

**ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการใน  
จังหวัดกรุงเทพมหานคร**

**FACTORS AFFECTING THE CUSTOMER'S BEHAVIOR OF USING  
E-WALLET AMONG CONSUMERS IN BANGKOK**



**การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**

**สาขาบริหารธุรกิจ**

**คณะการบริหารธุรกิจ**

**สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง**

**พ.ศ. 2563**

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการใน  
จังหวัดกรุงเทพมหานคร

FACTORS AFFECTING THE CUSTOMER'S BEHAVIOR OF USING  
E-WALLET AMONG CONSUMERS IN BANGKOK



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาบริหารธุรกิจ  
คณะกรรมการบริหารธุรกิจ  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2563  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**FACTORS AFFECTING THE CUSTOMER'S BEHAVIOR OF USING  
E-WALLET AMONG CONSUMERS IN BANGKOK**

**NATTHAWUD SUTTHIPRASERT**

**AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE  
REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
IN BUSINESS MANAGEMENT  
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG BUSINESS  
SCHOOL  
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2020  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



**COPYRIGHT 2020**

**KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG BUSINESS SCHOOL**

**KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
นักศึกษา	ณัฐวุฒิ สุทธิประเสริฐ
รหัสนักศึกษา	61611012
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2563
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วอนชนก ไชยสุนทร

## บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประชากรศาสตร์ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่เพศหญิง อายุ 21 – 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,001 บาท ขึ้นไป ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยเลือกใช้บริการของ True Money Wallet มีวัตถุประสงค์ใช้เพื่อซื้อสินค้าบริโภค มีการชำระค่าสินค้าและบริการสถานที่ร้านค้าออนไลน์ ใช้บริการในช่วงเวลา 18.01 – 22.00 น. สาเหตุที่ใช้บริการคือใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว มีจำนวนครั้งการใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15 ครั้ง และมูลค่าการใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นด้านความคาดหวังด้านการใช้ความพยายามและสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ส่วนการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานและการรับรู้ด้านความไว้วางใจอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันในด้านจำนวนครั้งที่ใช้ต่อสัปดาห์ ส่วนระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการแตกต่างกันในด้านจำนวนครั้งที่ใช้ต่อสัปดาห์และด้านมูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ด้านความไว้วางใจจะมีพฤติกรรมการใช้บริการด้านจำนวนครั้งที่ใช้ต่อสัปดาห์แตกต่างกัน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ด้านความไว้วางใจ และความคาดหวังด้านการใช้ความพยายามจะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<b>Title</b>	Factors Affecting the Customer's Behavior of Using e-Wallet Among Consumers in Bangkok
<b>Student</b>	Mr. Natthawud Sutthiprasert
<b>Student ID</b>	61611012
<b>Degree</b>	Master of Business Administration
<b>Major</b>	Business Administration
<b>Year</b>	2020
<b>Advisor</b>	Assistant Professor Dr. Wornchanok Chaiyasoonthorn

## ABSTRACT

The purposes of this research were 1) To study different user behavior of using e-Wallet among consumers in Bangkok classified by demography. 2) To study factors user behavior of using e-Wallet among consumers in Bangkok. Data were collected from 400 questionnaires.

The results of the research show the most women are age between 21 – 30 years old with bachelor's degree and average income per month more than 25,001 Baht onwards have the behavior of using an e-Wallet named TrueMoney Wallet. The purpose of using it to buy food and beverage products. There is a payment of goods and / or services at online shops. They use e-Wallet during 18.01 – 22.00 period. The reason for using e-Wallet is easy, convenient, and fast. The average number of usages per week less than or equal to 15 times. The average value is less than or equal to 100 Baht per time. The level of representative sample satisfaction for the effort expectancy and the facilitating condition is the highest. The level of representative sample satisfaction for the perceived usefulness and the perceived trust is high. The representative sample with different gender has different behavior of using e-Wallet on an average number of usages per week. The representative sample with different education levels has different behavior of using e-Wallet on an average number of usages per week and average value per time. The level of representative sample satisfaction for the perceived trust affecting to the behavior of using e-Wallet on an average number of usages per week. The level of representative sample satisfaction for the perceived usefulness, the perceived trust and effort expectancy affecting to the behavior of using e-Wallet on average value per time. The statistically significant level is at 0.05.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ เนื่องด้วยความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วอนชนก ไชยสุนทร ที่คอยให้คำปรึกษาและชี้แนะแนวทางในการทำวิจัย อธิบาย แนะนำแนวทางแก้ไขในข้อผิดพลาดต่าง ๆ ตลอดจนให้ความรู้และประสบการณ์ที่ดีแก่ข้าพเจ้า อันเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณอาจารย์ คณะการบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจทุกท่าน ที่ได้ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ นอกจากนี้ยังขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ทุกท่าน ที่คอยอำนวยความสะดวกในการจัดทำการค้นคว้าอิสระฉบับนี้

ขอขอบคุณ เพื่อน ๆ และพี่ ๆ ทุกคนที่เกี่ยวข้องในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ ที่คอยให้ความช่วยเหลือในการจัดทำวิจัยนี้มาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณครอบครัวที่ให้การสนับสนุน จนการค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วง

ณัฐวุฒิ สุทธิประเสริฐ

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ .....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง .....	VIII
สารบัญภาพ.....	XI
บทที่ 1 บทนำ .....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา.....	4
1.3 สมมติฐานของการศึกษา .....	5
1.4 ขอบเขตของการศึกษา .....	5
1.5 กรอบแนวคิดของการศึกษา .....	6
1.6 นิยามศัพท์ที่ใช้ .....	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	8
2.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีประชากรศาสตร์ .....	8
2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี .....	9
2.1.3 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี 2 (TAM2).....	10
2.1.4 ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี 2 (UTAUT2) .....	12
2.1.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	15
2.2 ข้อมูลทั่วไปและตัวอย่างแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ .....	16
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	19
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	23
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	23
3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	23

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	23
3.1.3 การสุ่มตัวอย่าง .....	24
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	24
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	27
3.3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ .....	27
3.3.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ .....	27
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	27
3.4.1 การตรวจสอบข้อมูล .....	27
3.4.2 การลงรหัส.....	28
3.4.3 การประมวลผลข้อมูล .....	28
3.4.4 นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์.....	28
3.4.5 การทดสอบสมมติฐาน .....	28
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	29
3.5.1 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา .....	29
3.5.2 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน.....	30
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	33
4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	33
4.2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ .....	35
4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้ กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ .....	40
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอ นิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประชากรศาสตร์ .....	46
4.4.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงิน อิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน .....	46
4.4.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงิน อิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน .....	47

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.4.3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้ กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน .....	49
4.4.4 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงิน อิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน .....	52
4.4.5 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงิน อิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน .....	54
4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้าน การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาด หวังด้านการใช้ความพยายาม สภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวก การรับรู้ด้านความ ไว้วางใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ .....	55
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	60
5.1 สรุปผลการวิจัย .....	60
5.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่อาศัย / ทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร .....	60
5.1.2 พฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการ ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร .....	60
5.1.3 ระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้กระเป๋าเงิน อิเล็กทรอนิกส์ .....	60
5.1.4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงิน อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการใน จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ประชากรศาสตร์ .....	61
5.1.5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณของปัจจัยที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการ ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร .....	61
5.2 อภิปรายผลการวิจัย .....	62
5.2.1 อภิปรายผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ความแตกต่างของ พฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการ ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะ ทางประชากรศาสตร์ .....	62

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.2.2 อภิปรายผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์.....	64
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	67
5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้.....	67
5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	68
บรรณานุกรม.....	69
ภาคผนวก.....	72
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	73
ประวัติผู้เขียน.....	79



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 จำนวนบัญชีและมูลค่าการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ม.ค.-มี.ค. 2562 .....	2
1.2 เปรียบเทียบการเติบโตของ e-Wallet ในไตรมาสแรกของปี 2561 และ 2562 .....	3
2.1 คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค .....	15
3.1 แสดงค่าการทดสอบความเชื่อมั่น ด้วยวิธี Cronbach's Alpha .....	27
3.2 สมมติฐานและสถิติที่ใช้ในการทดสอบปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ .....	28
4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	33
4.2 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	36
4.3 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับของปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร .....	40
4.4 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับของปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้าน การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร .....	41
4.5 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับของปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้าน ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายามของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร .....	42
4.6 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับของปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้าน สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ใช้บริการ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร .....	43
4.7 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับของปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้าน การรับรู้ด้านความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร .....	45
4.8 ผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ .....	46

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้งทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ.....	47
4.10 ผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ .....	48
4.11 ผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้งทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ.....	49
4.12 ผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา.....	50
4.13 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ .....	50
4.14 ผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้งทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา.....	51
4.15 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้ง .....	52
4.16 ผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ.....	53
4.17 ผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้งทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ .....	53
4.18 ผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้.....	54
4.19 ผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้งทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้.....	55
4.20 ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวน ครั้งที่ใช้ต่อสัปดาห์ .....	56
4.21 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านความคาดหวังด้านการ ใช้ความพยายามที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งที่ใช้ต่อสัปดาห์.....	57
4.22 ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการ ใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง .....	58

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.23 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้าน การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาดหวังด้าน การใช้ความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ด้านความไว้วางใจที่ส่ง ผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง.....	58
5.1 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ .....	61



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ .....	4
1.2 กรอบแนวคิดปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้ บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร .....	6
2.1 แบบจำลองทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี 2 (TAM2) .....	12
2.2 แบบจำลองการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี 2 (UTAUT2) .....	14
2.3 ตัวอย่างแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์กลุ่มผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ .....	18
2.4 ตัวอย่างแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์กลุ่ม FinTech .....	18
2.5 ตัวอย่างแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์กลุ่มผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ .....	19



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว มีบทบาทกับวิถีชีวิตของทุก ๆ คนในโลก และเป็นปัจจัยสำคัญในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การติดต่อสื่อสารของผู้ใช้บริการ ที่สามารถเข้าใช้งานได้ทุกสถานที่และทุกเวลา ง่ายต่อการติดต่อสื่อสาร สะดวกมากขึ้น ด้านธุรกรรมพาณิชย์ก็เช่นกัน ก่อให้เกิดรูปแบบใหม่ของการพาณิชย์ เรียกว่า การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สื่อการชำระเงินเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต จากเหรียญกษาปณ์และธนบัตร พัฒนาสู่สื่อการชำระเงินที่อยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ นับเป็นการพัฒนาการของการชำระเงินในประเทศไทย ที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริการมากขึ้น และจากนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 136 ตอนที่ 47 ก. 2562) ที่พยายามผลักดันและยกระดับโครงสร้างเศรษฐกิจไทย สู่ประเทศเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ทำให้ระบบการเงินไทยเปลี่ยนแปลงไป การทำธุรกรรมทางการเงินที่ยุ่งยากและถูกจำกัดด้วยสถานที่หรือต้องเดินทางไปใช้บริการที่สาขา ตู้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) การโอนเงินและชำระเงินด้วย QR Code ผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone) หรือสมาร์ทโฟน (Smart Phone) การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) หรือกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ในการจ่ายค่าโดยสารหรือซื้อสินค้า

ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ให้คำนิยามคำว่า เงินอิเล็กทรอนิกส์ไว้ว่า มูลค่าเงินที่บันทึกในชิปคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในบัตรพลาสติก หรือเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือเงินในเครือข่าย Internet โดยเงินอิเล็กทรอนิกส์ / กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money / e-Wallet หรือในบางครั้งอาจเรียก Digital money) เป็นบริการทางการเงินที่ประชาชนนำเงินจริงมาชำระไว้ล่วงหน้าให้แก่ผู้บริการ และมีการบันทึกมูลค่าหรือจำนวนเงินไว้แน่นอน และผู้ให้บริการจะรับผิดชอบต่อ e-Money ดังกล่าวตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ ซึ่งเงินคงเหลือที่ถูกบันทึกในสื่อต่าง ๆ ยังเป็นของผู้บริการตามมูลค่าเงินนั้นไม่เปลี่ยนแปลง (เพชรินทร์ หงส์วัฒนกุล และรังสิมา บุญชิตพิทย. 2557)

ประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) หรือสังคมที่ผู้บริการไม่ต้องพกเงินสดติดตัว ความสำคัญของเงินสดในอนาคตจะลดน้อยลง และจะถูกแทนที่โดยการใช้ระบบคอมพิวเตอร์และโทรคมนาคมในการทำธุรกรรมทางการเงินแทน ทั้งนี้ในปัจจุบันการให้บริการ

กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ถือได้ว่าการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงในอุตสาหกรรมบริการทางการเงิน มีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทั้งที่เป็นสถาบันการเงิน และ ที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-banking institutions) และในไตรมาสแรกของปี 2562 (มกราคม - มีนาคม) ประเทศไทยมีจำนวนบัญชีเงินอิเล็กทรอนิกส์ 78.4 ล้านบัญชี แบ่งเป็นให้บริการโดยสถาบันการเงิน 19.86 ล้านบัญชี และ ไม่ใช่สถาบันการเงิน (non-bank) 58.61 ล้านบัญชี คิดเป็นมูลค่าการใช้จ่ายผ่าน e-Wallet มากถึง 6.72 หมื่นล้านบาท และมีมูลค่าในการเติมเงินเข้าระบบ 6.94 หมื่นล้านบาท ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 จำนวนบัญชีและมูลค่าการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ม.ค.-มี.ค. 2562

	ม.ค.-62	ก.พ.-62	มี.ค.-62
จำนวนบัตร/บัญชี (ล้านบัตร/ล้านบัญชี)			
ผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงิน	19.76	19.78	19.86
ผู้ให้บริการที่มิใช่สถาบันการเงิน (non-bank)	63.07	57.79	58.61
รวมทั้งสิ้น	82.83	77.57	78.47
มูลค่าการเติมเงิน (ล้านบาท)			
ผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงิน	5438.95	7582.68	6875.58
ผู้ให้บริการที่มิใช่สถาบันการเงิน (non-bank)	19098.11	14136.14	16229.29
รวมทั้งสิ้น	24537.06	21718.82	23104.87
มูลค่าการใช้จ่าย (ล้านบาท)			
ผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงิน	4950.56	6822.32	7008.52
ผู้ให้บริการที่มิใช่สถาบันการเงิน (non-bank)	18352.33	14203.77	15878.64
รวมทั้งสิ้น	23302.89	21026.09	22887.16

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2563

ข้อมูลย้อนหลังตั้งแต่ปี 2559 ถึง ไตรมาสแรกของปี 2562 แสดงให้เห็นการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของ e-Wallet ถ้าเจาะจงเฉพาะไตรมาสแรกของปี 2562 มีมูลค่าการใช้จ่าย e-Wallet มากกว่าในช่วงเดียวกันของปี 2561 ถึง 71.81 % และ 66.74% ของมูลค่าการเติมเงิน ดังตารางที่ 1.2

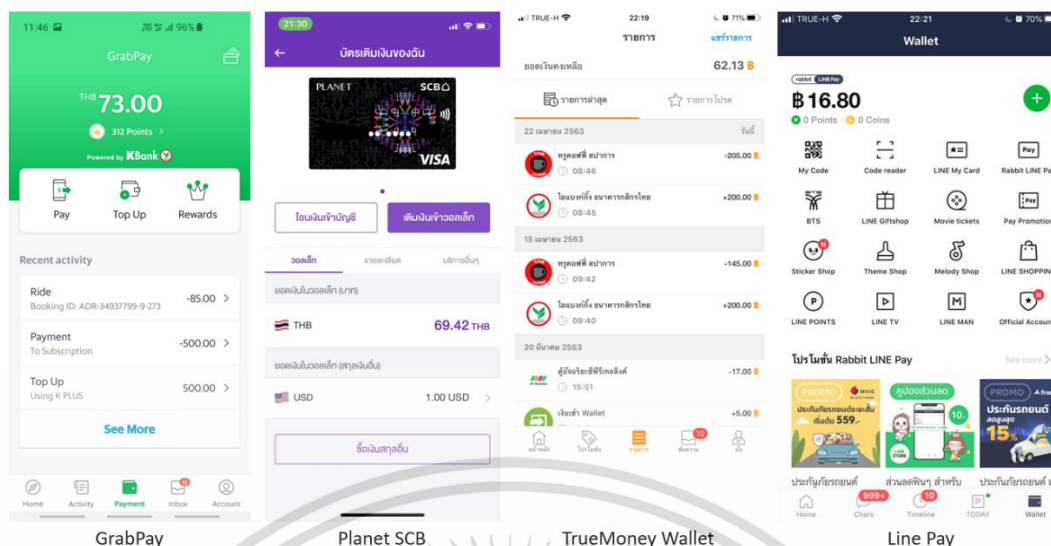
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1.2 เปรียบเทียบการเติบโตของ e-Wallet ในไตรมาสแรกของปี 2561 และ 2562

