

## ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

ธนากร มิศิริ<sup>1\*</sup> และ รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ<sup>2</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

<sup>2</sup>อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

## FACTORS INFLUENCING THE DECISION OF USING DIGITAL CURRENCIES

Tanakorn Misiri<sup>1\*</sup> and Rujipas Potongsangarun<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Master's Student of Faculty of Business administration, Rajamangala University of Technology Krungthep

<sup>2</sup>Lecturer of Faculty of Business administration, Rajamangala University of Technology Krungthep

Corresponding author e-mail: [rookies\\_01@hotmail.com](mailto:rookies_01@hotmail.com)

วันที่รับบทความ (Received) 30 มีนาคม 2566

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 25 พฤษภาคม 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 29 พฤษภาคม 2566

### บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความไว้วางใจ อิทธิพลทางสังคม ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และมูลค่าตามราคา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form กลุ่มตัวอย่างคือผู้ที่มีประสบการณ์การใช้สกุลเงินดิจิทัล จากกลุ่มผู้ใช้งานออนไลน์จำนวน 400 ตัวอย่าง ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกจากกลุ่มที่สนใจสกุลเงินดิจิทัล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจ อิทธิพลทางสังคม ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และมูลค่าตามราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ อยู่ในระดับมาก ( $R = 0.953$ ) มีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 90.8 และมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 0.30755 (SEE 0.30755) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัลมากที่สุดคือ สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก รองลงมาคือ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม ความไว้วางใจ มูลค่าตามราคา และอิทธิพลทางสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.329 0.158 0.156 0.123 0.119 และ 0.114 ตามลำดับ

**คำสำคัญ:** ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ความไว้วางใจ อิทธิพลทางสังคม

## Abstract

The objectives of this research were to: study the factors of trust, social influences, efficiency expectation, effort expectancy, facility conditions, marketing value, and the decision to use digital currencies. The data were gathered through an online Google form with 400 samples derived by convenient sampling techniques from people who have had experience in using digital currencies. The data were analyzed through percentage, mean, SD, and multiple regression analysis.

The results revealed that the factors of trust, social influences, efficiency expectation, effort expectancy, facility conditions, and marketing value had effects on the decision to use digital currencies with the statistical significance of correlation coefficient value at a high level ( $R=0.953$ ). The forecasting value was 90.8% with the standard error of the forecasting factor at 0.30755 (SEE 0.30755). The factors with the highest influence on the decision to use digital currencies were the facility conditions followed by efficiency expectation effort expectancy trust marketing value and social influences with regression coefficients of 0.329, 0.158, 0.156, 0.123, 0.119, and 0.114, respectively.

**Keywords:** Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, Trust, Social Influences

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้ขับเคลื่อนการพัฒนาในหลายด้าน โดยเฉพาะด้านการเงิน ที่นอกจากจะช่วยให้ธุรกรรมการเงิน บริการทางการเงิน การจ่าย หรือการรับชำระเงินมีความสะดวกสบาย รวดเร็วแล้ว ยังได้พัฒนาสกุลเงินดิจิทัลขึ้นอีกในโลกออนไลน์โดยมีการบันทึกข้อมูลในระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งต้องใช้การเข้ารหัส จึงมีชื่อเรียกว่า คริปโทเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2565) ได้รับความสนใจอย่างแพร่หลายว่าจะเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนมูลค่าที่จะมาทดแทนการใช้เงินสดหรือแม้แต่เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-money) ที่เป็นที่ยอมรับ และด้วยศักยภาพของเทคโนโลยีการประมวลผลแบบกระจายศูนย์ที่อยู่เบื้องหลังอย่างบล็อกเชน (Blockchain) ที่มีความปลอดภัยและสามารถสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้งาน ขณะที่เทคโนโลยีดังกล่าวช่วยลดบทบาทตัวกลางอย่างสถาบันการเงินที่มีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการธนาคารกลางทั่วโลกจึงหันมาศึกษาความเป็นไปได้ในการนำบล็อกเชนมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพของระบบการชำระเงิน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) เป้าหมายของการสร้างคริปโทเคอร์เรนซี อยู่ที่การพัฒนาเงินสกุลใหม่ขึ้นมาเป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการแทนเงินตราสกุลต่าง ๆ ที่ใช้กันในปัจจุบัน สกุลเงินดิจิทัลในโลกออนไลน์ในปัจจุบันมีมากกว่า 10,397 สกุล เช่น Bitcoin, Ethereum, Litecoin แต่ Bitcoin เป็นที่รู้จักกันมากกว่าเงินดิจิทัลสกุลอื่น เนื่องจากเป็นเงินดิจิทัลสกุลแรกที่มีการพัฒนาขึ้น ในขณะที่มีเพียงบางประเทศเท่านั้นที่ยอมรับคริปโทเคอร์เรนซี ในการซื้อสินค้าและบริการแทนเงินตรา (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2565) ปัจจุบันการใช้คริปโทเคอร์เรนซีในประเทศไทยเพื่อธุรกรรมชำระเงินยังมีจำกัด และตราบไต่ที่การใช้คริปโทยังไม่สร้างความเสี่ยงต่อเสถียรภาพของระบบการเงิน รวมถึงคนไทยยังมั่นใจในการใช้สกุลเงินบาท และความมั่นคงในระบบการชำระเงินของประเทศ อย่างไรก็ตาม “เงินบาทดิจิทัล” Central Bank Digital Currency (CBDC) ที่

