาน (Intention to Use)

ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Five-Point Likert Scale)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีและความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

สถิติเชิงอนุมาน ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานการวิจัย โดยการวิเคราะห์สถิติการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ของผู้บริโภคเจนเอเรชัน Z ในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (Hair et al, 2010) และผู้วิจัยได้ตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) โดยพิจารณาค่า Tolerance และ Variance Inflation Factor (VIF) เพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

สรุปผลการวิจัย

1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.80 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.80 และไม่ประสงค์ระบุเพศ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 สำหรับอายุของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 13–22 ปี จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 ด้านการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาหรือสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 ส่วนอาชีพพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 5,001–10,000 บาท และ 10,001–20,000 บาท ในสัดส่วนเท่ากัน คือ ร้อยละ 28.70 สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่อยู่ในวัยศึกษา และวัยเริ่มต้นทำงาน ซึ่งมีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัลและสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) พฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ของผู้บริโภคเจนเอเรชัน Z ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

สำหรับพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดเคยใช้งาน E-Wallet จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 98.75 โดยรูปแบบการใช้งานที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ การใช้งาน True Money Wallet ร่วมกับ Prompt Pay จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80 ในด้านความถี่การใช้งาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้งาน E-Wallet เป็นประจำทุกวัน จำนวน 352 คน คิดเป็นร้อยละ 88.00 เมื่อพิจารณาประเภทการใช้งานหลัก พบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้ E-Wallet เพื่อการโอนเงินมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.50 รองลงมา ได้แก่ การชำระค่าสินค้าและบริการ ร้อยละ 88.00 ส่วนเหตุผลหลักในการเลือกใช้งาน E-Wallet พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้งานเนื่องจากความปลอดภัยของระบบการมีโปรโมชั่นหรือส่วนลด และการได้รับคำแนะนำจากเพื่อนหรือบุคคลรอบข้าง จำนวน 375 คน คิดเป็นร้อยละ 93.75 สะท้อนให้เห็นว่าความปลอดภัยของระบบ สิทธิประโยชน์ทางการตลาด และอิทธิพลทางสังคมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับและการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคเจนเอเรชัน Z ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคเจเนอเรชัน Z ในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square Test of Independence) พบว่า พฤติกรรมการใช้งาน E-Wallet มีความแตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคลหลายประการ โดยเฉพาะด้านอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ารายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการจ่ายบิลผ่าน E-Wallet อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\chi^2 = 94.089$, $df = 3$, $p < .001$) โดยกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีสัดส่วนการใช้ E-Wallet เพื่อจ่ายบิลสูงที่สุด ร้อยละ 68.4 เมื่อพิจารณาด้านอายุ พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการจ่ายบิลผ่าน E-Wallet อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2 = 70.297$, $df = 2$, $p < .001$) โดยผู้บริโภคอายุ 23–28 ปี มีสัดส่วนการจ่ายบิลผ่าน E-Wallet ร้อยละ 60.8 ด้านอาชีพ พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับการใช้ E-Wallet เพื่อจ่ายบิลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2 = 94.162$, $df = 5$, $p < .001$) โดยกลุ่มรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ มีสัดส่วนการใช้เพื่อจ่ายบิลสูงที่สุด ร้อยละ 76.9 สำหรับเพศ พบว่ามีความสัมพันธ์กับการใช้ TrueMoney Wallet ($\chi^2 = 11.123$, $df = 1$, $p = .001$) โดยเพศหญิงมีสัดส่วนการใช้ร้อยละ 93.0 สูงกว่าเพศชายที่มีสัดส่วนร้อยละ 81.4 ด้านระดับการศึกษา พบว่ามีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ E-Wallet เนื่องจากความปลอดภัยของระบบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2 = 18.508$, $df = 3$, $p < .001$) โดยกลุ่มระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับความปลอดภัยร้อยละ 66.9