	Q1/2561	Q1/2562	Gain Ratio (%)
จำนวนบัตร/บัญชี (ล้านบัตร/ล้านบัญชี)			
ผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงิน	13.25	59.4	
ผู้ให้บริการที่มีชื่อสถาบันการเงิน (non-bank)	159.32	179.47	
รวมทั้งสิ้น	172.57	238.87	38.42
มูลค่าการเติมเงิน (ล้านบาท)			
ผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงิน	5345.63	19897.21	
ผู้ให้บริการที่มีชื่อสถาบันการเงิน (non-bank)	36252.87	49463.54	
รวมทั้งสิ้น	41598.5	69360.75	66.74
มูลค่าการใช้จ่าย (ล้านบาท)			
ผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงิน	3148.62	18781.4	
ผู้ให้บริการที่มีชื่อสถาบันการเงิน (non-bank)	35974.1	48434.74	
รวมทั้งสิ้น	39122.72	67216.14	71.81

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563

ผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของไทยในปัจจุบัน แบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ ผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงิน ได้แก่ GrabPay Wallet ของธนาคารกสิกรไทย Planet SCB ของธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นต้น และผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันทางการเงิน ได้แก่ TrueMoney Wallet , Line Pay เป็นต้น ดังภาพที่ 1.1 ซึ่งได้แสดงตัวอย่างแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้ให้บริการสามารถใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เพื่อชำระได้ทุกร้านค้าที่รับชำระเงินด้วย QR Code พร้อมเพย์



ภาพที่ 1.1 แอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

ที่มา : <https://www.punpro.com/p/GrabPay-Wallet-promotion> , <https://www.scb.co.th/th/personal-banking/cards/prepaid-cards/planet-scb-card/how-to-wallet.html>

การก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด และความสะดวกสบายในการชำระค่าบริการผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ จึงทำให้เกิดผู้ให้บริการจำนวนมากทั้งสถาบันการเงินและที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน เป็นเหตุให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผลลัพธ์ที่ปรากฏสามารถนำมาเป็นข้อมูลแก่ผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ หรือผู้ที่ต้องการศึกษาพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถนำไปปรับปรุงและแก้ไขผลิตภัณฑ์ในอนาคตให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากยิ่งขึ้น และในด้านของผู้ใช้บริการนั้นสามารถนำข้อมูลต่าง ๆ ไปใช้วิเคราะห์เพื่อตัดสินใจเลือกใช้บริการ กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น

## 1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประชากรศาสตร์

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1.3 สมมติฐานของการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” ซึ่งมีตัวแปรที่ได้กำหนดขึ้นมาเป็นกรอบแนวความคิดสำหรับการศึกษา และเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาจึงได้ทำการตั้งสมมติฐานการศึกษาได้ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน

1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน

1.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน

1.3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน

1.4 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน

1.5 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน

**สมมติฐาน 2** การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และการรับรู้ด้านความไว้วางใจส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

### 1.4 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

(1) ขอบเขตด้านการเนื้อหาในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ (Gender) อายุ (Age) ระดับการศึกษา (Education) อาชีพ (Career) รายได้ (Income)

ปัจจัยการยอมรับการใช้งาน ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม (Effort Expectancy) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(Facilitating Condition) การรับรู้ด้านความไว้วางใจ (Perceived Trust)

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้ (6W1H) กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยจะเลือกใช้บางตัวแปร ประกอบไปด้วย ความถี่ในการใช้บริการ (How), จำนวนเงินที่ใช้ต่อครั้ง (How)

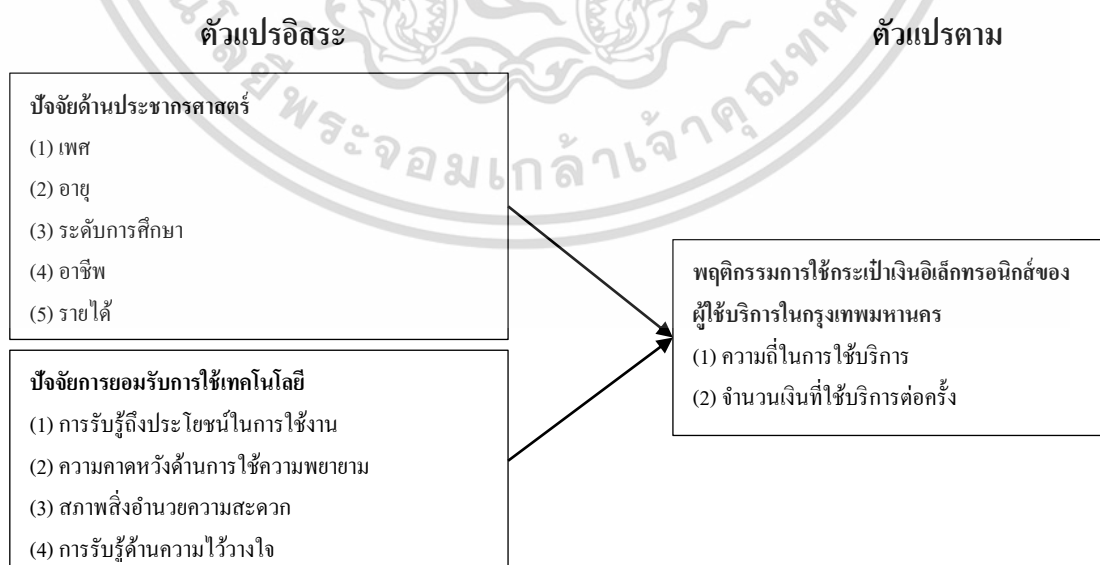
(2) ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้คือ ผู้ที่ใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ที่ปัจจุบันอาศัยในกรุงเทพมหานคร หรือทำงาน/ประกอบกิจการในกรุงเทพมหานคร และได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตร W.G. Cochran (1953) ที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน เป็นจำนวน 400 คน

(3) ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาวิจัยที่มีผลต่อการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ จะศึกษาเฉพาะในเขตพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร

(4) ขอบเขตด้านระยะเวลาการศึกษา เริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563 ถึง เดือน มิถุนายน 2563

## 1.5 กรอบแนวคิดของการศึกษา

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และเอกสารทางวิชาการต่าง ๆ สามารถกำหนดกรอบแนวความคิดของการศึกษาครั้งนี้ โดยกรอบแนวความคิดเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ระหว่างตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยการยอมรับการใช้ที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ดังภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ

ผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.6 นิยามศัพท์ที่ใช้

กระเป๋าสเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) มีชื่อเรียกอย่างอื่นว่า Mobile Wallet หรือ Digital Wallet คือ กระเป๋าสเงินที่อยู่ในรูปแบบของแอปพลิเคชัน จะช่วยอำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมต่าง ๆ อาทิ การซื้อของออนไลน์ การเลือกซื้อสินค้าตามห้างร้าน การรับประทานอาหารเช้าและบริการมากมาย ช่วยประหยัดเวลาและไม่ต้องกังวลเรื่องการพกพาเงินสด ปัจจุบัน e-Wallet ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จึงมีความปลอดภัยสูง ส่งผลให้มีผู้คนหันมาใช้เทคโนโลยีนี้มากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากเป็นระบบที่ผู้ใช้สามารถควบคุมบัญชีของตนเองได้อย่างอิสระ สามารถเติมเงินเข้าตามจำนวนที่ต้องการ ไม่จำเป็นต้องผูกกับบัตรใด ๆ รวมถึงมีระบบตรวจสอบบัญชีและยอดเงินเข้า-ออกที่รวดเร็ว หากพบปัญหา ก็สามารถแจ้งผู้ให้บริการได้ทันที

พฤติกรรมการใช้งาน หมายถึง การกระทำต่าง ๆ ของบุคคลที่แสดงออกมาในการใช้บริการกระเป๋าสเงินอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในแต่ละครั้ง โดยคาดหวังว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการภายใต้กระบวนการตัดสินใจที่มีมาก่อนการให้บริการ

การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) หมายถึง การรับรู้ถึงประโยชน์ของกระเป๋าสเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินชีวิตให้ดียิ่งขึ้น

ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม (Effort Expectancy) หมายถึง ความสะดวกในการเข้าใช้บริการกระเป๋าสเงินอิเล็กทรอนิกส์ประกอบด้วย ปัจจัยของการรับรู้ต่อความง่ายในการใช้งาน ทั้งในด้านความซับซ้อนของระบบ ความง่ายในการทำความเข้าใจระบบ และระยะเวลาในการเรียนรู้

สภาพลิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Condition) หมายถึง สภาพแวดล้อมที่ช่วยส่งเสริมหรืออำนวยความสะดวกให้เกิดการใช้บริการกระเป๋าสเงินอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งในด้านความพร้อมในการใช้งานและความสอดคล้องเหมาะสมต่อผู้ให้บริการ

การรับรู้ด้านความไว้วางใจ (Perceived Trust) หมายถึง ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการกระเป๋าสเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่อการทำรายการชำระว่าสามารถทำงานได้อย่างถูกต้อง รวมถึงความเชื่อมั่นที่มีต่อผู้ให้บริการกระเป๋าสเงินอิเล็กทรอนิกส์ว่าสามารถรักษาความปลอดภัยให้แก่การบริการและข้อมูลของผู้ใช้งานได้

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้มีการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

#### 2.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

##### 2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีประชากรศาสตร์

##### 2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

##### 2.1.3 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี 2 (Technology Acceptance Model: TAM2)

##### 2.1.4 ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี 2 (Unified theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT2)

##### 2.1.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

#### 2.2 ข้อมูลทั่วไปและตัวอย่างแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

#### 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

##### 2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เป็นการศึกษา การวิเคราะห์ทางประชากรในเรื่องขนาด โครงสร้าง การกระจายตัวและการเปลี่ยนแปลงประชากร ในเชิงที่สัมพันธ์กับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ดังนั้นปัจจัยด้านประชากรศาสตร์จึงเป็นตัวแปรหนึ่งที่ส่งผลต่อปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา เป็นเกณฑ์ที่นิยมมาประกอบการพิจารณาร่วมสำหรับลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. เพศ (Sex) สามารถแบ่งแยกความต้องการของผู้บริโภคได้ เพศเป็นตัวแปรสำคัญในการแบ่งส่วนการตลาด ปัจจุบันนี้ตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคมาก เพศที่แตกต่างกันมักจะมีทัศนคติ การรับรู้ และการตัดสินใจต่างกัน

2. อายุ (Age) กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันย่อมมีความต้องการในสินค้าและบริการที่ต่างกัน โดยรสนิยมของบุคคลจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามวัย นักการตลาดจึงนิยมใช้ประโยชน์จากเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันเพื่อค้นหาความต้องการของตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุส่วนนั้น

3. สถานภาพ (Marital Status) เป็นลักษณะทางประชากรที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ สังคม และกฎหมาย สถานภาพมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจของบุคคล คนโสดจะมีอิสระทางความคิดมากกว่าคนที่สมรสหรือมีครอบครัวแล้ว ลักษณะของครอบครัวนับว่าเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดมาโดยตลอด ดังนั้น นักการตลาดจะสนใจในข้อมูลของจำนวน และลักษณะของบุคคลในครัวเรือน เพื่อช่วยในการพัฒนาสินค้าและกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสม

4. รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา (Income, Occupation and Education) เป็นตัวแปรสำคัญในการแบ่งส่วนตลาด โดยส่วนใหญ่ นักการตลาดจะพิจารณา รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา หรือตัวแปรประชากรศาสตร์อื่น ๆ ประกอบกัน เพื่อให้กำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มรายได้อาจเกี่ยวข้องกับเกณฑ์อายุ อาชีพ และระดับการศึกษาร่วมกัน

Schiffman and Wisenblit (2015) กล่าวว่า iva การแบ่งส่วนตลาดประชากรสามารถทำได้ โดยการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตาม เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ เชื้อชาติ และที่ตั้ง ภูมิศาสตร์ ตัวแปรเหล่านี้สามารถสอบถามหรือสังเกตได้อย่างง่ายดาย สิ่งเหล่านี้ช่วยให้นักการตลาดสามารถจำแนกผู้บริโภคแต่ละประเภทได้อย่างชัดเจน เช่น กลุ่มอายุ กลุ่มรายได้ ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของผู้บริโภค เป็นต้น การแบ่งกลุ่มประชากรเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการค้นหาและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เฉพาะเจาะจง

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยที่นิยม และสามารถนำมาใช้แบ่งส่วนตลาดตามกลุ่มผู้บริโภค ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่ต่างกันออกไป ซึ่งจะทำให้สามารถทราบได้ว่า ความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ จะมีส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์หรือไม่

### 2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

#### ความหมาย และนิยามของการยอมรับเทคโนโลยี

สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นองค์ประกอบที่ทำให้บุคคลเกิดการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีใน 3 ด้าน คือ (1) พฤติกรรม (2) ทักษะที่มีต่อเทคโนโลยีและ (3) การใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น

ศศิพร เหมือนศรีชัย (2555) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการใช้งานและอยู่ร่วมกับเทคโนโลยี การที่ได้ใช้เทคโนโลยีทำให้เกิดประสบการณ์ ความรู้ ทักษะ และความต้องการใช้งานเทคโนโลยี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากคำนิยามข้างต้น สรุปได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึงเป็นการนำเทคโนโลยีที่ยอมรับมาใช้งานซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวบุคคลหรือการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทัศนคติ และการใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น นอกจากนี้การนำเทคโนโลยีมาใช้งานทำให้แต่ละบุคคลมีประสบการณ์ ความรู้ และทักษะในกาใช้งานเพิ่มขึ้น

### ลักษณะการยอมรับเทคโนโลยี

ภานุพงศ์ เสกทวีลาภ (2557) ได้อธิบายการยอมรับเทคโนโลยี ว่าเป็นขั้นตอนที่เกินขึ้นทางจิตใจภายในตัวบุคคล เริ่มจากการได้ยินในนวัตกรรมนั้น ๆ จนยอมรับและนำไปใช้ในส่วนที่ตนซึ่งกระบวนการนี้มีลักษณะคล้ายกับการเรียนรู้และการตัดสินใจ (Decision Making) โดยได้แบ่งกระบวนการยอมรับออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ

ขั้นที่ 1 ขั้นรับรู้ (Awareness Stage) เป็นขั้นที่บุคคลได้รับรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ ๆ ได้รับข่าวสารในระดับเบื้องต้น ยังไม่ครบถ้วน ส่วนใหญ่เป็นการรับรู้โดยบังเอิญ ผ่านการสังเกต การฟัง การพบเห็น ทำให้เกิดความอยากรู้

ขั้นที่ 2 ขั้นสนใจ (Interest Stage) เป็นขั้นที่เริ่มมีความสนใจแสวงหาข่าวสาร รายละเอียดเกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ ๆ เพิ่มเติม พฤติกรรมนี้มีลักษณะที่ตั้งใจแน่วแน่ และใช้กระบวนการคิดมากกว่าขั้นแรก

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินค่า (Evaluation Stage) เป็นขั้นการเริ่มพิจารณา เปรียบเทียบระหว่างข้อดีและข้อเสีย และที่มีความคิดจะลองใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ โดยอาจใช้คำแนะนำต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจ

ขั้นที่ 4 ขั้นทดลอง (Trial Stage) เป็นขั้นที่ทดลองใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อจะผลลัพธ์ว่านวัตกรรมนั้นสามารถตอบสนองความต้องการและมีประโยชน์ต่อบุคคลนั้น ๆ ก่อนที่จะยอมรับจริง

ขั้นที่ 5 ขั้นตอนการยอมรับ (Adoption Stage) เป็นขั้นยอมรับนวัตกรรมใหม่ ๆ นั้น นำไปปรับใช้กับสถานการณ์ของตนอย่างจริงจัง หลังจากที่ได้อทดลองใช้และพบว่าสามารถตอบสนองความต้องการและเป็นประโยชน์แล้ว