พัฒนาโดย ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) เพื่อใช้เป็นเงินสดแทนธนบัตรในยุคดิจิทัล ทั้งระบบออนไลน์ และระบบออฟไลน์ สามารถเปลี่ยนเงินฝากเป็นเงินดิจิทัลได้ และเงินดิจิทัลเป็นเงินฝากได้ เหมือนกับ “เงินหยวนดิจิทัล” ของจีน การให้บริการออนไลน์จะเป็นการใช้ผ่าน Wallet บนสมาร์ตโฟน สามารถโอนเงินได้ แม้ไม่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ประชาชนที่ไม่มีสมาร์ตโฟนก็ใช้สมาร์ตการ์ด ในอนาคตเงินบาทดิจิทัลยังสามารถใส่โปรแกรมเพิ่มเติมเพื่อต่อยอดคุณสมบัติอย่างอื่น ได้อย่างคล่องตัวกว่าธนบัตร (การเงินธนาคาร, 2564) ดังนั้น ในบริบทของประเทศไทยในปัจจุบัน การใช้สกุลเงินดิจิทัลยังไม่ได้นำมาใช้เป็นสื่อกลางในการชำระเงินอย่างแพร่หลาย อย่างไรก็ตามธนาคารแห่งประเทศไทยควรเตรียมพร้อมในการออกใช้ Retail CBDC หากความนิยมของเครือข่ายสกุลดิจิทัลทางเลือก (Network Effect) เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ รวมถึงหากสกุลเงินดิจิทัลของธนาคารกลางต่างชาติ เช่น DCEP ของจีนที่เมื่อออกใช้จริงอาจเข้ามาแพร่หลายในธุรกิจส่งออกนำเข้ากับจีนได้ในอนาคต การเตรียมพร้อมรับมือโดยใช้ Retail CBDC เป็นทางเลือกสำคัญของนโยบายที่ไม่ควรละเลยไป ทั้งนี้จุดสำคัญในการออกใช้ Retail CBDC อย่างทันท่วงที น่าจะเป็นจุดที่เริ่มเห็นการใช้สกุลเงินดิจิทัลเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนอย่างแพร่หลายในประเทศไทย อันมีผลกระทบต่ออริปไตยทางการเงิน และประสิทธิผลต่อนโยบายการเงิน (สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์, 2564)

จากสาเหตุดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยประยุกต์ใช้ทฤษฎีการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT2) บางส่วน ได้แก่ ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม คือ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน มูลค่าตามราคา ซึ่งพัฒนาโดย Venkatesh, Thong and Xu (2012) เพื่อให้เกิดความเหมาะสมผู้วิจัยได้เพิ่มตัวแปรด้านความไว้วางใจ เป็นการให้ความสนใจในบริบทการใช้งานของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เป็นส่วนหนึ่งของตัวแปรอิสระในงานวิจัยเรื่องอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล เพื่อนำผลวิจัยมาเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มบุคคลหรือบริษัทที่กำลังตัดสินใจเลือกใช้สกุลเงินดิจิทัลในการทดแทนสกุลเงินตราของแต่ละประเทศต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล กับระดับการยอมรับการใช้สกุลเงินสกุลดิจิทัล