ผลการศึกษาจึงแสดงให้เห็นว่า แม้ผู้บริโภคทั้งหมดจะอยู่ในกลุ่มเจเนอเรชัน Z เช่นเดียวกัน แต่พฤติกรรมการใช้ E-Wallet ไม่ได้มีลักษณะเหมือนกันทั้งหมด โดยเฉพาะความแตกต่างด้านอายุ อาชีพ และรายได้ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับรูปแบบแอปพลิเคชันที่เลือกใช้ ความถี่ในการใช้งาน ประสิทธิภาพ และเหตุผลในการเลือกใช้ E-Wallet อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ของผู้บริโภคเจเนอเรชัน Z ในจังหวัดนครศรีธรรมราช การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายที่เกิดจากการใช้งาน ความไว้วางใจในระบบ การรับรู้ถึงความปลอดภัยของระบบ ความตั้งใจในการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน	4.29	0.452	มาก
ด้านการรับรู้ถึงความง่ายที่เกิดจากการใช้งาน	4.30	0.452	มาก
ด้านความไว้วางใจในระบบ	4.32	0.433	มาก
ด้านการรับรู้ถึงความปลอดภัยของระบบ	4.23	0.570	มาก
ด้านความตั้งใจในการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	4.34	0.447	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจในระบบ (ST) การรับรู้ประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน (PU) การรับรู้ความง่ายเกิดจากการใช้งาน (PEOU) การรับรู้ถึงความปลอดภัยของระบบ (PS) และความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (ITU) พบว่าตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยด้านความไว้วางใจในระบบ (ST) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.32$) รองลงมา ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) ($\bar{X} = 4.30$) การรับรู้ประโยชน์ (PU) ($\bar{X} = 4.29$) และการรับรู้ถึงความปลอดภัยของระบบ (PS) ($\bar{X} = 4.23$) ตามลำดับ ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ ความตั้งใจในการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$) ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่า ผู้บริโภคเจเนอเรชัน Z มีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของระบบ ความสะดวกในการใช้งาน และประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งาน

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ของผู้บริโภคเจเนอเรชัน Z ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตัวแปร	การวิเคราะห์ผลทางสถิติ						
	b	S.E.	BETA	t	p	Tolerance	VIF
ค่าคงที่(*)	1.071	0.191	-	5.600	.001*	-	-
การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน	0.106	0.052	0.110	2.040	.042*	0.481	2.080
การรับรู้ถึงความง่ายที่เกิดจากการใช้งาน	0.322	0.052	0.326	6.210	.001*	0.507	1.970
ความไว้วางใจในระบบ	0.119	0.050	0.116	2.400	.017*	0.597	1.670
การรับรู้ถึงความปลอดภัยของระบบ	0.216	0.035	0.276	6.250	.001*	0.716	1.400
R = 0.670, R ² = 0.449, Adj.R ² = 0.444, SEE = 0.331							

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระทั้งหมดมีค่าอยู่ระหว่าง 1.400 ถึง 2.080 และค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.481 ถึง 0.716 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้แสดงว่าไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair et al., 2010) จึงสามารถนำตัวแปรเข้าสู่การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้ นอกจากนี้ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความไว้วางใจในระบบ (ST) การรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (PEOU) และการรับรู้ถึงความปลอดภัยของระบบ (PS) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.670 และสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจ

ในการใช้งานได้ร้อยละ 44.90 ($R^2 = 0.449$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ 0.331

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย พบว่าปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ เรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (PEOU) การรับรู้ถึงความปลอดภัยของระบบ (PS) ความไว้วางใจในระบบ (ST) และการรับรู้ถึงประโยชน์ (PU) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.326, 0.276, 0.116 และ 0.110 ตามลำดับ ซึ่งตัวแปรทั้งหมดมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

$$ITU = 1.071 + 0.119 (ST) + 0.106 (PU) + 0.322 (PEOU) + 0.216 (PS)$$

โดยที่

ITU = ความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Intention to Use)

PU = การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน (Perceived Usefulness)

PEOU = การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use)

ST = ความไว้วางใจในระบบ (System Trust)

PS = การรับรู้ถึงความปลอดภัยของระบบ (Perceived Security)

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ตัวแปรทดสอบ	p-value	ผลทดสอบสมมติฐาน
H1	การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน	0.042	ยอมรับสมมติฐาน
H2	การรับรู้ถึงความง่ายที่เกิดจากการใช้งาน	0.001	ยอมรับสมมติฐาน
H3	ความไว้วางใจในระบบ	0.017	ยอมรับสมมติฐาน
H4	การรับรู้ถึงความปลอดภัยของระบบ	0.001	ยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐาน H1 พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ($p = 0.042$) หมายความว่าหากการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ระดับความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์จะเพิ่มขึ้น 0.106 หน่วย สมมติฐาน H1 จึงได้รับการสนับสนุน

สมมติฐาน H2 พบว่า การรับรู้ถึงความง่ายที่เกิดจากการใช้งานมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ($p = 0.001$) หมายความว่าหากการรับรู้ถึงความง่ายที่เกิดจากการใช้งานเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ระดับความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์จะเพิ่มขึ้น 0.322 หน่วย สมมติฐาน H2 จึงได้รับการสนับสนุน

สมมุติฐาน H3 พบว่า ความไว้วางใจในระบบมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ($p = 0.017$) หมายความว่าหากความไว้วางใจในระบบเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ระดับความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์จะเพิ่มขึ้น 0.119 หน่วย สมมุติฐาน H3 จึงได้รับการสนับสนุน