### 2.1.3 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี 2 (Technology Acceptance Model: TAM2)

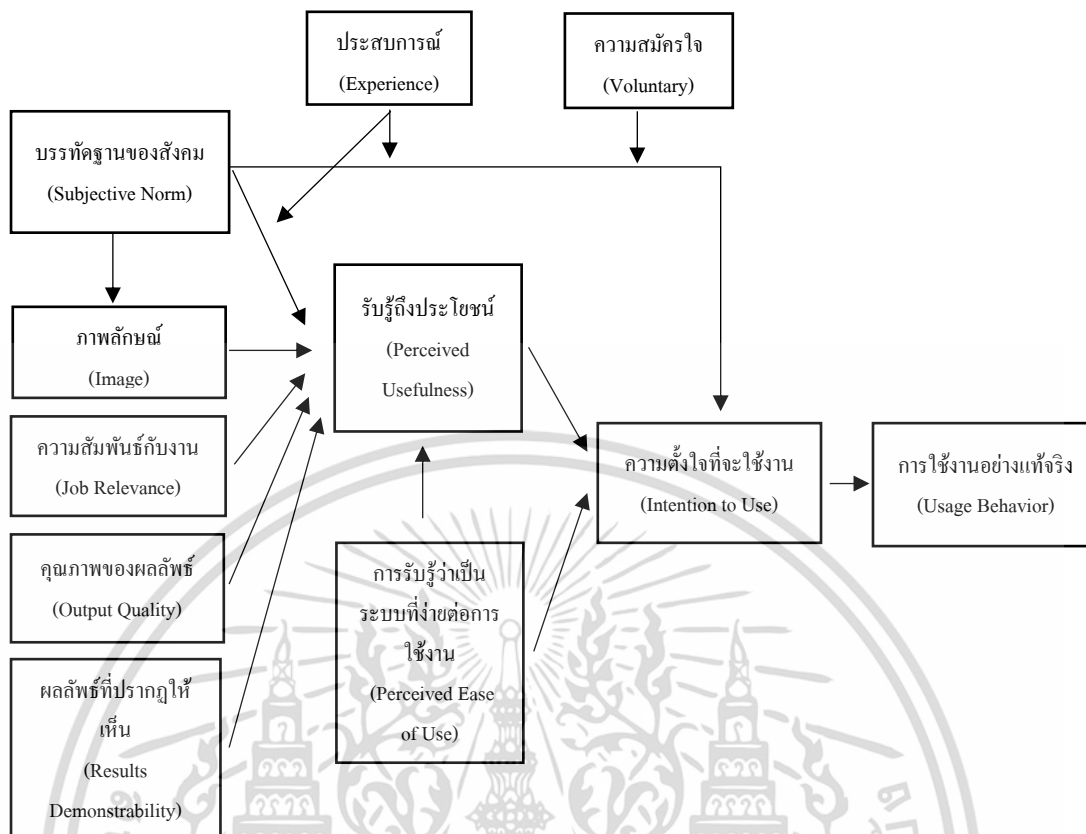
Napaporn Kripanont (2007) ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี 2 ได้รับการพัฒนาโดย Viswanath Venkatesh และ Fred Davis ในปี 2000 ด้วยการเพิ่มปัจจัยสำหรับใช้ในการพิจารณา ซึ่งอธิบายถึงการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) และความสนใจที่จะใช้งาน (Intention to Use) ในบริบททางด้านอิทธิพลทางสังคมและกระบวนการสร้างความรู้ความเข้าใจ ซึ่งเป็นการทำความเข้าใจว่าการเพิ่มขึ้นของประสบการณ์ของผู้ใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ จะทำให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นการเพิ่มความเข้าใจทางด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ จนสามารถช่วยให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศใหม่เพิ่มมากขึ้น

กวีพงษ์ เลิศวัชรา และกาญจนศักดิ์ จารุปาณ (2550) ได้กล่าวว่า ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี 2 (TAM 2) ของ Viswanath Venkatesh and Fred Davis (2004) ได้พัฒนาเพิ่มเติมจากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ของ Fred Davis (1989) เพื่อสามารถช่วยในการพยากรณ์พฤติกรรมการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น ด้วยการปรับปรุงตัวแปรภายนอกและปัจจัยที่เกิดก่อน (Antecedents) ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ว่ามีประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศและการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้ให้มีความทันสมัยยิ่งขึ้นและจากการวิจัย พบว่ากระบวนการของอิทธิพลจากสังคม (Social Influence Process) ได้แก่ บรรทัดฐานของสังคม (Subjective Norm) ความสมัครใจ (Voluntary) ภาพลักษณ์ (Image) และกระบวนการที่เป็นเครื่องมือในการสร้างความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Instrumental Process) ได้แก่ ความสัมพันธ์กับงาน (Job Relevance) คุณภาพของผลลัพธ์ (Output Quality) ผลลัพธ์ที่ปรากฏให้เห็น (Results Demonstrability) การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ต่างเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ นอกจากนี้ยังได้มีการนำเสนอแนวคิดใหม่ว่าบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบของการแสดงพฤติกรรมของบุคคลนั้น เป็นปัจจัยหลักที่กำหนดความตั้งใจที่จะใช้งาน (Intention to Use) และมีอิทธิพลต่อการรับรู้ว่ามีประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศและภาพลักษณ์ในเชิงบวก สำหรับผลกระทบของตัวแปรเสริม (Moderating Variable) ได้แก่ ประสบการณ์ (Experience) และความสมัครใจ (Voluntary) เกิดควบคู่และมีความเชื่อมโยงระหว่างบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรมและความตั้งใจที่จะใช้งาน นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยที่เกิดก่อน ซึ่งได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศในเชิงบวก และพบอีกว่าภายใต้เงื่อนไขการใช้งานโดยบังคับและผู้ใช้งานมีประสบการณ์จำกัด บรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรมจะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้งานในเชิงบวก ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตามทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีข้างต้นสามารถแสดงดังภาพที่ 2.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี 2 (TAM2)

ที่มา : Viswanath Venkatesh and Fred Davis (2000)

สามารถสรุปได้ว่า แบบจำลองทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี 2 (TAM2) ได้รับการปรับปรุงที่ตัวแปรภายนอก (External Variable) และปัจจัยที่เกิดก่อน (Antecedents) ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ และการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ซึ่งส่งผลต่อไปยังพฤติกรรมความตั้งใจใช้งาน การใช้งานอย่างแท้จริงของผู้ใช้และนำไปสู่การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ซึ่งคาดว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

#### 2.1.4 ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี 2 (Unified theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT2)

Venkatesh, Morris, and Davis (2003) ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี 2 (UTAUT2) เป็นทฤษฎีที่พัฒนาต่อมาจากทฤษฎี Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) ซึ่งเป็นทฤษฎีรวมตัวแบบจำลองทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 8 ทฤษฎี ประกอบด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (Theory of Reasoned Action)
2. ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior)
3. ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model)
4. ตัวแบบจำลองการใช้ประโยชน์คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Model of PC utilization)
5. ทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory)
6. แบบจำลองทฤษฎีแรงจูงใจ (Motivation Model)
7. ทฤษฎีปัญญาทางสังคม (Social Cognitive Theory)
8. ทฤษฎีผสมผสานระหว่าง TAM และ TPB (Combined-TAM-TPB)

ได้นำพื้นฐานความสัมพันธ์ของแต่ละทฤษฎี มารวมเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยี โดยมี 4 ปัจจัยหลัก ประกอบด้วย ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectation) ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) อิทธิพลของสังคม (Social Influence) ซึ่งส่งผลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม และปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้งาน นอกจากนี้ยังมีตัวแปรเสริมที่เป็นส่วนขยายที่ช่วยเพิ่มเติมความถูกต้องของการพยากรณ์ การยอมรับและใช้งานเทคโนโลยี ประกอบด้วย เพศ (Gender) อายุ (Age) ประสบการณ์ (Experience) และความสมัครใจในการใช้งาน (Voluntariness of Use) แต่ที่ผ่านมาไม่นิยมนำตัวแปรเสริมเข้ามาใช้ในงานวิจัย Venkatesh, Thong and Xu (2012) จึงได้พัฒนาทฤษฎี UTAUT2 เพื่อให้เกิดความเหมาะสม และเป็น การให้ความสนใจในบริบทการใช้งานของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ซึ่งจากการศึกษาเพิ่มเติม Venkatesh et al. (2012) พบว่าปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม คือ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความชอบ มูลค่าราคา และความเคยชิน นอกจากนี้ ยังมี เพศ อายุ และ ประสบการณ์ ที่เป็นตัวแปรเสริม

พิมพ์พรรณ สุวรรณศิริศิลป์ (2559) ทฤษฎี UTAUT2 ได้มีการศึกษาขยายขอบเขตแนวคิดของทฤษฎี โดยศึกษาทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม ส่วนย่อยของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี และแบบจำลองความสำเร็จของระบบสารสนเทศ พบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง และความไว้วางใจ เหมาะสมต่อการขยายขอบเขตการศึกษาจากทฤษฎี UTAUT2 ที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยี จึงสรุปได้เป็นแบบจำลอง UTAUT2 ดังนี้

2.1.4.1 ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectation) หมายถึง ความเชื่อของบุคคลว่าการใช้เทคโนโลยีสามารถช่วยก่อให้เกิดประโยชน์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินกิจกรรม ประกอบด้วย ปัจจัยของการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานเทคโนโลยี ความสามารถของระบบที่บุคคลเชื่อว่าการใช้งานจะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพประสิทธิผลของงาน เพิ่มปริมาณ

และคุณภาพของผลผลิต และช่วยลดระยะเวลาในการทำงานได้  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.4.2 ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectation) หมายถึง ความสะดวกในการเข้าใช้งานเทคโนโลยีประกอบด้วย ปัจจัยของการรับรู้ต่อความง่ายในการใช้งานทั้งในด้านความซับซ้อนของระบบ ความง่ายในการทำความเข้าใจระบบ และระยะเวลาในการเรียนรู้

2.1.4.3 อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) หมายถึง การรับรู้ว่ามีปัจจัยทางสังคมหรือบรรทัดฐานทางสังคม เช่น กลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญ รวมถึงบุคคลใกล้ชิด ครอบครัว หรือเพื่อน เป็นต้น ซึ่งเชื่อว่าบุคคลควรมีการใช้งานเทคโนโลยี

2.1.4.4 สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) หมายถึง สภาพแวดล้อมที่ช่วยส่งเสริมหรืออำนวยความสะดวกให้เกิดการใช้งาน ทั้งในด้านความพร้อมในการใช้งานและความสอดคล้องเหมาะสมต่อผู้ใช้งาน

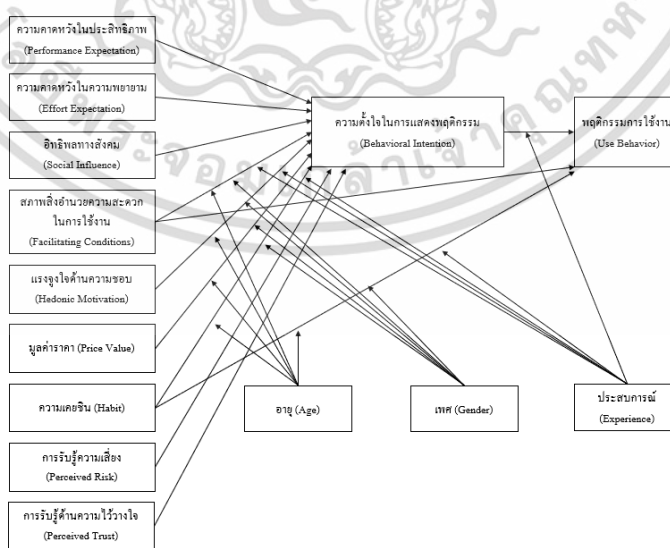
2.1.4.4 แรงจูงใจด้านความชอบ (Hedonic Motivation) หมายถึง ความชอบหรือความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้งานเทคโนโลยี

2.1.4.6 มูลค่าราคา (Price Value) หมายถึง การเปรียบเทียบความคุ้มค่าระหว่างค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการใช้เทคโนโลยีกับประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้งาน

2.1.4.7 ความเคยชิน (Habit) หมายถึง แนวโน้มในการแสดงพฤติกรรมแบบอัตโนมัติ อันเนื่องมาจากการเรียนรู้ในอดีต

2.1.4.8 การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) หมายถึง ความไม่แน่นอนที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคจากการตัดสินใจยอมรับและใช้งานเทคโนโลยี

2.1.4.9 การรับรู้ด้านความไว้วางใจ (Perceived Trust) หมายถึง ความเชื่อของผู้บริโภคต่อการทำรายการใช้งานเทคโนโลยี ว่ามีความปลอดภัย เชื่อถือได้



ภาพที่ 2.2 แบบจำลองการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี 2 (UTAUT2)

ที่มา : Venkatesh et al (2012)  
 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.2 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยแต่ละด้านที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้งานแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และความเคยชินมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้งาน และความเคยชินมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้งานตามทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี 2 (UTAUT2) ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ใช้ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลทางสังคม และสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานบริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

### 2.1.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ธงชัย สันติวงษ์ (2540) อ้างถึงใน ชัยณรงค์ สันติวงษ์ (2552) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหา ให้ได้มา และการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และเป็นสิ่งที่มีส่วนในการกำหนดให้เกิดการกระทำดังกล่าว

จากความหมายที่กล่าวมาพอสรุปได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำต่าง ๆ ของบุคคลที่แสดงออกมาในการแสวงหาซื้อสินค้าและบริการ ที่คาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของตนเองภายใต้กระบวนการตัดสินใจที่มีมาก่อนการซื้อ

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Kotler, 1997, น.171) เป็นการค้นหาพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค เพื่อที่จะทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภค โดยการตั้งคำถามและคำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์ทางการตลาด ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบไปด้วย Who, What, Why, Who, When, Where และ How เพื่อหาคำตอบ 7 ประการหรือ 7Os ประกอบไปด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets และ Operations ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค

สิ่งที่ต้องการศึกษา	สิ่งที่ต้องการทราบจากการศึกษา
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้านประชากรศาสตร์, ภูมิศาสตร์, จิตวิทยา, พฤติกรรมศาสตร์
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the customer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) ซึ่งคือคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

สิ่งที่ต้องการศึกษา	สิ่งที่ต้องการทราบจากการศึกษา
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the customer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา จึงต้องศึกษาปัจจัยที่มอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ ปัจจัยทางจิตวิทยา, ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม, ปัจจัยเฉพาะบุคคล
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	อิทธิพลต่อกลุ่มต่าง ๆ (Organization) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ กลุ่มต่าง ๆ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม, ผู้มีอิทธิพล, ผู้ตัดสินใจ, ผู้ซื้อและผู้ใช้
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the customer buy?)	โอกาสในการซื้อของผู้บริโภค (Occasions)
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the customer buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlet) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the customer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation) ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา, การค้นหาข้อมูล, การประเมินผลทางเลือก, การตัดสินใจซื้อ, ความรู้สึกภายหลังการซื้อ

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541)

จากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องในด้านต่าง ๆ ซึ่งในการศึกษาในครั้งนี้เลือกใช้แนวคิดและทฤษฎีแบบจำลองของ Kotler ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ (How), จำนวนเงินที่ใช้ต่อครั้ง (How) เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค

## 2.2 ข้อมูลทั่วไปและตัวอย่างแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

แอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์หรืออีวอลเล็ต (e-Wallet) คือเทคโนโลยีทางการเงินรูปแบบใหม่ที่เข้ามาช่วยให้การใช้จ่ายผ่านช่องทางออนไลน์สะดวกมากยิ่งขึ้น ทำหน้าที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

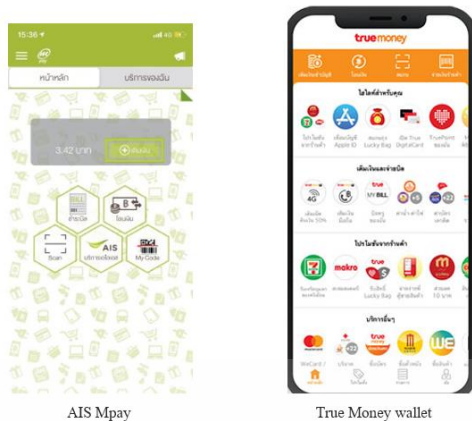
เหมือนกับกระเป๋าตังค์เพียงแต่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล ผู้ใช้บริการสามารถใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันได้เลย ไม่จำเป็นต้องพกเงินสดติดตัว