### สมมติฐานของการวิจัย

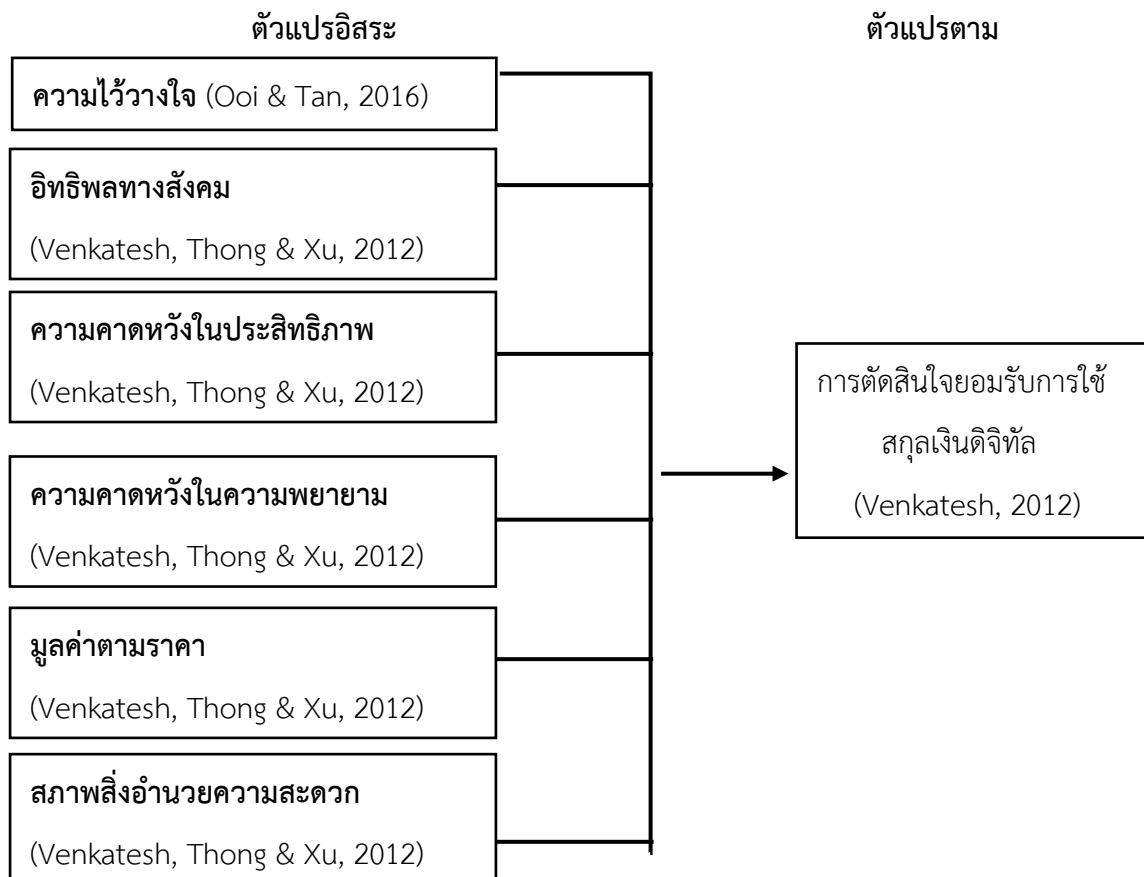
ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิดทฤษฎีการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT2) Venkatesh, Thong and Xu (2012) และแนวคิดทฤษฎีความไว้วางใจของ Ooi and Tan (2016) รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจึงได้กำหนดสมมติฐานดังนี้

ปัจจัยทางด้านความไว้วางใจ ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในความพยายาม ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก มูลค่าตามราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

## ขอบเขตของงานวิจัย

## กรอบแนวคิดในการศึกษา

การศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT2) เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่และอธิบายพฤติกรรมการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของกลุ่มผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้นว่าปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัลของแต่ละบุคคลในภาคธุรกิจและภาคประชาชนรวมถึงเป็นการเปิดโอกาสให้แก่ผู้ประกอบการ ในการกำหนดกลยุทธ์และวางแผนธุรกิจให้สามารถดำเนินไปอย่างต่อเนื่องในอนาคตเพื่อเตรียมความพร้อมต่อผลกระทบที่ได้รับจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ซึ่งตัวแปรดังกล่าวประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านความไว้วางใจ (Trust) ปัจจัยทางด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ปัจจัยทางด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) ปัจจัยทางด้านความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) ปัจจัยทางด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Condition) ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา (Price Value) และตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของสถานการณ์โควิด จึงส่งผลกระทบต่อในการสำรวจข้อมูล ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีออนไลน์โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง จากสูตรการคำนวณของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1967) ใช้ในกรณีทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 โดยมีจำนวนประชากรจำนวน 753,000 คนจาก Facebook Group 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่ม คริปโตเคอเรนซี, เงินดิจิทัล, บิทคอย ที่มีผู้ติดตาม 23,000 คน (2) กลุ่ม Bitcoin Crypto Thailand พุดคุยข่าวสาร คริปโต บิทคอยน์ ที่มีผู้ติดตาม 610,000 คน และ (3) (Bitcoin Crypto แชร้ เรื่องราวคริปโต มีผู้ติดตาม 120,000 คน สืบค้น ณ.วันที่ 1 ตุลาคม 2565 เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธี แบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยแยกประชากรออกเป็นกลุ่มประชากรย่อย ๆ ตามสัดส่วนของขนาดกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มประชากร ในสื่อสังคมออนไลน์ที่สนใจสกุลเงินดิจิทัล ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนสมาชิกของกลุ่มที่สนใจสกุลเงินดิจิทัลและกลุ่มตัวอย่าง