สมมุติฐาน H4 พบว่า การรับรู้ถึงความปลอดภัยของระบบ มีผลต่อความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ($p = 0.001$) หมายความว่าหากการรับรู้ถึงความปลอดภัยของระบบ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ระดับความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์จะเพิ่มขึ้น 0.216 หน่วย สมมุติฐาน H4 จึงได้รับการสนับสนุน

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชัน Z มากที่สุด ($\beta = 0.322$, $p = .001$) สะท้อนให้เห็นว่าผู้ใช้งานให้ความสำคัญกับระบบที่ใช้งานสะดวก ไม่ซับซ้อน ผลการศึกษาดังกล่าวสามารถอธิบายได้ด้วย แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ของ Davis (1989) ซึ่งเสนอว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญในการอธิบายการยอมรับเทคโนโลยีของบุคคล โดยเมื่อผู้ใช้งานรับรู้ว่ายเทคโนโลยีสามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากย่อมช่วยลดอุปสรรคในการเรียนรู้และเพิ่มแนวโน้มในการยอมรับและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วณาลัย แก้วศรี และ พรพรรณ ประจักษ์เนตร (2566) และงานวิจัยของ นิพนธ์ บัวบาน และคณะ (2566) ปรียาภรณ์ ชีรพรเลิศรัฐ (2568) และงานวิจัยของ อุเทน ว่องไว และคณะ (2568) ที่พบว่าประสบการณ์ผู้ใช้มีความง่ายในการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญ

การรับรู้ถึงความปลอดภัยของระบบในการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในลำดับรองลงมา ($\beta = 0.216$, $p = .001$) แสดงให้เห็นว่า แม้ผู้บริโภคเจนเนอเรชัน Z จะมีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล แต่เมื่อต้องทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล และข้อมูลทางการเงิน ความปลอดภัยยังคงเป็นเงื่อนไขสำคัญต่อการตัดสินใจใช้งาน โดยผู้บริโภคต้องการความมั่นใจว่าข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลทางการเงินจะได้รับการปกป้อง การทำธุรกรรมมีความถูกต้อง และระบบสามารถป้องกันการเข้าถึงข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาตได้

ความไว้วางใจในระบบส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.119$, $p = .017$) สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ความโปร่งใสของระบบ และความมั่นใจในการดำเนินธุรกรรมทางการเงิน เมื่อนำความไว้วางใจมาบูรณาการกับ TAM จะช่วยเพิ่มความสามารถในการอธิบายความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีได้มากขึ้น โดยเฉพาะเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมทางการเงิน ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ

ฉัตรชนก กระจับนาค (2568) ที่พบว่าความไว้วางใจในระบบเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการทางการเงินดิจิทัล

การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.106, p = .042$) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคตระหนักถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งาน E-Wallet ทั้งในด้านความสะดวก ความรวดเร็ว การประหยัดเวลา และความสามารถในการทำธุรกรรมได้ทุกที่ทุกเวลา ผลดังกล่าวเป็นไปตาม TAM ของ Davis (1989) ซึ่งอธิบายว่า การรับรู้ถึงประโยชน์เป็นระดับที่บุคคลเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานหรือการดำเนินกิจกรรมของตน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วนาลัย แก้วศรี และ พรพรรณ ประจักษ์เนตร (2566) ที่พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน E-Wallet

พฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชัน Z ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาพบว่ามีความแตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล โดยเฉพาะอายุ อาชีพ และระดับรายได้ โดยกลุ่มที่มีอายุและรายได้สูงกว่ามีแนวโน้มใช้ E-Wallet เพื่อจ่ายบิล ชำระค่าสินค้าและบริการ และใช้งานเป็นประจำทุกวันมากกว่า ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับภาระค่าใช้จ่ายและกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มากขึ้น ขณะเดียวกัน รายได้ยังสัมพันธ์กับการเลือกใช้ E-Wallet จากโปรโมชั่นและส่วนลด ส่วนกลุ่มผู้ประกอบการ พนักงานบริษัท และข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจมีการใช้ E-Wallet เพื่อจ่ายบิลสูงกว่ากลุ่มนักเรียนและนักศึกษา จะเห็นว่า แม้ผู้บริโภคจะอยู่ในเจนเนอเรชันเดียวกัน แต่บริบทด้านเศรษฐกิจ อาชีพ และรูปแบบการดำเนินชีวิตส่งผลให้มีพฤติกรรมการใช้ E-Wallet แตกต่างกัน