ธนาคารแห่งประเทศไทย (2560) เงินอิเล็กทรอนิกส์ ได้ถูกให้นิยามไว้ว่า มูลค่าเงินที่บันทึกในชิปคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในบัตรพลาสติก หรือเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือเงินในเครือข่าย Internet โดยเงินอิเล็กทรอนิกส์/กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money / e-Wallet) หรือในบางครั้งอาจเรียก Digital money) โดยผู้ให้บริการได้ชำระเงินล่วงหน้าแก่ผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์และผู้ให้บริการสามารถนำไปใช้ชำระค่าสินค้า ค่าบริการแทนการชำระด้วยเงินสดตามร้านค้าที่รับชำระ ทำให้มีความสะดวกรวดเร็ว ไม่ต้องพกเงินสดและไม่เสียเวลาในการรอเงินทอน การใช้บริการสามารถเลือกเติมเงินผ่านช่องทางต่าง ๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการแต่ละราย เช่น เติมเงินกับร้านค้าที่มีสัญลักษณ์เติมเงิน ทำรายการผ่านตู้ ATM หรือผ่านเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ หรือผ่านระบบเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ หรือบัญชีธนาคารหรือบัตรเครดิตของผู้ให้บริการที่ได้ผูกบัญชีไว้ และผู้ให้บริการ e-Wallet จะบันทึกมูลค่าของเงินที่เติมลงในบัตร เครือข่ายโทรศัพท์มือถือ หรือเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยผู้ให้บริการสามารถตรวจสอบการเติมเงินได้

ปัจจุบันการให้บริการ e-Money ที่ใช้ซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ขายหลายราย โดยไม่จำกัดสถานที่และไม่อยู่ภายใต้การจดจำหนายเดียวกัน ยกตัวอย่างเช่น บัตรโดยสารรถไฟฟ้าที่สามารถใช้ชำระค่าโดยสาร และชำระค่าสินค้าที่ร้านค้าอื่น ๆ ได้ ปัจจุบันมีผู้ได้รับใบอนุญาตให้เป็นผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) จากธนาคารแห่งประเทศไทยจำนวน 22 ราย ซึ่งมีมากถึง 14 รายที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน ส่งผลทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลายในการเข้าถึง e-Wallet มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้กลุ่มผู้ให้บริการ e-Wallet ในประเทศไทยสามารถแบ่งเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Operator) กลุ่ม Fintech และกลุ่มผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. กลุ่มผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่/กลุ่มสื่อสาร (Telco) ที่เป็นผู้ให้บริการหลักในตลาด e-Wallet ซึ่งประสบความสำเร็จมาจากจุดเริ่มต้นของการเป็นผู้ให้บริการเติมเงินค่ามือถือผ่านแอปพลิเคชัน และขยายการให้บริการเพิ่มมากขึ้นทั้งในส่วนของ การโอนเงิน ชำระค่าสินค้าและบริการบิลเรียกเก็บต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก ซึ่งกลุ่มผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความได้เปรียบในเรื่องของฐานลูกค้าที่มีเป็นจำนวนมาก ผู้ให้บริการ e-Wallet ที่โดดเด่นในกลุ่มนี้ ได้แก่ AIS Mpay และ True Money wallet เป็นต้น

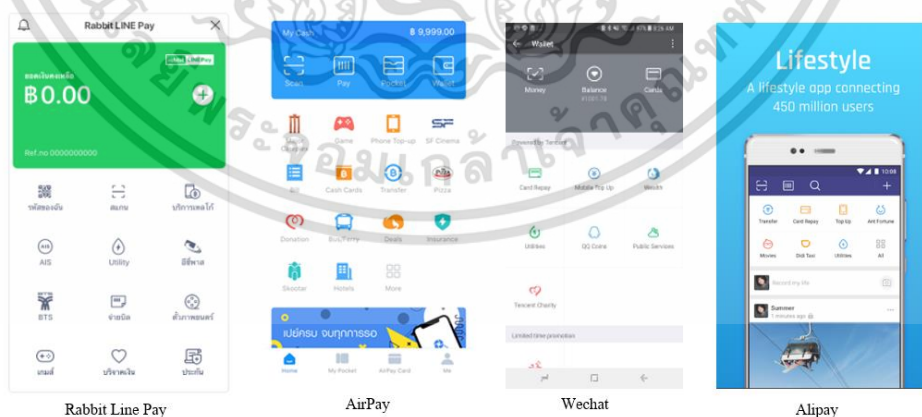
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.3 ตัวอย่างแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์กลุ่มผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ที่มา : <https://www.ais.co.th/mpay/> , <https://www.truemoney.com/>

2. กลุ่ม FinTech เป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตให้เป็นผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) จากธนาคารแห่งประเทศไทยรวมถึงกลุ่มผู้ให้บริการต่างชาติโดยส่วนใหญ่เริ่มจากการเป็นผู้ให้บริการชำระเงินออนไลน์แล้วพัฒนามาเป็นผู้ให้บริการในตลาด e-Wallet กลยุทธ์หลักของผู้ให้บริการกลุ่มนี้คือการทำให้ผู้ใช้ดาวน์โหลดและมีการใช้งานรวมทั้งเน้นหนักไปที่การทำโปรโมชั่น เนื่องจากผู้บริโภคไม่มีความภักดี ซึ่งเมื่อได้เห็นราคาหรือของแถมที่จูงใจก็พร้อมจะใช้บริการ e-Wallet นั้นในการจ่ายซื้อสินค้าทันที ทั้งนี้ผู้ให้บริการในตลาดที่โดดเด่นของกลุ่ม ได้แก่ Rabbit Line Pay, AirPay, Wechat และ Alipay เป็นต้น



ภาพที่ 2.4 ตัวอย่างแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์กลุ่ม FinTech

ที่มา : <https://pay.line.me/portal/th/main>, <https://app.airpay.in.th/th/home>, <https://pawoot.wordpress.com>, <https://pawoot.wordpress.com/2017/11/05/open-wechatpay>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. กลุ่มผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นกลุ่มผู้ให้บริการที่มองว่าสมาร์ตโฟนทำหน้าที่เป็นบัตรเครดิตเสมือน (Virtual Credit Card) ใช้จ่ายเงินได้เหมือนกับบัตรเครดิตจริง ๆ รูปแบบการเติมเงินเป็นการผูกกับบัตรเครดิตเพื่อใช้วงเงินเครดิตเดียวกัน กระบวนการออกบัตร กำหนดวงเงิน จ่ายหนี้ค่าบัตรเครดิต ยังเป็นความรับผิดชอบของธนาคารผู้ออกบัตรเหมือนเดิม โดยผู้ให้บริการทุกรายสามารถสื่อสารระหว่างมือถือกับเครื่องจ่ายเงินด้วยเทคโนโลยีคลื่นวิทยุ NFC (Near Field Communication) ได้แก่ Samsung Pay, Apple Pay และ Google Pay



ภาพที่ 2.5 ตัวอย่างแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์กลุ่มผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่

ที่มา : <https://www.samsung.com/th/samsungpay/more-info/>, <https://support.apple.com/th-th/guide/iphone/iphbd4cf42b4/ios>, <https://www.marketingoops.com/digital-life/google-pay/>

### 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลัญจรัตน์ นพแก้ว (2561) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Payment) ของผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงินและผู้ให้บริการที่มีไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-Bank) โดยมีระเบียบวิธีศึกษาเชิงปริมาณภายใต้ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยผลิตภัณฑ์ ปัจจัยราคา ปัจจัยการจัดจำหน่าย ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยบุคคล ปัจจัยกระบวนการ และปัจจัยลักษณะทางกายภาพ และแนวคิดอิทธิพลทางสังคม ซึ่งเก็บรวบรวมกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลซึ่งเกิดตั้งแต่ พ.ศ. 2489 – 2552 ที่รู้จักบริการการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทั้งของผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงินและผู้ให้บริการที่มีไม่ใช่สถาบันการเงิน จำนวน 405 ชุด และวิเคราะห์ผลเชิงปริมาณ โดยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) สามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างได้เป็น 4 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการทางการเงินหรือชำระเงินผ่าน Mobile Banking Application (2) กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการทางการเงินหรือชำระเงินผ่าน Non-Bank Application (3) กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการทางการเงิน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือชำระเงินผ่าน Mobile Banking Application และ (4) กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการทางการเงิน หรือชำระเงินผ่าน Non-Bank Application ซึ่งผลการศึกษพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลทางบวกต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Payment ทั้ง 4 กลุ่มตัวอย่าง โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ปัจจัยลักษณะทางกายภาพสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการทางการเงินหรือชำระเงินผ่าน Mobile Banking Application ปัจจัยบุคคล สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการทางการเงินหรือชำระเงินผ่าน Non-Bank Application และปัจจัยการจัดจำหน่าย สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการทางการเงินหรือชำระเงินผ่าน Non-Bank Application และสำหรับปัจจัยอิทธิพลทางสังคมมีผลทางบวกต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Payment เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการทางการเงินหรือชำระเงินผ่าน Mobile Banking Application เท่านั้น

วิวัฒน์ จันทร์เขตต์ และสิงหะ ฉวีสุข (2562) ศึกษาเรื่องการยอมรับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตภาคกลาง ประเทศไทย เพื่อศึกษาระดับการยอมรับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตภาคกลาง ประเทศไทยจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ทั้งนี้งานวิจัยฉบับนี้มีการเก็บตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง จากการศึกษาพบว่าเพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการยอมรับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ แต่อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันจะมีระดับการยอมรับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน โดยที่กลุ่มที่มีอายุอยู่ในช่วง 21 - 30 ปี มีการยอมรับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 31 - 45 ปี กลุ่มที่มีการศึกษาค่ากว่าปริญญาตรี มีการยอมรับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีการยอมรับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าทุกกลุ่มอาชีพ และกลุ่มที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีการยอมรับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้สูง เนื่องจากกลุ่มที่มีอายุอยู่ในช่วง 21 - 30 ปีเป็นกลุ่มที่อยู่ในเจนเอเรชั่น วาย ช่วงคนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้อยู่ในช่วง 15,001 - 35,000 บาทเป็นส่วนมาก

ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย (2562) ศึกษาเรื่องการยอมรับการใช้โมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์อย่างต่อเนื่อง การศึกษานี้เน้นด้านแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้งที่ให้บริการโดยธนาคารพาณิชย์ไทย การเก็บรวบรวมข้อมูลเก็บโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างเฉพาะที่มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้งที่ให้บริการโดยธนาคารพาณิชย์ไทย ผลการศึกษพบว่า การยอมรับโมบายแบงก์กิ้งจากผู้ใช้ออปพลิเคชันออนไลน์ของธนาคารพาณิชย์ไทยประกอบด้วย 4 ปัจจัย คือ ความคาดหวังด้านการปฏิบัติการ (Performance Expectation) ความคาดหวังจากความพยายาม (Effort expectation) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก

(Facilitating Conditions) เป็นปัจจัยสำคัญในการยอมรับโมบายแบงก์กิ้งการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของปัจจัยการยอมรับโมบายแบงก์กึ่งทั้ง 4 ที่ส่งผลต่อการใช้โมบายแบงก์กึ่งอย่างต่อเนื่อง พบว่า ความคาดหวังด้านผลการปฏิบัติงานส่งผลต่อการใช้โมบายแบงก์กึ่งอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ อิทธิพลทางสังคมและสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลต่อการใช้โมบายแบงก์กึ่งอย่างต่อเนื่อง แต่ ความคาดหวังจากการพยายามไม่ส่งผลต่อการการใช้โมบายแบงก์กึ่งอย่างต่อเนื่อง จากค่า สัมประสิทธิ์มาตรฐานของการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่าปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมมีผลต่อการใช้โมบายแบงก์กึ่งอย่างต่อเนื่องมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านความคาดหวังด้านผลการปฏิบัติงานและสิ่งอำนวยความสะดวกในส่วนของความแตกต่างส่วนบุคคล ประสบการณ์ในการใช้โมบายแบงก์กึ่งส่งผลต่อการใช้โมบายแบงก์กึ่งอย่าง ความแตกต่างด้านเพศ อายุ และการศึกษาไม่ส่งผลต่อการใช้โมบายแบงก์กึ่งอย่างต่อเนื่อง

จิตฎา แก้วแทน (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน เพื่อศึกษาทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ความเชื่อมั่นในการออนไลน์ การรับรู้ความเสี่ยง ที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน ประชากรที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 437 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ด้านความเชื่อมั่นในการออนไลน์ และด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง จากการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.37, 4.27, 4.01 และ 3.51 ตามลำดับ และปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านความเชื่อมั่นในการออนไลน์ และด้านการรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน

เกศวิฑู ทิพยศ (2557) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์เพื่อที่จะนำผลการวิจัยศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์รวมทั้งสามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์เพื่อขยายฐานลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ กลุ่มลูกค้าของธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่เคยใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของธนาคาร ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ใช้การสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากประชากรทั้งหมด จากการศึกษาวิจัย พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ (Online Banking) ของลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ การทำธุรกรรมของลูกค้าผ่านทางธนาคารออนไลน์ได้รับการดำเนินการอย่างถูกต้องแม่นยำ ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยเมื่อทำธุรกรรม

ออนไลน์กับเว็บไซต์ของธนาคาร ลูกค้าสามารถเข้าถึงเว็บเพจของธนาคารได้อย่างรวดเร็วและเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ง่ายตาย การทำธุรกรรมผ่านทางเว็บของธนาคารสามารถดำเนินการจนเสร็จบริบูรณ์ด้วยความรวดเร็ว และธนาคารช่วยแก้ปัญหาที่ฉันพบกับการทำธุรกรรมออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว ตามลำดับ และพบว่าส่วนประสมทางการตลาดของการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ (Online Banking) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคาบริการ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative research) ในรูปแบบของงานศึกษาเชิงสำรวจ (Survey research) ซึ่งทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งจะนำมาวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ และสรุปผลในเชิงสถิติของผลการศึกษาในครั้งนี้ โดยทางผู้ศึกษามีวิธีดำเนินการและขั้นตอนการศึกษาดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ กลุ่มประชากรใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยทำการเก็บข้อมูลจากผู้ให้บริการที่ปัจจุบันอาศัยในกรุงเทพมหานคร หรือทำงาน / ประกอบกิจการในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

##### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ประชากรที่ใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คนเนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยผู้ศึกษากำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนจากการใช้สูตรการคำนวณของ W.G. Cochran (1953) ซึ่งมีวิธีการคำนวณดังนี้ โดยกำหนดสัดส่วนของประชากรที่ต้องการสุ่มเท่ากับ 0.5 มีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2} \quad (3.1)$$

- เมื่อ  $n$  แทนขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
- $P$  แทนสัดส่วนของประชากรที่ต้องการสุ่ม ซึ่งกำหนดไว้ 0.5
- $Z$  แทน Z score ขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่น ซึ่งความเชื่อมั่นที่ผู้ศึกษา กำหนดไว้ 95% นั่นคือ  $\alpha = 0.05$  ทำให้ค่า  $Z$  ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่าเท่ากับ 1.96
- $d$  แทนสัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นมีค่าเท่ากับ 0.05

$$n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2} = 385$$

จากสูตรการคำนวณข้างต้น ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 385 ตัวอย่าง โดยผู้ศึกษาได้เพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างอีก 15 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดและการตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ ดังนั้นการศึกษานี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

### 3.1.3 การสุ่มตัวอย่าง

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาทำการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช่ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยมีขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่างโดยใช้สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ 2 กลุ่ม ๆ ละ 200 ตัวอย่าง คือ กลุ่มธนาคารพาณิชย์ และกลุ่มที่ไม่มีธนาคารพาณิชย์ และใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) รวมเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจะเป็นลักษณะการเป็นผ่านแบบสอบถามออนไลน์ โดยการสร้างแบบสอบถามใน Google Form และกระจายแบบสอบถามไปสู่กลุ่มตัวอย่างผ่านช่องทางออนไลน์โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) เช่น กลุ่มตลาดนัดออนไลน์ซื้อขายสินค้าทุกชนิด ตลาดออนไลน์ซื้อขายฟรี เป็นต้น

## 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามในลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ มีจำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ได้แก่

1. ท่านใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ยี่ห้อใดบ่อยที่สุด
2. ท่านใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ซื้อสินค้าหรือบริการใดมากที่สุด
3. ท่านใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในการชำระค่าสินค้าและบริการสถานที่ใดบ่อยที่สุด
4. ท่านใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในช่วงเวลาใดบ่อยที่สุด
5. สาเหตุสำคัญที่ทำให้ท่านใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด