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

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูล และมีการแจกแบบสอบถามด้วยวิธีออนไลน์ มีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ดังนี้ 1) ศึกษาทฤษฎี เอกสาร งานวิจัย และตำราต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องนี้ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างข้อคำถาม 2) กำหนดโครงสร้างแบบสอบถาม ข้อคำถาม ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ สมมติฐานและกรอบแนวความคิดโดยขอบเขตแบบสอบถามนั้นจะต้องเกี่ยวข้องกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ อิทธิพลทางสังคม ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก มูลค่าตามราคา และการยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล เพื่อให้ครอบคลุมทุกตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด แบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด 9 ส่วน และเป็นคำถามปลายเปิด 1 ส่วน โดยแบ่งแบบสอบถามในการวิจัยออกเป็น 10 ส่วน จากนั้นผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นรวบรวมข้อมูล ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ มาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้เท่ากับ 0.901 และนำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือการวิจัยได้ค่าความเชื่อมั่นในภาพรวม (Reliability) 0.944 หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย จำนวน 400 ชุด

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามออนไลน์ในกลุ่มที่สนใจเงินดิจิทัล Facebook Group การสอบถามข้อมูลจากกลุ่มผู้ที่สนใจสกุลเงินดิจิทัล โดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามรูปแบบออนไลน์ผ่านทาง Facebook Group โดยการโพสต์ลิงค์แบบสอบถามผ่านทางกล่องข้อความในแต่ละกลุ่มของผู้ที่สนใจสกุลเงินดิจิทัล

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจาก วารสารบทความ หนังสือทางวิชาการ ศึกษาจากทฤษฎี การสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางประกอบการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยและอ้างอิงในการเขียนรายงานการวิจัย

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง อย่างครบถ้วนแล้วมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้ 1) การตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลโดยทำการคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ของคำตอบ 2) การลงรหัสแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาลงรหัสตามที่กำหนดไว้ 3) การประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) ผู้วิจัยทำการอธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถาม ได้แก่ 1) ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมผู้บริโภค 2) ค่าเฉลี่ย (Mean) 3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้วิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม

2. วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

#### ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์

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

#### ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค

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

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกให้เหตุผลที่ตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) คือ ต้องการ ผลตอบแทน มากที่สุด จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 39.54 รองลงมาคือ

ต้องการ ความสะดวกสบาย จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 30.23 และน้อยที่สุดคือ ความง่ายในการใช้งาน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 13.68

### ข้อมูลระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความไว้วางใจในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 3.74$ ) ( $SD = 1.050$ ) ได้แก่ ความน่าเชื่อถือในการเลือกใช้เงินดิจิทัล มีความปลอดภัยและการรักษาความเป็นส่วนตัว เงินดิจิทัลมีคุณภาพ ผู้ให้บริการมีความซื่อสัตย์สุจริต ซื่อตรงต่อผู้บริโภค เช่นเดียวกับ ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.05$ ) ( $SD = 0.912$ ) ได้แก่ เลือกใช้เงินดิจิทัลเนื่องจากบุคคลในครอบครัวใช้เงินดิจิทัลเหมือนกัน เพื่อนบุคคลรอบข้าง แนะนำให้ใช้เงินดิจิทัล ภาพลักษณ์และชื่อเสียงทางสังคมดีขึ้นหากใช้เงินดิจิทัล เช่นเดียวกับ ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 3.93$ ) ( $SD = 0.969$ ) ได้แก่ เลือกใช้เงินดิจิทัลเนื่องจากทำธุรกรรมได้สะดวก คาดหวังในผลลัพธ์ของเงินดิจิทัล เงินดิจิทัลมีประสิทธิภาพใช้งานได้เป็นอย่างดี เชื่อว่าเงินดิจิทัลช่วยเพิ่มโอกาสให้ได้รับประโยชน์ทางการเงิน เช่นเดียวกับ ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายามในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 3.77$ ) ( $SD = 1.091$ ) ได้แก่ ความง่ายในการเลือกใช้เงินดิจิทัล เข้าใจความซับซ้อนของการเลือกใช้เงินดิจิทัล เลือกใช้เงินดิจิทัลของกลุ่มร่วมกัน เช่นเดียวกับ ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 3.79$ ) ( $SD = 1.035$ ) ได้แก่ มีแหล่งเรียนรู้ในการใช้เงินดิจิทัล มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้เงินดิจิทัล การใช้เงินดิจิทัลทำให้ทำธุรกรรมได้ทันที การใช้เงินดิจิทัลทำให้ไม่เสียเวลา การใช้เงินดิจิทัลทำให้ไม่ต้องแลกเงิน เช่นเดียวกับ ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านมูลค่าตามราคาในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 3.72$ ) ( $SD = 1.006$ ) ได้แก่ ความเหมาะสมของราคาเงินดิจิทัล ค่าใช้จ่ายเงินดิจิทัลเทียบเท่ารูปแบบเงินอื่น ๆ เงินดิจิทัลเทียบเท่ากับค่าการชำระหนี้อื่น ๆ อัตราการแลกเปลี่ยนเงินดิจิทัลที่คุ้มค่ากับที่ได้รับ และ ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัลในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 3.96$ ) ( $SD = 1.005$ ) ได้แก่ ยินดีที่จะแนะนำบุคคลรอบข้างให้ใช้เงินดิจิทัล ใช้เงินดิจิทัลเนื่องจากความสะดวก รวดเร็ว ในการชำระสินค้าและบริการ ได้รวบรวมข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ก่อนที่จะตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล มีความสนใจในการใช้เงินดิจิทัลอยู่แล้ว นอกจากนี้ผู้วิจัยได้นำเอาปัจจัยดังกล่าวข้างต้นจำแนกตามสถานภาพทางเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เพศหญิงและเพศทางเลือก มีระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวก และปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ และ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ รายได้ และระดับการศึกษา มีระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวก และปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญเมื่อจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ รายได้ และระดับการศึกษา

## ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัย

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์อำนาจพยากรณ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

ตัวแปรพยากรณ์	b	SE	B	t	p-Value	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	3.961	0.15		257.557	0.000***		
ปัจจัยด้านความไว้วางใจ	0.124	0.040	0.123	3.077	0.002**	0.146	6.845
ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม	0.114	0.039	0.114	2.966	0.003**	0.160	6.264
ปัจจัยด้านความคาดหวังใน ประสิทธิภาพ	0.159	0.045	0.158	3.543	0.000***	0.117	8.523
ปัจจัยด้านความคาดหวังใน ความพยายาม	0.157	0.045	0.156	3.444	0.001**	0.115	8.715
ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก	0.331	0.044	0.329	7.477	0.000***	0.121	8.253
ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา	0.120	0.040	0.119	2.999	0.003**	0.148	6.740

R = 0.953, R<sup>2</sup> = 0.908 SEE = 0.30755 F = 644.929, Sig of F = 0.000

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

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

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณอยู่ในระดับมาก (R = 0.953) มีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 90.8 และมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 0.30755 (SEE 0.30755) โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัลมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (B=0.329) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (B = 0.158) ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม (B=0.156) ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (B =0.123) ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา (B = 0.119) และปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม (B =0.114) ตามลำดับ

## อภิปรายผลวิจัย

1. ปัจจัยด้านความไว้วางใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจาก ระดับความไว้วางใจในการเลือกสกุลเงินดิจิทัลนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านผู้ให้บริการ ยิ่งผู้ให้บริการมีความน่าไว้วางใจมาก เท่าไรก็จะยิ่งส่งผลต่อการเลือกใช้งานสกุลเงินดิจิทัลเป็นไปในทิศทางที่



เป็นบวกมากขึ้น (อลิสซา อีระศักดิ์ดาพงษ์, 2559) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญชย์ กาพนเนตร และ ยุพาวรรณ วรณวณิช (2564) จากการศึกษาเรื่องโมเดลการยอมรับเทคโนโลยี และความไว้วางใจที่มีผลต่อการใช้บริการ เอสซีบี อีซี พบว่า ความไว้วางใจต่อบริการโมบายแบงก์กิ้ง เอสซีบี อีซี มีผลต่อการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งเอสซีบี อีซี และงานวิจัยของ จิรายุทธ์ ธารารุ่งเรือง และ พัฒน์ พัฒนรังสรรค์ (2563) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวคิดของ Ooi and Tan (2016) ที่กล่าวว่า การรับรู้ความไว้วางใจ คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี

2. ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากบุคคลมีความสำคัญต่อผู้ใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันภายในองค์การ เช่น เพื่อร่วมงานและการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงจะทำให้ผู้ใช้รู้สึกอยากใช้ระบบต่อและส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ทางบวกต่อความตั้งใจยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันของบุคคลในองค์การ Chan et al, (2012) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชรินทร์ เขียวรัตน์ (2563) เรื่องปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ตโฟน กรณีศึกษาลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ตโฟน และงานวิจัยของ อานนท์ หย่องฮวย และ อานนท์ ทับเที่ยง (2562) จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจ พบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ส่งผลต่อการยอมรับการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของ Venkatesh, Thong and Xu (2012) พบว่า ปัจจัยทางด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากปัจจัยทางด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ส่งผลกระทบบต่อความรู้สึกการใช้งาน อิทธิพลทางสังคมมีความสำคัญมากสำหรับเทคโนโลยีการทำงานร่วมกัน เพราะเป็นเทคโนโลยีที่มีความเกี่ยวข้องกับสังคม

3. ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากการรับรู้ว่าคุณสมบัติสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิภาพของกระบวนการทำงานได้จะทำให้ผู้ใช้งานเต็มใจที่จะใช้งานเทคโนโลยี Silic and Back (2013) สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิริยาภรณ์ เตชะกฤตธีรพงศ์ (2558) จากการศึกษาเรื่องปัจจัยการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันของบุคลากรในองค์การ พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพส่งผลให้เกิดการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันของบุคลากรในองค์การ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ ปฐวี กล้วย สิงหะ ฉวีสุข และ ณัฐพล พันธุ์วงศ์ (2558) เรื่องการประยุกต์ใช้ทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) และส่วนขยายทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2) กับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ส่งผลต่อการยอมรับใช้งานการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยของ ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของ Venkatesh, Thong and Xu (2012) พบว่าเมื่อผู้ใช้งานรู้สึกว่าคุณสมบัติที่ใช้อยู่สามารถใช้งานได้สะดวก เข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อนและไม่ต้องใช้ความพยายามมากแล้ว จะส่งผลให้ทำให้ผู้ใช้แสดงพฤติกรรมการใช้ระบบต่อ

4. ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับ

การใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจาก การใช้งานของระบบใช้ความพยายามน้อย จะยิ่งส่งผลให้บุคคลเกิดความตั้งใจในการใช้งานมากขึ้น นอกจากนี้ หากระบบใหม่มีความคล้ายคลึงกับระบบเดิมที่มีอยู่ ระบบนั้นควรเป็นระบบที่สามารถเรียนรู้ได้ง่าย และใช้งานได้ง่าย ส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการใช้งานเพิ่มมากขึ้น Khalil and Nasrallah (2014) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อานนท์ หย่องฮวย และ อานนท์ ทับเที่ยง (2562) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจ พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายามส่งผลต่อการยอมรับการเชื่อมโยงข้อมูลภาครัฐ และงานวิจัยของ ชรินทร์ เขียวรัตน์ (2563) จากการศึกษาเรื่องปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ตโฟน กรณีศึกษา ลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายามส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ตโฟน ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของ Venkatesh, Thong and Xu (2012) พบว่า ความคาดหวังในความพยายามส่งผลต่อการใช้งานที่มีนัยสำคัญและพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยี นอกจากนี้ความคาดหวังในความพยายามจะประกอบไปด้วย การรับรู้ความง่ายในการใช้ ความซับซ้อนของนวัตกรรม และระดับความง่ายในการใช้

5. ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจาก สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน คือ ความตั้งใจที่จะใช้งานสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ส่งผลต่อความปลอดภัยของตัวบุคคลให้เกิดการใช้งานที่สะดวก การที่บริการมีระบบสนับสนุนการใช้งานเพิ่มมากขึ้นจะช่วยส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความยินดีที่จะใช้งานมากยิ่งขึ้น และการมีสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานที่ดีขึ้น จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกที่ดีต่อบริการและมีโอกาสที่จะเกิดการใช้ง่ายยิ่งขึ้น Guo et al, (2015) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกียรติกร เทียนธรรมชาติ (2558) จากการศึกษาเรื่องอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล (บิทคอยน์) ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร พบว่า สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล (บิทคอยน์) ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ กรวิทย์ เขมะพันธุ์มนัส และ กนกวรรณ ไทยประดิษฐ์ (2563) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับร้านอาหารออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดตรัง พบว่า สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลต่อการยอมรับร้านอาหารออนไลน์ของผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของ Venkatesh, Thong and Xu (2012) พบว่า สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานส่งผลต่อทั้งความตั้งใจ การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ความเหมาะสมกับผู้ใช้งาน และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก

6. ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากมูลค่าตามราคาเป็นสิ่งสำคัญของการสร้างมูลค่าราคาในการกำหนดความตั้งใจใช้เชิงพฤติกรรมของแต่ละบุคคลในการใช้เทคโนโลยี Kuttimani, Nripendra and Yogesh (2018) สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณา แซ่ตัน (2560) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โมบายแอปบริการรับ-ส่งสินค้าด่วนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคาส่งผลต่อการใช้งานระบบแอปบริการรับ-ส่งสินค้าด่วนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ ปฐวี ฉลวย สิงหะ ฉวีสุข และ ณัฐพล พันธุ์วงศ์ (2558) เรื่องการประยุกต์ใช้ทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) และส่วนขยายทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2) กับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคาส่งผลในการยอมรับการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องตาม

แนวคิดของ Venkatesh, Thong and Xu (2012) พบว่า มูลค่าตามราคา (Price Value) เป็นทักษะการเปรียบเทียบและกระบวนการความรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายและประโยชน์ที่ได้รับสำหรับการใช้ประโยชน์นั้นทำให้ ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคามีความสำคัญต่อผู้บริโภคในการใช้เทคโนโลยี การสร้างมูลค่าตามราคา แรงจูงใจทางอารมณ์และควบคู่กับนิสัย ที่สำคัญมูลค่าตามราคาเป็นตัวทำนายเชิงบวกของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่จะใช้เทคโนโลยีในการรับรู้ประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีมีมากกว่าการรับรู้ต้นทุนทางการเงินที่เกิดขึ้นจากการใช้เทคโนโลยี