โดยสรุปผลการวิจัยยืนยันว่าแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) สามารถอธิบายความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชัน Z ในจังหวัดนครศรีธรรมราชได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยตัวแปรทั้ง 4 ด้านล้วนส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือการรับรู้ถึงความปลอดภัยของระบบ ความไว้วางใจในระบบ และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานตามลำดับ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สะท้อนว่าการศึกษาศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินในยุคดิจิทัลควรขยายกรอบการพิจารณาจากมิติด้านประโยชน์ และความง่ายในการใช้งานไปสู่มิติด้านความปลอดภัย และความไว้วางใจด้วย เพื่อให้สามารถอธิบายพฤติกรรม และความตั้งใจใช้งานของผู้บริโภคได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

- 1) ผู้ให้บริการ E-Wallet และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการวิจัยไปใช้พัฒนาบริการให้

ใช้งานง่าย ปลอดภัย น่าเชื่อถือ และตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคเจเนอเรชัน Z เพื่อส่งเสริมการยอมรับและการใช้ E-Wallet อย่างต่อเนื่อง

2) สถาบันการศึกษา และผู้ให้บริการทางการเงินควรร่วมกันส่งเสริมความรู้ และทักษะด้านการเงินดิจิทัล โดยเฉพาะการใช้งาน E-Wallet อย่างปลอดภัย การป้องกันการหลอกลวงทางออนไลน์ และการรักษาข้อมูลส่วนบุคคล

2. ข้อเสนอแนะต่องานวิจัยครั้งต่อไป

1) การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยอื่นเพิ่มเติม เช่น ความรู้ความเข้าใจด้านดิจิทัล อิทธิพลทางสังคม การรับรู้ความเสี่ยง และสิทธิประโยชน์หรือการส่งเสริมการขาย เพื่อเพิ่มความสามารถในการอธิบายความตั้งใจใช้งาน E-Wallet ให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2) ควรใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยเพิ่มการสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับทัศนคติ แรงจูงใจ และพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

ฉัตรชนก กระจับนาค. (2568). ปัจจัยกำหนดความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อแบรนด์ยั่งยืน: การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างเจเนอเรชัน Z และมิลเลนเนียลในประเทศไทย. *Arts of Management Journal*, 9(5), 104–119.

นิพนธ์ บัวบาน, ทรงพร หาญสันติ และ ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ. (2566). การยอมรับเทคโนโลยีและความสำเร็จของระบบสารสนเทศที่ส่งผล ต่อความตั้งใจใช้โดยมีความพึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่านกรณีศึกษาแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT. *วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์*, 17(27), 1–20.

ปิยพัชร วิมลโสภณกิตติ และ อารีย์ นัยพินิจ. (2566). การยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในยุคสังคมไร้เงินสด. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ*, 10(2), 103–120.

ปรียาภรณ์ ธีรพรเลิศรัฐ. (2568). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในยุค เศรษฐกิจดิจิทัล. *เสถียรวิทย์ปริทัศน์*, 5(2), 1244–1258.

วนาลัย แก้วศรี และ พรพรรณ ประจักษ์เนตร. (2566). การยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ของเจเนอเรชัน Y และ Z. *วารสารนวัตกรรมสังคมและเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน*, 6(3), 20–30.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2565). *การสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2565 (Thailand Internet User Behavior 2022)*.

https://www.etda.or.th/getattachment/78750426-4a58-4c36-85d3-d1c11c3db1f3/IUB-65-Final.pdf.aspx?utm_source

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2567). *ETDA เผยมูลค่าอีคอมเมิร์ซไทย ปี 66 พุ่งแตะ 5.96 ล้านล้านบาทอุตสาหกรรมประกันภัยโตมากที่สุด ร้อยละ 31*.

https://www.etda.or.th/th/pr-news/Dgt_ecom_survey2024.aspx?utm_source

อุเทน ว่องไว, ทินกร สาระเวียง และ สงกรานต์ อินชัน. (2568). การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีทางการเงินรูปแบบใหม่' (Fintech) ของประชากรในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดลำพูน. *วารสารวิชาการศรีปทุมชลบุรี*, 21(3), 110–124.

Belmonte, Z. J. A., Prasetyo, Y. T., Cahigas, M. M. L., Nadlifatin, R. and Gumasing, M. J. J. (2024). Factors influencing the intention to use e-wallet among Generation Z and millennials in the Philippines: An extended technology acceptance model (TAM) approach. *Acta Psychologica*, 250, 104526. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104526>

Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). Johan Wiley & Sons.

Conner, M. and Armitage, C. J. (1998). Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research. *Journal of applied social psychology*, 28(15), 1429–1464. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1998.tb01685.x>

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

Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J. and Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). Pearson.

Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Tijdschrift Voor Onderwijs Research*, 2 (2), 49-60.