และแบบสอบถามลักษณะอัตราส่วน (Ratio Scale) ประกอบด้วย

6. ท่านใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์โดยเฉลี่ยกี่ครั้งต่อสัปดาห์
7. ท่านใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์โดยเฉลี่ยครั้งละกี่บาท

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 17 ข้อ ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ด้านความคาดหวังการใช้ความพยายาม ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และการรับรู้ด้านความไว้วางใจ โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบ Likert Scale เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) โดยมีวิธีการวัดความคิดเห็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Linkert Scale) ดังนี้

5	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ระดับเห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ระดับเห็นเห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ระดับเห็นเห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ระดับเห็นเห็นด้วยน้อย
1	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ระดับเห็นเห็นด้วยน้อยที่สุด

เกณฑ์ในการแบ่งคะแนนเฉลี่ยสำหรับระดับความคิดเห็น โดยผลจากการคำนวณจะใช้สูตรการหาความกว้างอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอัตราภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} & (3.2) \\
 &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกณฑ์การวัดระดับความคิดเห็นที่ได้ สามารถแบ่งออกได้ตาม ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น
4.21 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิดผู้ตอบคำถามเขียนลงในช่องว่าง

#### การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้ศึกษาทำการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา โดยนำแบบทดสอบไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยผู้ศึกษานำแบบสอบถามไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาหรือผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับเรื่องที่ทำการศึกษา ช่วยพิจารณาความเหมาะสมของภาษา เนื้อหา และความครอบคลุมของคำถาม (Content Validity) เพื่อขอคำแนะนำเพิ่มเติมและทำการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้ถูกต้องเหมาะสม จากนั้นผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด (Pre-test) แล้วนำไปหาค่าโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) วิธีการคำนวณ Cronbach's Alpha จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมา ซึ่งจะมีความระหว่าง  $0 \leq \alpha \leq 1$  โดยค่าที่ใกล้เคียง 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง เกณฑ์การยอมรับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory research) เมื่อค่า  $\alpha$  มากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามนั้นมีความเชื่อมั่นระดับสูง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546) โดยมีเกณฑ์ในการแปลผลค่าความเชื่อมั่น ดังนี้

ค่าความเชื่อมั่น	ระดับความเชื่อมั่น
0.71 – 1.00	สูง
0.41 – 0.70	ปานกลาง
0.21 – 0.40	ต่ำ
0.00 – 0.20	ต่ำมากหรือไม่มีเลย

ซึ่งจากการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นด้วยสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ของแบบสอบถามนี้ ได้ค่าเท่ากับ 0.879 แสดงดังตารางที่ 3.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.1 แสดงค่าการทดสอบความเชื่อมั่น ด้วยวิธี Cronbach's Alpha

ตัวแปร	จำนวนคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha
การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน	6	0.753
ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม	3	0.544
สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก	4	0.720
การรับรู้ด้านความไว้วางใจ	4	0.848
รวม		0.879

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจข้อมูล เพื่อศึกษาและสรุปปัจจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งดังนี้

#### 3.3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 400 ชุด โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 3.3.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีการเก็บรวบรวมไว้แล้ว ได้แก่ บทความวารสาร หนังสือทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ รายงานวิจัย และเว็บไซต์ เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างได้ครบถ้วนสมบูรณ์แล้ว ผู้ศึกษาได้ทำการประมวลผลผ่านวิธีการทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล โดยมิขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

#### 3.4.1 การตรวจสอบข้อมูล ผู้ศึกษาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.4.2 การลงรหัส นำแบบสอบถามที่ถูกต้อง มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า

3.4.3 การประมวลผลข้อมูล นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผล ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยทำการวิเคราะห์ทางสถิติด้วยค่าความเชื่อมั่นในระดับร้อยละ 95 เป็นเกณฑ์ในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานการศึกษา

3.4.4 นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงบรรยายกับแบบสอบถามในแต่ละส่วน ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 นำข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง นำมาจัดเป็นหมวดหมู่แยกเป็น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยนำข้อมูลมาหาค่าความถี่และค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปแบบของตารางพร้อมอธิบาย

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย ความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ และมูลค่าเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง โดยนำข้อมูลมาหาค่าความถี่และค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปแบบของตารางพร้อมอธิบาย

แบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และการรับรู้ด้านความไว้วางใจ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ โดยนำข้อมูลมาหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พร้อมนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย

### 3.4.5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานและสถิติที่ใช้ในการทดสอบปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยการยอมรับการใช้และพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ แสดงดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 สมมติฐานและสถิติที่ใช้ในการทดสอบปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานการศึกษา	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน	
1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน	t-test
1.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน	One Way ANOVA

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

สมมติฐานการศึกษา	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
1.3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน	One Way ANOVA
1.4 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน	One Way ANOVA
1.5 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน	One Way ANOVA
สมมติฐาน 2 การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ด้านความไว้วางใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	Multiple Linear Regression Analysis

### 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ใช้การประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ซึ่งจะนำมาวิเคราะห์และสรุปผลในเชิงสถิติ ดังนี้

**3.5.1 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)** เป็นสถิติที่ใช้ในการบรรยายหรืออธิบายลักษณะต่าง ๆ ในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างหรือประชากร โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ทราบลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งสถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) สถิติน้ำหนักเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

**ค่าเฉลี่ย (Mean)** คือค่าเฉลี่ยที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง ใช้ในการอธิบายค่าของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ และข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์โดยใช้สูตร

$$\bar{X} = \frac{\sum x_i}{n} \quad (3.3)$$

เมื่อ  $\bar{X}$  แทนค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง  
 $\sum x_i$  แทนผลรวมคะแนนทั้งหมด  
 $n$  แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายค่าความถี่ของข้อมูล และสัดส่วนของจำนวนข้อมูลแต่ละข้อเมื่อเทียบกับข้อมูลรวมทั้งหมดที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 1 คือ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ และส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้สูตร ดังนี้

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนของข้อมูลแต่ละข้อ} \times 100}{\text{จำนวนข้อมูลรวมทั้งหมด}} \quad (3.4)$$

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ใช้ในการอธิบายความหมายของข้อมูลที่ได้จากการทำแบบสอบถามส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ และข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้สูตร

$$s = i \sqrt{\frac{n \sum fd^2 - (\sum fd)^2}{n(n-1)}} \quad (3.5)$$

เมื่อ s แทนค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  
n แทนจำนวนข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง  
i แทนอันตรภาคชั้น (ช่วงห่างของข้อมูลแต่ละชั้น)  
f แทนความถี่ของคะแนน  
d แทนค่ากึ่งกลางอันตรภาคชั้น

3.5.2 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่นำค่าสถิติที่ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างแล้วนำผลอ้างอิงไปยังกลุ่มประชากร เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานการศึกษาคูความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้สถิติในการทดสอบสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

สถิติ t-test ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน โดยทดสอบสมมติฐานข้อ 1 ด้านเพศ คือ ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน โดยใช้สูตร Independent Sample t-test ดังนี้

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}} \quad (3.6)$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อ	$t$	แทนค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน t-distribution
	$\bar{x}_1, \bar{x}_2$	แทนค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
	$s_1^2, s_2^2$	แทนค่าความแปรปรวนของคะแนนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ตามลำดับ
	$n_1, n_2$	แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ใช้ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มแต่ไม่เกิน 30 กลุ่ม โดยดูค่าความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variance และใช้สถิติวิเคราะห์จากค่า ANOVA (F) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร

$$F = \frac{MS_b}{MS_w} \quad (3.7)$$

เมื่อ	$F$	แทนค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
	$MS_b$	แทนค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	$MS_w$	แทนค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

การวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 คือปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมกรการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการศึกษาถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ที่มีหลายตัวร่วมกัน ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม และสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกว่าจะมีผลต่อตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ พฤติกรรมกรใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างไรบ้าง ซึ่งมีสมการพยากรณ์ดังนี้

สถิติทดสอบนัยสำคัญของ  $b_i$  หรือ  $\beta_i$

$$t = \frac{b_i}{S_{b_i}}, df = n-k-1 \quad (3.8)$$

เมื่อ	$t$	แทนค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน t-distribution
-------	-----	--

$b_i$  แทนค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรือสัมประสิทธิ์การพยากรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตเห็นาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$S_{b_i}$  แทนส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอยหรือสัมประสิทธิ์การพยากรณ์

$n$  แทนจำนวนตัวอย่าง

$k$  แทนจำนวนตัวแปรอิสระในสมการถดถอย

สถิติทดสอบนัยสำคัญของ  $R^2$

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}, df = k, n-k-1 \quad (3.9)$$

เมื่อ  $F$  แทนค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution

$R$  แทนสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

$n$  แทนจำนวนตัวอย่าง

$k$  แทนจำนวนตัวแปรอิสระในสมการถดถอย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประชากรศาสตร์ และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลข้อมูลของผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประชากรศาสตร์

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้าน การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ด้านความไว้วางใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

#### 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้ผลวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	166	41.50
หญิง	234	58.50
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. อายุ		
น้อยกว่า 21 ปี	15	3.75
21 – 30 ปี	247	61.75
31 – 40 ปี	93	23.25
41 – 50 ปี	35	8.75
มากกว่า 50 ปี	10	2.50
รวม	400	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	19	4.75
ปริญญาตรี	261	65.25
สูงกว่าปริญญาตรี	120	30.00
รวม	400	100.00
4. อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	50	12.50
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	26	6.50
พนักงานบริษัทเอกชน	302	75.50
ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	18	4.50
อื่นๆ	4	1
รวม	400	100.00
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	35	8.75
10,001 – 15,000 บาท	15	3.75
15,001 – 20,000 บาท	20	5.00
20,001 – 25,000 บาท	41	10.25
มากกว่า 25,001 บาท ขึ้นไป	289	72.25
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีข้อมูลส่วนบุคคลดังต่อไปนี้

**เพศ** จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้เป็นเพศหญิงมีจำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50 และเพศชายจำนวน 166 คน เป็นร้อยละ 41.5 โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

**อายุ** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 รองลงมาคือมีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 มีอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 มีอายุน้อยกว่า 21 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 และมีอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

**ระดับการศึกษา** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.25 รองลงมาคือมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 ตามลำดับ

**อาชีพ** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50 รองลงมาคือมีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ถัดมาคือมีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ถัดมาคือมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ ว่างงาน อาชีพอิสระ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

**รายได้เฉลี่ยต่อเดือน** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.25 ถัดมาคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 ถัดมาคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 ถัดมาคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ

#### 4.2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ใช้ e-Wallet ยี่ห้อใดสำหรับชำระค่าสินค้าและบริการ ซื้อสินค้าหรือบริการใด ใช้ชำระค่าสินค้าและบริการสถานที่ใด ใช้บริการในช่วงเวลาใด สาเหตุสำคัญที่ทำให้ท่านใช้บริการ ใช้บริการโดยเฉลี่ยกี่ครั้งต่อสัปดาห์ และใช้บริการโดยเฉลี่ยครั้งละกี่บาท ตารางที่ 4.2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ท่านใช้ e-Wallet ยี่ห้อใดบ่อยที่สุด สำหรับชำระค่าสินค้าและบริการ		
True Money Wallet	151	37.75
SCB easy	107	26.75
K PLUS	92	23.00
Rabbit LINE Pay	26	6.50
AirPay	23	5.75
อื่น ๆ เช่น GSB Mymo	1	0.25
รวม	400	100.00
2. ท่านใช้ e-Wallet ซื้อสินค้าหรือบริการใดมากที่สุด		
สินค้าบริโภค	208	52.00
สินค้าอุปโภค	89	22.25
เสื้อผ้า / เครื่องแต่งกาย	55	13.75
ของใช้และของแต่งบ้าน	17	4.25
ยา สุขภาพ และความงาม	8	2.00
เครื่องใช้ไฟฟ้า	7	1.75
อื่น ๆ เช่น ซื้อเกมออนไลน์ ซื้อสติ๊กเกอร์ไลน์ จ่ายบิล	16	4.00
รวม	400	100.00
3. ท่านใช้บริการ e-Wallet ในการชำระค่าสินค้าและบริการสถานที่ใดบ่อยที่สุด		
ร้านค้าออนไลน์	145	36.25
ร้านค้าสะดวกซื้อ	139	34.75
ร้านอาหาร	51	12.75
ร้านเครื่องดื่ม / กาแฟ	26	6.50
ห้างสรรพสินค้า	24	6.00
ตลาดนัด	8	2.00
อื่น ๆ เช่น รถไฟฟ้าบีทีเอส บ้านพัก	7	1.75
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. ท่านใช้บริการ e-Wallet ในช่วงเวลาใดบ่อยที่สุด		
06.00 – 10.00 น.	21	5.25
10.01 – 14.00 น.	82	20.50
14.01 – 18.00 น.	106	26.50
18.01 – 22.00 น.	177	44.25
22.01 – 02.00 น.	12	3.00
02.00 – 05.59 น.	2	0.50
รวม	400	100.00
5. สาเหตุสำคัญที่ทำให้ท่านใช้บริการ e-Wallet มากที่สุด		
ใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว	192	48.00
ลดการพกเงินสด	71	17.75
ใช้ซื้อของออนไลน์	61	15.25
ได้รับสิทธิพิเศษ/ส่วนลด	26	6.50
ได้คะแนนสะสม/คูปอง	21	5.25
ได้รับเงินคืน/Cash back	12	3.00
ลดเวลาการรอเงินทอน	7	1.75
เห็นจากสื่อ/โฆษณา	4	1.00
อื่น ๆ เช่น ลดการสัมผัสเงินสด เชื่อมต่อบัตรเครดิต	6	1.50
รวม	400	100.00
6. ท่านใช้บริการ e-Wallet โดยเฉลี่ยกี่ครั้งต่อสัปดาห์		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15 ครั้ง	381	95.25
16 – 30 ครั้ง	14	3.50
31 – 45 ครั้ง	2	0.50
มากกว่า 46 ครั้ง ขึ้นไป	3	0.75
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7. ท่านใช้บริการ e-Wallet โดยเฉลี่ยครั้งละกี่บาท		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท	191	47.80
101 – 200 บาท	42	10.50
201 – 300 บาท	44	11.00
301 – 400 บาท	10	2.50
มากกว่า 401 บาท ขึ้นไป	113	28.20
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ดังต่อไปนี้

ท่านใช้ e-Wallet ยี่ห้อใดบ่อยที่สุด สำหรับชำระค่าสินค้าและบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-Wallet ยี่ห้อ True Money Wallet จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 รองลงมาคือ SCB easy จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 ถัดมาคือ K PLUS จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23 ถัดมาคือ Rabbit LINE Pay จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ถัดมาคือ AirPay จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 และอื่น ๆ ได้แก่ GSB Mymo จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ท่านใช้ e-Wallet ชื้อสินค้าหรือบริการใดมากที่สุด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เพื่อซื้อ สินค้าบริโภค จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาใช้เพื่อซื้อ สินค้าอุปโภค จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 ถัดมาใช้เพื่อซื้อ เสื้อผ้า / เครื่องแต่งกาย จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 ถัดมาใช้เพื่อซื้อ ของใช้และของแต่งบ้าน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 ถัดมาใช้เพื่อซื้อ อื่น ๆ ได้แก่ ซื้อเกมสล็อตออนไลน์ ซื้อสติ๊กเกอร์ไลน์ จ่ายบิลค่าเดินทาง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ถัดมาใช้เพื่อซื้อ ยา สุขภาพ และความงาม จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 และใช้เพื่อซื้อ เครื่องใช้ไฟฟ้า จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

ท่านใช้บริการ e-Wallet ในการชำระค่าสินค้าและบริการสถานที่ใดบ่อยที่สุด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ ร้านค้าออนไลน์ จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 รองลงมาใช้บริการที่ ร้านค้าสะดวกซื้อ จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 ถัดมาใช้บริการที่ ร้านอาหาร จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 ถัดมาใช้บริการที่ ร้านเครื่องดื่ม / กาแฟ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ถัดมาใช้บริการที่ ห้างสรรพสินค้า จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ถัดมาใช้บริการที่ ตลาดนัด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 และใช้บริการที่ อื่น ๆ ได้แก่