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

จากผลวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการ สามารถนำผลที่ได้ไปพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งานและปรับปรุงกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการใช้สกุลเงินดิจิทัล ผู้มีวิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านความไว้วางใจ เป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลในการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล เพราะความไว้วางใจเป็นตัวตัดสินว่าผู้ที่ต้องการใช้งานมีระดับความคิดเห็นต่อนวัตกรรมในด้านบวกหรือด้านลบ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่น ไม่ว่าจะในด้านความเข้าใจ การให้ความรู้ และการโฆษณา เพื่อเป็นการปลูกฝังให้ผู้ใช้งานใช้สกุลเงินดิจิทัลเกิดความไว้วางใจ

2. ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล เพราะอิทธิพลทางสังคมจากครอบครัว บุคคลรอบข้างและภาพลักษณ์ เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดพฤติกรรมและทัศนคติของตัวบุคคลเปลี่ยนแปลง สามารถยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เป็นการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม โดยสิ่งที่ตามมาคือก่อให้เกิดการใช้งานร่วมกัน นำไปสู่ความต้องการในการใช้งานมากยิ่งขึ้นและนำไปสู่การแนะนำให้บุคคลรอบข้างใช้งาน ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการสร้างมุมมองด้านบวกของการใช้สกุลเงินดิจิทัล หากผู้ประกอบการสามารถทำให้เกิดภาพจำที่ดี จะทำให้มีการบอกต่อระหว่างผู้ใช้งานกับบุคคลรอบข้างผู้ใช้งาน ส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

3. ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ผู้ใช้งานส่วนใหญ่คาดหวังในผลลัพธ์ และการเพิ่มโอกาสที่จะได้รับประโยชน์ในการใช้สกุลเงินดิจิทัล ในการสร้างแรงจูงใจ และการรับรู้ เป็นส่วนสำคัญของการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล โดยผู้ใช้งานส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดความเข้าใจ สร้างคุณค่าให้เกิดความรู้ในที่สุด และนำไปสู่ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้น ไปในเรื่องของการให้คูนค่ากับผู้ใช้งาน ให้สอดคล้องกับประโยชน์ที่ผู้ใช้งานจะได้รับ และช่วยเพิ่มโอกาสในรูปแบบการดำรงชีวิตทางการเงินในปัจจุบัน

4. ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ผู้ใช้งานส่วนใหญ่เลือกใช้สกุลเงินดิจิทัล เพราะความง่ายในการใช้จ่าย เข้าใจความซับซ้อนของเทคโนโลยี และการใช้งานของกลุ่มร่วมกัน ว่าระบบไม่ต้องใช้ความพยายาม ดังนั้นผู้ประกอบการควรนำเสนอรูปแบบการสื่อสารที่เกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน และง่ายต่อการใช้ เพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้ใช้ ส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล

5. ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นปัจจัยที่ส่งผลสำคัญต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล การใช้เงินดิจิทัลนั้นทำให้ไม่เสียเวลา สามารถทำธุรกรรมได้ทันที มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้สกุลเงินดิจิทัล และมีแหล่งเรียนรู้ในการใช้สกุลเงินดิจิทัล ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการเตรียมความพร้อมเพื่อ

รองรับการใช้งานเทคโนโลยี มีการถ่ายทอดความรู้ที่จำเป็นในการใช้งานรวมถึงมีบริการให้คำแนะนำช่วยเหลือแก่ผู้ที่สนใจใช้สกุลเงินดิจิทัล เมื่อมีปัญหาจากการใช้งาน

6. ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา เป็นปัจจัยที่ส่งผลสำคัญต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล เพราะพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีนั้น มาจากการรับรู้ถึงความเหมาะสมของมูลค่า ในการใช้ประโยชน์ของเทคโนโลยีนั้น อัตราการแลกเปลี่ยนเงินดิจิทัลที่ค้ำค่า และมูลค่าเงินดิจิทัลเทียบเท่ากับสกุลเงินอื่น ๆ ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยี ดังนั้นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นด้านราคาให้ผู้ใช้งานเทคโนโลยีเห็นว่าค่าธรรมเนียมนในการใช้บริการสมเหตุสมผล รู้สึกคุ้มค่า เหมาะสมที่จะจ่ายออกไปถ้ามีการใช้งานที่มากขึ้นนำไปสู่ความต้องการของผู้ใช้ในที่สุด

#### ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาต่อไป

1. ผู้วิจัยหรือผู้ที่สนใจควรศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้อง หรือปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัล นอกเหนือจากงานวิจัยข้างต้น เช่น ด้านทัศนคติ ด้านแรงจูงใจ และความเคยชิน เป็นต้น