รถไฟฟ้าบีทีเอส บ้านพัก จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ท่านใช้บริการ e-Wallet ในช่วงเวลาใดบ่อยที่สุด** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ในช่วงเวลา 18.01 – 22.00 น. จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 รองลงมาใช้ในช่วงเวลา 14.01 – 18.00 น. จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 ถัดมาใช้ในช่วงเวลา 10.01 – 14.00 น. จำนวน 82 คน คิดเป็นจำนวน 20.50 ถัดมาใช้ในช่วงเวลา 06.00 – 10.00 น. จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 ถัดมาใช้ในช่วงเวลา 22.01 – 02.00 น.จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และใช้ในช่วงเวลา 02.00 – 05.59 น. จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

**สาเหตุสำคัญที่ทำให้ท่านใช้บริการ e-Wallet** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้วยเหตุผล ใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมาเหตุผลคือ ลดการพกเงินสด จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 ถัดมาเหตุผลคือ ใช้ชื่อของออนไลน์ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 ถัดมาเหตุผลคือ ได้รับเงินคืน / Cash back จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ถัดมาเหตุผลคือ ลดเวลาการรอเงินทอน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ถัดมาเหตุผลคือ อื่น ๆ ได้แก่ ลดการสัมผัสเงินสด เชื่อมต่อบัตรเครดิต ต้องการใช้งาน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 และเหตุผล เห็นจากสื่อ / โฆษณา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

**ท่านใช้บริการ e-Wallet โดยเฉลี่ยกี่ครั้งต่อสัปดาห์** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีจำนวนครั้ง โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15 ครั้ง จำนวน 381 คน คิดเป็นร้อยละ 95.25 รองลงมา มีจำนวนครั้ง โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ 16 – 30 ครั้ง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ถัดมา มีจำนวนครั้ง โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ มากกว่า 46 ครั้ง ขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 และมีจำนวนครั้ง โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ 31 – 45 ครั้ง จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

**ท่านใช้บริการ e-Wallet โดยเฉลี่ยครั้งละกี่บาท** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มูลค่าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.80 รองลงมา มูลค่าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง มากกว่า 401 บาท ขึ้นไป จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.20 ถัดมามูลค่าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 201 – 300 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11 ถัดมามูลค่าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 101 – 200 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 และมูลค่าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 301 – 400 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และการรับรู้ด้านความไว้วางใจ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับของปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยการยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน	4.19	0.53	เห็นด้วยมาก	3
ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม	4.23	0.52	เห็นด้วยมากที่สุด	1
สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก	4.22	0.56	เห็นด้วยมากที่สุด	2
การรับรู้ด้านความไว้วางใจ	3.84	0.66	เห็นด้วยมาก	4

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ให้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานครมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์โดยพิจารณาเป็นรายชื่อ สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม พบว่าความคาดหวังด้านการใช้ความพยายามอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 4.23 และระดับของความคาดหวังด้านการใช้ความพยายามไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.52

ลำดับที่ 2 สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่าสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 4.22 และระดับของสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.56

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 3 การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน พบว่าการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 4.19 และระดับของการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.53

ลำดับที่ 4 การรับรู้ด้านความไว้วางใจ พบว่าการรับรู้ด้านความไว้วางใจอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 3.84 และระดับของการรับรู้ด้านความไว้วางใจไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.66

**ตารางที่ 4.4** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับของปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ท่านทราบว่าการใช้งาน e-Wallet ได้รับความสะดวกรวดเร็วมากกว่าการใช้จ่ายด้วยเงินสด	4.64	0.56	เห็นด้วยมากที่สุด	1
2. ท่านทราบว่าการใช้งาน e-Wallet สามารถลดข้อผิดพลาดในการทอนเงิน	4.62	0.64	เห็นด้วยมากที่สุด	2
3. ท่านทราบว่าการใช้งาน e-Wallet ช่วยควบคุมการใช้จ่ายได้	3.19	1.15	เห็นด้วยปานกลาง	6
4. ท่านทราบว่าบริการ e-Wallet สามารถทำงานได้อย่างถูกต้อง มีความปลอดภัย	4.08	0.77	เห็นด้วยมาก	5
5. ท่านทราบว่าบริการ e-Wallet สามารถเข้าถึงได้ทุกเวลาที่ต้องการ	4.17	0.86	เห็นด้วยมาก	4
6. ท่านทราบว่าบริการ e-Wallet มีการแจ้งเตือนทุกครั้งที่ทำรายการ	4.43	0.70	เห็นด้วยมากที่สุด	3

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ให้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานครมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน โดยพิจารณาเป็นรายชื่อ สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การใช้งาน e-Wallet ได้รับความสะดวกรวดเร็ว มากกว่าการใช้จ่ายด้วยเงินสด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 ซึ่งเห็นด้วยมากที่สุด และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.56

ลำดับที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การใช้งาน e-Wallet สามารถลดข้อผิดพลาดในการทอนเงิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 ซึ่งเห็นด้วยมากที่สุด และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.64

ลำดับที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า บริการ e-Wallet มีการแจ้งเตือนทุกครั้งที่ทำรายการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ซึ่งเห็นด้วยมากที่สุด และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.70

ลำดับที่ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า บริการ e-Wallet สามารถเข้าถึงได้ทุกเวลาที่ต้องการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ซึ่งเห็นด้วยมากที่สุด และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.86

ลำดับที่ 5 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า บริการ e-Wallet สามารถทำงานได้อย่างถูกต้อง มีความปลอดภัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ซึ่งเห็นด้วยมากที่สุด และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.77

ลำดับที่ 6 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า บริการ e-Wallet สามารถทำงานได้อย่างถูกต้อง มีความปลอดภัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 ซึ่งเห็นด้วยมากที่สุด และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานแตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.15

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับของปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านความคาดหวังด้านการใช้ความพยายามของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. การใช้บริการ e-Wallet เป็นเรื่องง่าย	4.45	0.67	เห็นด้วยมากที่สุด	2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
2. การใช้บริการ e-Wallet ไม่จำเป็นต้องใช้ทักษะทางเทคโนโลยี	3.65	1.00	เห็นด้วยมาก	3
3. ท่านสามารถเรียนรู้ และทำความเข้าใจการใช้งาน e-Wallet ได้ด้วยตนเอง	4.56	0.57	เห็นด้วยปานกลาง	1

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ให้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานครมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านความคาดหวังด้านการใช้ความพยายามโดยพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า สามารถเรียนรู้ และทำความเข้าใจการใช้งาน e-Wallet ได้ด้วยตนเอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ซึ่งเห็นด้วยมากที่สุด และระดับความคิดเห็นด้านความคาดหวังด้านการใช้ความพยายามไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.57

ลำดับที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การใช้บริการ e-Wallet เป็นเรื่องง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ซึ่งเห็นด้วยมากที่สุด และระดับความคิดเห็นด้านความคาดหวังด้านการใช้ความพยายามไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.67

ลำดับที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า การใช้บริการ e-Wallet ไม่จำเป็นต้องใช้ทักษะทางเทคโนโลยี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ซึ่งเห็นด้วยมาก และระดับความคิดเห็นด้านความคาดหวังด้านการใช้ความพยายามแตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.00

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับของปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้าน สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกของ ผู้ให้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ผู้ให้บริการมีขั้นตอนและวิธีการใช้งาน e-Wallet อย่าง	4.15	0.78	เห็นด้วยมาก	3

ชัดเจน และเข้าใจง่าย  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
2. จำนวนร้านค้าที่รองรับการชำระผ่าน e-Wallet ครอบคลุม และหลากหลาย	3.80	0.86	เห็นด้วยมาก	4
3. สามารถเติมเงินเข้า e-Wallet ได้หลายช่องทาง และสะดวก	4.20	0.73	เห็นด้วยมาก	2
4. ท่านมีอุปกรณ์ / สมาร์ทโฟน อินเทอร์เน็ต ที่พร้อมใช้บริการ e-Wallet	4.75	0.49	เห็นด้วยมากที่สุด	1

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานครมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกโดยพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า มีอุปกรณ์ / สมาร์ทโฟน อินเทอร์เน็ต ที่พร้อมใช้บริการ e-Wallet โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 ซึ่งเห็นด้วยมากที่สุด และระดับความคิดเห็นด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.49

ลำดับที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า สามารถเติมเงินเข้า e-Wallet ได้หลายช่องทาง และสะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ซึ่งเห็นด้วยมาก และระดับความคิดเห็นด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.73

ลำดับที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ผู้ให้บริการมีขั้นตอนและวิธีการใช้งาน e-Wallet อย่างชัดเจน และเข้าใจง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ซึ่งเห็นด้วยมาก และระดับความคิดเห็นด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.78

ลำดับที่ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ผู้จำนวนร้านค้าที่รองรับการชำระผ่าน e-Wallet ครอบคลุม และหลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ซึ่งเห็นด้วยมาก และระดับความคิดเห็นด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.86

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับของปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านการรับรู้ด้านความไว้วางใจของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

การรับรู้ด้านความไว้วางใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ท่านเชื่อมั่นว่าบริการ e-Wallet ความปลอดภัย	4.02	0.79	เห็นด้วยมาก	2
2. ท่านเชื่อมั่นว่าร้านค้าปลายทางได้รับเงินค่าสินค้า / บริการแน่นอน	4.29	0.66	เห็นด้วยมากที่สุด	1
3. ท่านเชื่อมั่นว่าผู้ให้บริการ e-Wallet จะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน	3.42	1.07	เห็นด้วยมาก	4
4. ท่านเชื่อมั่นว่าผู้ให้บริการ e-Wallet จะชี้แจงปัญหาอย่างชัดเจนเมื่อเกิดความผิดปกติในการใช้บริการ	3.64	0.83	เห็นด้วยมาก	3

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ให้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานครมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านการรับรู้ด้านความไว้วางใจโดยพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า เชื่อมั่นว่าร้านค้าปลายทางได้รับเงินค่าสินค้า / บริการแน่นอน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ซึ่งเห็นด้วยมากที่สุด และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ด้านความไว้วางใจไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.66

ลำดับที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า เชื่อมั่นว่าบริการ e-Wallet ความปลอดภัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ซึ่งเห็นด้วยมาก และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ด้านความไว้วางใจไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.79

ลำดับที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า เชื่อมั่นว่าผู้ให้บริการ e-Wallet จะชี้แจงปัญหาอย่างชัดเจนเมื่อเกิดความผิดปกติในการใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ซึ่งเห็นด้วยมาก และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ด้านความไว้วางใจไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.83

ลำดับที่ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า เชื่อมั่นว่าผู้ให้บริการ e-Wallet จะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ซึ่งเห็นด้วยมาก และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ด้านความไว้วางใจแตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.07

#### 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประชากรศาสตร์

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐานว่าผู้ให้บริการที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบแบบ Independent-Samples T Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ดังต่อไปนี้

4.4.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน  
สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ต่างกัน

$H_0$ : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ที่ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 ผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ

พฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	เพศ				t	Sig.
	ชาย n = 166		หญิง n = 234			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
จำนวนครั้งต่อสัปดาห์	8.06	13.09	4.92	0.29	3.397	0.001**

หมายเหตุ : \*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์การทดสอบพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ โดยใช้สถิติ Independent-Samples T Test ในการทดสอบ สรุปได้ว่า จำนวนครั้งของการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่อสัปดาห์ มี Sig. เท่ากับ 0.001 แสดงว่า ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  คือ ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ที่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

สมมติฐานที่ 1.1.2 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้งต่างกัน

$H_0$ : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้งทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ

พฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	เพศ				t	Sig.
	ชาย n = 166		หญิง n = 234			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
มูลค่าการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	345.87	785.47	333.59	296.62	0.218	0.827

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้งสัปดาห์ จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ โดยใช้สถิติ Independent-Samples T Test ในการทดสอบ สรุปได้ว่า มูลค่าการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้ง มี Sig. เท่ากับ 0.827 แสดงว่า ยอมรับ  $H_0$  คือ ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

#### 4.4.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานที่ 1.2.1 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ต่างกัน

$H_0$ : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.10** ผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ

พฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	แหล่งความแปรปรวน	Df	F	Sig.
จำนวนครั้งต่อสัปดาห์	ระหว่างกลุ่ม	4	0.578	0.679
	ภายในกลุ่ม	395		
	รวม	399		

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ โดยใช้สถิติ One-way ANOVA ในการทดสอบ สรุปได้ว่า จำนวนครั้งของการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่อสัปดาห์ มี Sig. เท่ากับ 0.679 แสดงว่า ขอมรับ  $H_0$  คือ ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ไม่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้งต่างกัน

$H_0$ : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 ผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้งทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ

พฤติกรรมการใช้กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์	แหล่งความแปรปรวน	Df	F	Sig.
มูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	4	2.119	0.078
	ภายในกลุ่ม	395		
	รวม	399		

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้งทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ โดยใช้สถิติ One-way ANOVA ในการทดสอบ สรุปได้ มูลค่าของการใช้บริการกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ต่อครั้ง มี Sig. เท่ากับ 0.078 แสดงว่า ยอมรับ  $H_0$  คือ ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

#### 4.4.3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3.1 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ต่างกัน

$H_0$ : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ที่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา

พฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	แหล่งความแปรปรวน	Df	F	Sig.
จำนวนครั้งต่อสัปดาห์	ระหว่างกลุ่ม	2	4.520	0.011*
	ภายในกลุ่ม	397		
	รวม	399		

หมายเหตุ : \*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ One-way ANOVA ในการทดสอบ สรุปได้ จำนวนครั้งของการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่อสัปดาห์ มี Sig. เท่ากับ 0.011 แสดงว่า ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  คือ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ที่ต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.13 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี n = 19	ปริญญาตรี n = 161	สูงกว่าปริญญาตรี n = 120
	$\bar{x}$	6.05	7.19	4.16
ต่ำกว่าปริญญาตรี	6.05	-	0.601	0.402
ปริญญาตรี	7.19	-	-	0.003**
สูงกว่าปริญญาตรี	4.16	-	-	-

หมายเหตุ : \*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์มากกว่าผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และผู้ให้บริการที่มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับการศึกษาปริญญาตรีจะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ไม่ต่างจากผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

สมมติฐานที่ 1.3.2 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้งต่างกัน

$H_0$ : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้งทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา

พฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	แหล่งความแปรปรวน	Df	F	Sig.
มูลค่าการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	2	5.959	0.003**
	ภายในกลุ่ม	397		
	รวม	399		

หมายเหตุ : \*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้งทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ One-way ANOVA ในการทดสอบ สรุปได้ มูลค่าของการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่อครั้ง มี Sig. เท่ากับ 0.003 แสดงว่า ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  คือ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี n = 19	ปริญญาตรี n = 161	สูงกว่าปริญญาตรี n = 120
	$\bar{x}$	162.63	287.84	477.17
ต่ำกว่าปริญญาตรี	162.63	-	0.336	0.020*
ปริญญาตรี	287.84	-	-	0.002**
สูงกว่าปริญญาตรี	477.17	-	-	-

หมายเหตุ : \*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.020 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้งสูงที่สุด ส่วนพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี

#### 4.4.4 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4.1 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ต่างกัน

$H_0$ : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ที่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ

พฤติกรรมการใช้กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์	แหล่งความแปรปรวน	Df	F	Sig.
จำนวนครั้งต่อสัปดาห์	ระหว่างกลุ่ม	4	1.453	0.216
	ภายในกลุ่ม	395		
	รวม	399		

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ โดยใช้สถิติ One-way ANOVA ในการทดสอบ สรุปได้ จำนวนครั้งของการใช้บริการกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ต่อสัปดาห์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.216 แสดงว่า ขอมรับ  $H_0$  คือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ไม่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4.2 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้งต่างกัน

$H_0$ : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้งที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้งทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ

พฤติกรรมการใช้กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์	แหล่งความแปรปรวน	Df	F	Sig.
มูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	4	1.818	0.124
	ภายในกลุ่ม	395		
	รวม	399		

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ โดยใช้สถิติ One-way ANOVA ในการทดสอบ สรุปได้ มูลค่าของการใช้บริการกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ต่อครั้ง มีค่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ยืมได้เห็นว่าเอกสารนี้ไม่เหมาะสมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Sig. เท่ากับ 0.124 แสดงว่า ยอมรับ  $H_0$  คือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

#### 4.4.5 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5.1 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ต่างกัน

$H_0$ : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้

พฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	แหล่งความแปรปรวน	Df	F	Sig.
จำนวนครั้งต่อสัปดาห์	ระหว่างกลุ่ม	4	1.771	0.134
	ภายในกลุ่ม	395		
	รวม	399		