2. ผู้วิจัยหรือผู้ที่สนใจควรศึกษาและวิจัยคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เจาะลึก การสังเกต และการวิเคราะห์จากเอกสารเพื่อรวบรวมข้อมูลหลากหลายมิติ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้นซึ่งจะมีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการพัฒนา ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้สกุลเงินดิจิทัลได้ดียิ่งขึ้น

#### เอกสารอ้างอิง

- เกียรติกร เทียนธรรมชาติ. (2558) *อิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัล (บิทคอยน์) ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร* (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- กรวิทย์ เขมะพันธุ์มณี และ กนกวรรณ ไทยประดิษฐ์. (2563) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับร้านอาหารออนไลน์ของผู้สูงอายุในจังหวัดตรัง. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 13(2), 32-42.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2556) *การวิเคราะห์ความถดถอยและสหสัมพันธ์เชิงซ้อน* การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 14) กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การเงินธนาคาร. (2564) บาทดิจิทัลมาแล้ว เริ่มใช้ไตรมาส 2 ปีหน้า. *วารสารการเงินธนาคาร*, ตุลาคม 2564 ฉบับที่ 474
- จิรายุทธ์ ธราธรุ่งเรือง และ พัฒน์ พัฒนรังสรรค์. (2563) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของธนาคารแห่งประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา).
- ชรินทร์ เขียวรัตนา. (2563) ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ผ่านสมาร์ตโฟน กรณีศึกษา ลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).
- ปฐวี ฉลวย สิงหะ ฉวีสุข และณัฐพล พันธุ์วงศ์. (2558) *การประยุกต์ใช้ทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) และส่วนขยายทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2) กับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง).

- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2565) นโยบาย Cryptocurrency ของต่างประเทศรู้ไว้ให้ทันการเปลี่ยนแปลงในโลกอนาคต สืบค้นจาก [https://www.exim.go.th/eximinter/e-news/26418/0222\\_finance.html](https://www.exim.go.th/eximinter/e-news/26418/0222_finance.html).
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563) Retail CBDC สกุลเงินดิจิทัลธนาคารกลาง กับเศรษฐกิจการเงิน [https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article\\_19Nov2021.aspx](https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_19Nov2021.aspx)
- ชญัญชย์ กภาพเนตร และยุพาวรรณ วรณวานิชย์. (2564) โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี และความไว้วางใจที่มีผลต่อการใช้บริการ เอสซีบี อีซี. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 7(1), 374-389.
- วิริยาภรณ์ เตชะกฤตธีรพงศ์. (2558) ปัจจัยการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันของบุคลากรองค์กร (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- วรรณนา แซ่ตัน. (2560) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้โมบายแอปบริการรับ-ส่งสินค้าด่วนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์. (2564) สกุลเงินดิจิทัลของธนาคารกลางในระดับรายย่อย: บริบทของไทย สืบค้นจาก <https://www.pier.or.th/abridged/2021/11/#top>
- อลิสสา อีระศักดิ์ดาพงษ์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งาน Bitcoin. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- อานนท์ หย่องฮวย และ อานนท์ ทับเที่ยง. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจ. *วารสาร Engineering Transactions*, 22(1), 41-47.
- Chan, F. T. S., Alain, Y. L. C., & Li, Z. (2012). An empirical investigation of factors affecting e-collaboration diffusion In SMEs. *International Journal of Production Economics*, 138(2), 329-344.
- Guo, H., Huang, X., & Craig, P. (2015). Factors Influencing the User Acceptance of Alipay. In *International Conference on Economy, Management and Education Technology (ICEMET 2015)*, 344-347. Dordrecht, The Netherlands: Atlantis Press
- Khalil, O. E. M., & Nasrallah, A. a. A. (2014). The adoption of the traffic violation e-payment system (TVEPS) of Kuwait. *Electronic Journal of Knowledge Management*, 12(1), 3-22.
- Kuttimani, T., Nripendra, P. R., & Yogesh, D. K. (2018). Use of 'Habit' Is not a Habit in Understanding Individual Technology Adoption: A Review of UTAUT2 Based Empirical Studies. In *International Working Conference on Transfer and Diffusion of IT (TDIT), Jun 2018*, 277-294, United Kingdom: Portsmouth.
- Ooi, K. B., & Tan, G. W-H. (2016). Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credit cards. *Journal of Expert Systems with Applications*, 59, 33-46.
- Silic, M., & Back, A. (2013). Organizational Culture Impact on Acceptance and Use of Unified Communications & Collaboration Technology in Organizations. *BLED 2013 Proceedings*, 28. Retrieved from <https://aisel.aisnet.org/bled2013/28>

Venkatesh, V., L. Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178.

Yamane, T. (1967). *Statistics, An Introductory Analysis*. (2<sup>nd</sup> Ed.) New York: Harper and Row.