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้ โดยใช้สถิติ One-way ANOVA ในการทดสอบ สรุปได้ จำนวนครั้งของการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่อสัปดาห์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.134 แสดงว่า ยอมรับ  $H_0$  คือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ไม่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานที่ 1.5.2 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้งต่างกัน

$H_0$ : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้งที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้งทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้

พฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	แหล่งความแปรปรวน	Df	F	Sig.
มูลค่าการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	4	0.235	0.919
	ภายในกลุ่ม	395		
	รวม	399		

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้ โดยใช้สถิติ One-way ANOVA ในการทดสอบ สรุปได้ มูลค่าของการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่อครั้ง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.919 แสดงว่า ขอมรับ  $H_0$  คือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

#### 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้าน การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ด้านความไว้วางใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐานว่าการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ด้านความไว้วางใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้สถิติทดสอบ Multiple Linear Regression Analysis ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ด้านความไว้วางใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานที่ 2.1 การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ด้านความไว้วางใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งที่ใช้ต่อสัปดาห์

$H_0$ : การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ด้านความไว้วางใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งที่ใช้ต่อสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ด้านความไว้วางใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งที่ใช้ต่อสัปดาห์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งที่ใช้ต่อสัปดาห์

พฤติกรรมใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	แหล่งความแปรปรวน	Df	F	Sig.
จำนวนครั้งที่ต่อสัปดาห์	ระหว่างกลุ่ม	1	8.511	0.004**
	ภายในกลุ่ม	398		
	รวม	399		

หมายเหตุ : \*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งที่ใช้ต่อสัปดาห์ โดยใช้สถิติ Multiple Linear Regression Analysis วิธี Stepwise ในการทดสอบ สรุปได้ จำนวนครั้งของการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่อสัปดาห์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.004 แสดงว่า ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ด้านความไว้วางใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งที่ใช้ต่อสัปดาห์แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.21 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านความคาดหวังด้านการใช้ความพยายามที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งที่ใช้ต่อสัปดาห์

ปัจจัย	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่		-1.098	0.273
ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม	0.145	2.917	0.04

$R^2 = 0.021$ ; Adjusted  $R^2 = 0.018$ ; SEE = 9.142; F = 2.681

หมายเหตุ : \*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านความคาดหวังด้านการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งที่ใช้ต่อสัปดาห์ พบว่ามีค่า  $R^2$  เท่ากับ 0.021 แสดงว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ได้ร้อยละ 2.1 โดยการรับรู้ด้านความไว้วางใจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.04 ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 มีค่า Beta เท่ากับ 0.145 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งที่ใช้ต่อสัปดาห์ ส่วนปัจจัยด้าน การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และการรับรู้ด้านความไว้วางใจ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งที่ใช้ต่อสัปดาห์

สมมติฐานที่ 2.2 การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ด้านความไว้วางใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

$H_0$ : การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ด้านความไว้วางใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ด้านความไว้วางใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์  
ด้านมูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

พฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงิน อิเล็กทรอนิกส์	แหล่งความแปรปรวน	Df	F	Sig.
มูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	3	14.857	0.000**
	ภายในกลุ่ม	395		
	รวม	399		

หมายเหตุ : \*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง โดยใช้สถิติ Multiple Linear Regression Analysis วิธี Stepwise ในการทดสอบ สรุปได้ จำนวนครั้งของการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่อสัปดาห์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 แสดงว่า ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ด้านความไว้วางใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ตารางที่ 4.23 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้าน การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาดหวังด้าน  
การใช้ความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ด้านความไว้วางใจที่  
ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

ปัจจัย	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่		4.170	0.000
การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน	-0.286	-4.656	0.000**
ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม	-0.117	-2.253	0.025*
การรับรู้ด้านความไว้วางใจ	0.323	5.534	0.000**

$R^2 = 0.101$ ; Adjusted  $R^2 = 0.094$ ; SEE = 526.898; F = 14.857

หมายเหตุ : \*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้าน การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ด้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความไว้วางใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่ามีค่า  $R^2$  เท่ากับ 0.101 แสดงว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรม การใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ได้ร้อยละ 10.1 โดยการรับรู้ด้านความไว้วางใจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 มีค่า Beta เท่ากับ 0.323 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุด รองลงมาการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 มีค่า Beta เท่ากับ -0.286 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง ถัดมาความคาดหวังด้านการใช้ ความพยายาม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.025 ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 มีค่า Beta เท่ากับ -0.117 มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง ทั้งนี้มีข้อสังเกตว่าจาก ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน และความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม มีค่าคิดลบซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีความสามารถในการทำนายการยอมรับการใช้งาน กระเป๋าเงิน อิเล็กทรอนิกส์ในทางตรงข้าม ซึ่งอาจเกิดจากความคิดเห็นที่ต่างกันในเรื่องการรับรู้ว่าการใช้งาน กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ช่วยควบคุมการใช้จ่ายได้ การใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่ จำเป็นต้องใช้ทักษะทางเทคโนโลยี ส่วนปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงการสรุปผล การอภิปราย และข้อเสนอแนะการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัด กรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาคือ ผู้ที่ใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่อาศัย / ทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน และเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่อาศัย / ทำงานอยู่ในเขต กรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 – 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,001 บาท ขึ้นไป

5.1.2 พฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัด กรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ True Money Wallet มีวัตถุประสงค์ใช้เพื่อซื้อสินค้าบริโภค มีการชำระค่าสินค้าและบริการสถานที่ร้านค้าออนไลน์ ใช้บริการในช่วงเวลา 18.01 – 22.00 น. สาเหตุที่ใช้บริการคือใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว มีจำนวนครั้งการใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15 ครั้ง และมูลค่าการใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท

5.1.3 ระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ เมื่อพิจารณาทางด้านแล้วพบว่า ด้านความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สะดวก มีระดับความคิดเห็น เท่ากับ เห็นด้วยมากที่สุด ส่วนด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน และด้านการรับรู้ด้านความไว้วางใจ มีระดับความคิดเห็น เท่ากับ เห็นด้วยมาก ตามลำดับ

#### 5.1.4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประชากรศาสตร์

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างกัน สามารถสรุปผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้ดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

พฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์				
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้
ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์	✓	×	✓	×	×
ด้านมูลค่าการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	×	×	✓	×	×

หมายเหตุ : ✓ คือ ผลการทดสอบสมมติฐานแตกต่างกัน

× คือ ผลการทดสอบสมมติฐานไม่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 5.1 พบว่าผู้บริการที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันในด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา ส่วนปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกันในด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ และปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันในด้านมูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง ได้แก่ ระดับการศึกษา ส่วนปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกันในด้านมูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้

#### 5.1.5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านต่าง ๆ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ด้านความไว้วางใจที่ส่งผลต่อ

พฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าผู้ใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานด้านจำนวนครั้งที่ใช้ต่อสัปดาห์ ได้แก่ ด้านการรับรู้ด้านความไว้วางใจ โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) วิธี Stepwise พบว่ามีค่า  $R^2$  เท่ากับ 0.021 หมายความว่า ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ได้ร้อยละ 2.1 โดยการรับรู้ด้านความไว้วางใจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.04 ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 มีค่า Beta เท่ากับ 0.145 และผู้ใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานด้านมูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม และการรับรู้ด้านความไว้วางใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) วิธี Stepwise ซึ่งจากการศึกษาพบว่ามีค่า  $R^2 = 0.101$  นั้นหมายความว่า ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง ได้ร้อยละ 10.1 โดยปัจจัยด้านการรับรู้ด้านความไว้วางใจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 มีค่า Beta เท่ากับ 0.323 การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 มีค่า Beta เท่ากับ -0.286 และความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.025 ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 มีค่า Beta เท่ากับ -0.117 ตามลำดับ

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายได้ดังนี้

### 5.2.1 อภิปรายผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ที่มีเพศ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันนั้นมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน ซึ่งสามารถอภิปรายได้ดังนี้

**ปัจจัยด้านเพศ** พบว่าผู้บริโภครุ่นที่มีเพศชาย มีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์มากกว่าผู้บริโภครุ่นที่มีเพศหญิง โดยผู้ใช้บริการที่มีเพศชายอาจมีสนใจในเทคโนโลยี ชอบความทันสมัย โดยเพศชายอาจมีการเรียนรู้ด้านเทคโนโลยีได้ไวกว่าเพศหญิง และเพศหญิงมีความระมัดระวังเรื่องในเรื่องการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าเพศชาย เนื่องจากมีมีข่าวเกี่ยวข้องกับขอลดเงินในกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์สูญหายบ่อยครั้ง สอดคล้องกับเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาของ อรทัย เลื่อนวัน (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ : กรณีศึกษารวมการพัฒนาชุมชนศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศที่แตกต่างกัน โดยเพศชายมีการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศสูงกว่าเพศหญิง และสอดคล้องกับการศึกษาของ สิริพร บุรพาเดชะ และคณะ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การประเมินผลการเรียนรู้ออนไลน์และกระบวนการเรียนรู้ออนไลน์ : คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่าเพศชายจะสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้ดีกว่าเพศหญิง

จากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์แตกต่างกัน โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าเพศหญิง ผู้ให้บริการสามารถนำผลไปทำการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดจำนวนการใช้งานที่เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเพศหญิงยังมีค่าเฉลี่ยการใช้งานน้อยกว่าเพศชายมาก ยังมีโอกาสเพิ่มจำนวนการใช้งานของเพศหญิงมากยิ่งขึ้น เช่น ทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดแยกตามเพศ เพื่อรักษารายได้จากการใช้บริการของเพศชายและเพิ่มการใช้งานของเพศหญิง หรือผู้ให้บริการสามารถนำผลไปพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีรูปแบบ ลูกเล่น ที่น่าสนใจดึงดูดเพศหญิงให้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

**ปัจจัยด้านระดับการศึกษา** พบว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์มากกว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี เนื่องจากยิ่งผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูง มีการตระหนักถึงข้อมูลและทางเลือกหลากหลายในการตัดสินใจ มีกระบวนการคิดที่ซับซ้อน มีความรอบคอบ มีการศึกษาบริการก่อนใช้บริการ และมีการวางแผนในการกระทำกิจกรรมต่าง ๆ อยู่เสมอ ทำให้ใช้บริการน้อยครั้ง นอกจากนี้การมีระดับการศึกษาที่สูงจะมีตำแหน่งงานที่สูงและมีการถือบัตรเครดิต เป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้การใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์น้อยลง เพราะบัตรเครดิตสามารถยืดอายุการชำระค่าบริการได้ ต่างจากการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ต้องมีเงินในบัญชีก่อน ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ชวิศา พุ่มดนตรี (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้พร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้พร้อมเพย์ (PromptPay) เนื่องจากปัจจุบันการเข้าถึงเทคโนโลยีไม่ได้จำกัดแค่คนรุ่นใหม่อย่างเดียว แต่สามารถเข้าถึงได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา ส่วนผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ไม่ต่างจากปริญญาตรี เนื่องจากทั้ง 2 กลุ่มเป็นช่วงวัยกำลังศึกษาหรือจบการศึกษาที่เป็นพื้นฐานในปัจจุบัน ซึ่งกระบวนการคิด การรับรู้ และการอยากทดลองใช้เทคโนโลยีไม่ต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ ปิยะมาภรณ์ ช่วยชูหนู(2559) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทาง สังคมออนไลน์ พบว่าปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเนื่องจาก ความ

หลากหลายของร้านค้าออนไลน์สามารถตอบสนองความต้องการได้ของผู้บริโภคได้  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าอิเล็กทรอนิกส์มูลค่าการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้งน้อยกว่าผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าอิเล็กทรอนิกส์มูลค่าการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้งน้อยกว่าผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี เนื่องจากผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี อยู่ในช่วงวัยทำงาน มีรายได้และกำลังในการซื้อสินค้า/บริการมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี สอดคล้องกับการศึกษาของ ณภัทร อัครบัณฑิต และ ณัฏช์ กุณิสร์ (2559) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและของที่ระลึกในจังหวัดฉะเชิงเทรา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าและของที่ระลึกในด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งแตกต่างกัน เนื่องจากระดับการศึกษาที่สูงขึ้น จะมีรายได้และความมั่นคงทางการเงินสูง มีพฤติกรรมการซื้อด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้งมากยิ่งขึ้น

จากการศึกษาครั้งนี้ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ต่างกัน ด้านจำนวนครั้งในการใช้งานต่อสัปดาห์ ระดับการศึกษาปริญญาตรีจะมีพฤติกรรมการใช้งานมากกว่าระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ด้านมูลค่าการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้งระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี มีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าอิเล็กทรอนิกส์ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ผู้ให้บริการสามารถนำไปใช้สำหรับการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การนำเสนอข่าวสารเพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้งาน การสร้างสถานการณ์ตัวอย่างให้ผู้ใช้บริการเห็นถึงความจำเป็นในการใช้งาน เช่น ลดการสัมผัสเงินสดช่วยลดการแพร่เชื้อ ลดการพกเงินสดป้องกันการสูญหาย / การถูกโจรกรรม เป็นต้น

### 5.2.2 อภิปรายผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ด้านความไว้วางใจ โดยสามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ร้อยละ 10.3 ซึ่งปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน และด้านการรับรู้ด้านความไว้วางใจ ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้ง แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการรับรู้ว่าการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความสะดวกรวดเร็ว มากกว่าการใช้จ่ายด้วยเงินสด โดยการรับรู้ถึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประโยชน์ในการใช้งานนั้นทำให้ยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้มีข้อสังเกตว่าจากการวิเคราะห์ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานมีค่าคิดลบซึ่งแสดงให้เห็นว่าสามารถทำนายการยอมรับการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในทางตรงข้าม ซึ่งอาจเกิดจากความคิดเห็นที่ต่างกันค่อนข้างมากในเรื่องการให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ช่วยควบคุมการใช้จ่ายได้ เพราะยังเข้าถึงบริการได้ง่าย ยิ่งใช้จ่ายง่าย ทำให้การให้บริการลดน้อยลงเพื่อควบคุมรายจ่าย ตามทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Davis, 1998) การที่ผู้บริโภคจะยอมรับเทคโนโลยี ต้องมีผลมาจากเทคโนโลยีนั้นออกแบบมาเพื่อผู้ใช้งานโดยตรง และต้องมีความง่าย ทัศนคติของผู้ใช้งานที่มีต่อเทคโนโลยีส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์และรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมที่มีต่อเทคโนโลยีนั้น สอดคล้องกับการศึกษาของ สัจชัย อุปเดิย (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่าการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีปัจจัยจากการรับรู้ประโยชน์ต่อการใช้งาน และรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน

จากการศึกษาครั้งนี้ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์มีผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ต่างกันด้านมูลค่าการใช้งาน ผู้ให้บริการสามารถนำไปพัฒนาแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ให้ใช้งานได้ง่าย สะดวก และทำงานได้อย่างถูกต้อง เนื่องจากการศึกษาพบว่าผู้ให้บริการได้ให้ความสำคัญกับการทำให้ผู้ให้บริการทราบว่ากระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้รับความสะดวกรวดเร็ว มากกว่าการใช้จ่ายด้วยเงินสด การใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถลดข้อผิดพลาดในการทอนเงิน และทราบว่าบริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีการแจ้งเตือนทุกครั้งที่ทำรายการ ตามลำดับ ส่วนการให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ช่วยควบคุมการใช้จ่ายได้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่ต่างกันค่อนข้างมาก อาจเป็นเพราะบางส่วนมีความคิดเห็นว่ากระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถเข้าถึงได้ง่ายส่งผลให้ใช้จ่ายได้ง่ายขึ้น ทำให้ควบคุมการใช้จ่ายได้ยาก ทางผู้ให้บริการอาจจะคิดหาวิธีการที่ช่วยให้ผู้ให้บริการรับรู้ได้ว่ากระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ช่วยควบคุมการใช้จ่าย เช่น สามารถกำหนดยอดเงินที่ใช้ได้สูงสุดต่อวัน ฟังก์ชันบันทึกรายรับรายจ่าย ระบบช่วยคำนวณยอดรายจ่ายต่อวัน เป็นต้น

ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้ง แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการเชื่อมั่นว่าร้านค้าปลายทางได้รับเงินค่าสินค้า / บริการแน่นอน เชื่อมั่นว่าบริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความปลอดภัย เชื่อมั่นว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์จะชี้แจงปัญหาอย่างชัดเจนเมื่อเกิดความผิดปกติในการใช้บริการ และเชื่อมั่นว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์จะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน ส่งผลให้เกิดการให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับการศึกษาของ ชยากรณ์ กิตติพิทธิชัย (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในการซื้อ

สินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่าความไว้วางใจของผู้ใช้งาน โดยที่ผู้ให้บริการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถดูแลขั้นตอนการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟนได้ถูกต้อง  
แม่นยำ สามารถสร้างความมั่นใจในการใช้งานได้

จากการศึกษาครั้งนี้ ปัจจัยด้านความไว้วางใจมีผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงิน  
อิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ให้บริการสามารถนำผลไปใช้เป็นจุดแข็งใน  
การนำเสนอบริการว่ากระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความน่าเชื่อถือ มั่นใจในการใช้บริการ และพัฒนา  
ระบบให้มีปลอดภัย และลดข้อผิดพลาดในการใช้งาน รวมถึงออกแบบขั้นตอนการแก้ปัญหาที่  
ชัดเจนเมื่อผู้ใช้บริการเกิดปัญหาจะสามารถแก้ปัญหาโดยใช้เวลาน้อยที่สุด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความ  
พึงพอใจและไว้วางใจในการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัยด้านความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงิน  
อิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ และด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แสดงให้เห็น  
ว่าผู้ใช้บริการคาดหวังว่าสามารถเรียนรู้ และทำความเข้าใจการใช้งาน e-Wallet ได้ด้วยตนเอง  
คาดหวังว่าการใช้บริการ e-Wallet เป็นเรื่องง่าย และคาดหวังว่าการใช้บริการ e-Wallet ไม่  
จำเป็นต้องใช้ทักษะทางเทคโนโลยี ส่งผลให้เกิดการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้มี  
ข้อสังเกตว่าจากผลการวิเคราะห์ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานมีค่าคิดลบซึ่งแสดงให้เห็นว่า  
สามารถทำนายการยอมรับการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในทางตรงข้าม ซึ่งอาจเกิดจากความ  
คิดเห็นที่ต่างกันค่อนข้างมากในเรื่องการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่จำเป็นต้องใช้ทักษะ  
ทางเทคโนโลยี เพราะยังเป็นเรื่องที่ยาก ต้องใช้ทักษะทางเทคโนโลยีค่อนข้างมากสำหรับผู้ใช้บริการ  
บางท่าน ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ บุญยาพร จานงศ์ฤทธิ ได้ทำการศึกษายอมรับ  
เทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินออนไลน์ (e-Wallet) พบว่า ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม  
มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันซึ่งผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มองเห็น  
ถึงประโยชน์จากการใช้งานแอปพลิเคชันที่ช่วยเพิ่มความสะดวกสบายทั้งยังสามารถทำธุรกรรมต่าง  
ๆ ได้อย่างรวดเร็ว และลดข้อผิดพลาดเมื่อต้องจ่ายชำระค่าสินค้าหรือบริการ ประกอบกับระบบของ  
แอปพลิเคชันมีการใช้งานที่ง่ายไม่จำเป็นต้องใช้ความพยายามมากในการเรียนรู้

จากการศึกษาครั้งนี้ ปัจจัยด้านความคาดหวังด้านการใช้ความพยายามมีผลต่อพฤติกรรมการ  
ใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ และด้านมูลค่าการใช้งาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง  
ครั้ง ผู้ให้บริการสามารถนำผลไปใช้เป็นข้อคำนึงในการออกแบบแอปพลิเคชัน ให้ผู้ใช้บริการมี  
ความรู้สึกว่าแอปพลิเคชันสามารถใช้งานได้ง่าย ไม่ซับซ้อน และสามารถเรียนรู้ได้ง่าย ไม่ต้องใช้  
ทักษะทางเทคโนโลยีมากนัก รวมถึงการใช้คำที่สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน ไม่สร้างความ  
สับสนหรือนำไปสู่ความเข้าใจผิดให้แก่ผู้ใช้บริการ

ทั้งนี้ จากคำถามปลายเปิดท้ายแบบสอบถามสามารถสรุปข้อเสนอแนะจากผู้ตอบ  
แบบสอบถามได้คือ ผู้ให้บริการควรขยายจำนวนร้านค้าที่รองรับการชำระด้วยกระเป๋าเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อิเล็กทรอนิกส์ให้ครอบคลุมมากขึ้น และการขยายการให้บริการแก่ชาวต่างชาติเนื่องจากบางยี่ห้อ ชาวต่างชาติไม่สามารถใช้บริการได้

## 5.3 ข้อเสนอแนะ

### 5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

1. ด้านปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ และระดับการศึกษา จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการบางส่วนของกลุ่มตัวอย่างยังใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในปริมาณที่ไม่มากนัก ทั้งด้านจำนวนครั้งในการใช้บริการ และมูลค่าในการใช้แต่ละครั้ง แสดงให้เห็นการนำเสนอข้อมูล การส่งเสริมทางการตลาด และแอปพลิเคชันยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ผู้ให้บริการควรทำ กิจกรรมส่งเสริมการตลาดแยกตามกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ เพศ และระดับการศึกษา นอกจากนี้ผู้ ให้บริการควรพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีรูปแบบ ลูกเล่น ที่น่าสนใจ ดึงดูด และมีความง่ายในการใช้ งาน เป็นต้น

2. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ผู้ให้บริการสามารถนำไปพัฒนาแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ให้ใช้งานได้ง่าย สะดวก และทำงานได้อย่างถูกต้อง เพราะจากการ ทราบว่าการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้รับความสะดวกรวดเร็ว มากกว่าการใช้เงินสด เป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการรับรู้เป็นอย่างแรก และผู้ให้บริการควรพัฒนาแอปพลิเคชันให้สามารถกำหนด ยอดเงินที่ใช้ได้สูงสุดต่อวัน บันทึกรายรับรายจ่าย ช่วยคำนวณยอดรายจ่ายต่อวัน เพื่อให้ผู้ใช้บริการ รับรู้ได้ถึงประโยชน์การใช้งานด้านการช่วยควบคุมการใช้จ่ายได้ เพราะผู้ให้บริการมีความคิดเห็นที่ ต่างกันค่อนข้างมาก

3. ด้านความไว้วางใจ ผู้ให้บริการควรพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีปลอดภัย และลด ข้อผิดพลาดในการใช้งาน รวมถึงออกแบบขั้นตอนการแก้ปัญหาที่ชัดเจนเมื่อผู้ใช้บริการเกิดปัญหา จะสามารถแก้ปัญหาโดยใช้เวลาน้อยที่สุด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและไว้วางใจในบริการ กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

4. ด้านความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม ผู้ให้บริการสามารถนำไปใช้เป็นข้อคำนึง ในการออกแบบแอปพลิเคชัน ให้ผู้ใช้บริการมีความรู้ดีกว่าแอปพลิเคชันสามารถใช้งานได้ง่าย ไม่ ซับซ้อน และสามารถเรียนรู้ได้ง่าย ไม่ต้องใช้ทักษะทางเทคโนโลยีมากนัก รวมถึงการใช้คำที่ สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน ไม่สร้างความสับสนหรือนำไปสู่ความเข้าใจผิดให้แก่ผู้ให้บริการ

5. ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ให้บริการจะต้องอำนวยความสะดวกให้แก่ ผู้ใช้บริการ โดยการขยายจำนวนร้านค้าที่รับชำระผ่าน e-Wallet ให้มีจำนวนที่ครอบคลุมมากขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีตัวเลือกในการใช้บริการมากขึ้น และขยายบริการให้รองรับชาวต่างชาติเพื่อเพิ่ม โอกาสการเข้าถึงบริการ และจำนวนผู้ให้บริการให้มากยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาดูเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มเติม เพราะเนื่องจากปัจจุบันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีการใช้งานที่แพร่หลายมากขึ้น และมีผู้ให้บริการเกิดใหม่ในตลาดอยู่เรื่อย ๆ รวมถึงการทำการตลาดที่มีการแข่งขันสูง มีการทำโปรโมชั่น และส่วนลดต่าง ๆ เข้ามากระตุ้นพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการขยายขอบเขตพื้นที่และกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเพิ่มขึ้น เช่น ขยายพื้นที่การศึกษาให้ครอบคลุมหลายจังหวัดมากขึ้น เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของแต่ละพื้นที่ว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ และแต่ละพื้นที่ควรมีการพัฒนารูปแบบการให้บริการด้านใด เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

3. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการจัดกลุ่มประเภทสินค้า / บริการ ไม่ให้มีความซ้ำซ้อนกัน เนื่องจากการศึกษานี้มีการจำแนกรายละเอียดของประเภทสินค้า / บริการ มากเกินไป จึงทำให้เกิดความซ้ำซ้อนระหว่างสินค้าอุปโภค / เสื้อผ้า / เครื่องแต่งกาย ของใช้ของแต่งบ้าน และเครื่องใช้ไฟฟ้า

## บรรณานุกรม

- เกศวิฑู ทิพยศ. 2557. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน).” การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- กวีพงษ์ เลิศวีชรา และกาญจนศักดิ์ จารุปาน. 2555. “การศึกษาปัญหาการเรียนรู้อายุ เทคโนโลยีของผู้สูงอายุ.” วิทยาลัยนวัตกรรม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เกศวิฑู ทิพยศ. 2557. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน).” การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- จิฎาดา แก้วแทน. 2557. “ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน: กรณีศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี.” การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ชัยณรงค์ทรายคา. 2552. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดลำพูน.” วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ณัฐพงศ์ กรียาผล และเพ็ญจิรา คันธวงศ์. 2560. “การศึกษาปัจจัยจากทฤษฎีตัวแบบการยอมรับเทคโนโลยีตามทฤษฎีการยอมรับและใช้เทคโนโลยี ทฤษฎีการแพร่กระจายของนวัตกรรม และทฤษฎีคุณค่าทางสังคม ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร.” การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 12. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ธงชัย สันติวงษ์. 2540. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2561. รายงานระบบการชำระเงิน 2561. [Online]. Available : [https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/PS\\_Annually\\_Report/AnnualReport/Payment\\_2018\\_TH.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/PS_Annually_Report/AnnualReport/Payment_2018_TH.pdf)
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2562. เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money). [Online]. Available : [https://www.bot.or.th/App/BTWS\\_STAT/statistics/ReportPage.aspx?reportID=694&language=th](https://www.bot.or.th/App/BTWS_STAT/statistics/ReportPage.aspx?reportID=694&language=th)
- บุญยาพร จำนวน์กฤทธิ. 2561. “ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet).” การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พจนานต์ อ้าวชันการ. 2561. **เงินในยุคดิจิทัล : ความแตกต่างของ E-MONEY และ DIGITAL CURRENCY.** โครงการจัดตั้งสำนักงานเศรษฐกิจชายแดนและ โลจิสติกส์, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

พิชญา วัฒนะศิริพล. 2561. “พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-WALLET) และผลกระทบต่อแนวทางการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีก กรณีศึกษา ผู้ให้บริการเอกชนที่มีใช้สถาบันการเงิน.” การค้นคว้าอิสระ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พิมพ์พรรณ สุวรรณศิริศิลป์. 2559. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและใช้งานบริการพร้อมเพย์.” การค้นคว้าอิสระ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภัทรดนัย พิริยะชนภัทร. 2558. “การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยด้านเว็บไซต์พระเครื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหรือประมูลพระเครื่องออนไลน์ (E-COMMERCE).” การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ภาณุพงศ์ เสกทวีลาภ. 2557. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมการใช้ Cloud Storage ในระดับ Software-as-a-Service (Saas) ของพนักงานองค์กรเอกชน ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร.” การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

รุจน์ ธีระวัฒน์. 2562. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการตู้ไปรษณีย์อัจฉริยะของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด.” การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการบริหารและจัดการ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ลัญจรัตน์ นพเก้า. 2561. “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Payment) ของผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงิน และผู้ให้บริการที่มีใช้สถาบันการเงิน (Non-Bank).” การค้นคว้าอิสระ ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ลินิน จารุเชียร. 2559. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.” การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วัชรกร ร่วมรักษ์. 2560. กระเป๋าเงินดิจิทัล ในยุคสังคมไร้เงินสด. ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจ และเศรษฐกิจฐานราก. วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิวัฒน์ ชันชเขตต์ และสิงหะ จวีสุข. 2562. การยอมรับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวัย

ทำงานในเขตภาคกลาง ประเทศไทย. **วารสารการบริหารและจัดการ.** 9(1). เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศศิพร เหมือนศรีชัย. 2555. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ ERP Software ของผู้ใช้งานด้านบัญชี.

วารสารวิชาชีพ.

ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย. 2562. การยอมรับการใช้โมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยอย่างต่อเนื่อง. วารสารวิชาการบริการธุรกิจ. 8(2).

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์. กรุงเทพฯ: พัฒนาการศึกษ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2541. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์ศุภภัทร. 2555. ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ.

วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศลาดกระบัง. : มกราคม – มิถุนายน 2555.

Napaporn Kripanont. 2007. "Examining a Technology Acceptance Model of Internet Usage by Academics within Thai Business Schools." The degree of Doctor of Philosophy, School of Information Systems Faculty of Business and Law, Victoria University Melbourne, Australia.

Philip Kotler. 1997. **Marketing Management : Analysis Planning, Implementation And Control.** New Jersey : Prentice – Hall. Inc.

Schiffman, L. G. and Wisenblit, J. L. 2015. **Consumer Behavior (11th Edition).** Indiana: Pearson Education.

Viswanath Venkatesh, et al. 2003. User Acceptance of Information Technology : Toward a UnifiedView. **MIS Quarterly.**, vol. 27, no. 3, 2003. pp 425-478.

Viswanath Venkatesh, Fred Davis. A Theoretical Extension of The Technology Acceptance Model : four Longitudinal Field Studies. **Management Science.**, vol. 46, no. 2, 2000. pp 186-204.

Viswanath Venkatesh, James Y.L. Thong and Xin Xu. 2012. Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. **MIS Quarterly.** 36(1) :157-178.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาคผนวก ก

### แบบสอบถาม



เลขที่แบบสอบถาม .....

แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าอิสระ

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์  
ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

**คำชี้แจง :** แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะการบริหารและการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ผู้ศึกษาขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถาม และแสดงความคิดเห็นเพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนางานด้านวิชาการครั้งนี้ โดยข้อมูลของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับเพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ได้สละเวลาอันมีค่าของท่านในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

**คำชี้แจง :** แบบสอบถามฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์
- ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

ท่านมีประสบการณ์การใช้งาน e-Wallet ใช่หรือไม่

1. ใช่  2. ไม่ใช่ (จบการทำแบบสอบถาม)

ท่านอาศัยหรือทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ใช่หรือไม่

1. ใช่  2. ไม่ใช่ (จบการทำแบบสอบถาม)

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

1. เพศ

1. ชาย  2. หญิง

2. อายุ

1. น้อยกว่า 21 ปี  2. 21 – 30 ปี  
 3. 31 – 40 ปี  4. 41 – 50 ปี  
 5. มากกว่า 50 ปี

3. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี  2. ปริญญาตรี  
 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

1. นักเรียน / นักศึกษา  2. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 3. พนักงานบริษัทเอกชน  4. ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ  
 5. อื่น ๆ ระบุ .....

5. รายได้

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท  2. 10,001 – 15,000 บาท  
 3. 15,001 – 20,000 บาท  4. 20,001 – 25,000 บาท  
 5. มากกว่า 25,001 บาท ขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างและระบุคำตอบในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. ท่านใช้ e-Wallet ยี่ห้อใดบ่อยที่สุด สำหรับชำระค่าสินค้าและบริการ (เลือกได้เพียง 1 คำตอบเท่านั้น)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. True Money Wallet | <input type="checkbox"/> 2. Rabbit LINE Pay        |
| <input type="checkbox"/> 3. AirPay            | <input type="checkbox"/> 4. Dolfin Wallet          |
| <input type="checkbox"/> 5. K PLUS            | <input type="checkbox"/> 6. SCB easy               |
| <input type="checkbox"/> 7. WeChat Pay        | <input type="checkbox"/> 8. AliPay                 |
| <input type="checkbox"/> 9. Blue Pay          | <input type="checkbox"/> 10. mPay                  |
| <input type="checkbox"/> 11. XCash            | <input type="checkbox"/> 12. อื่น ๆ โปรดระบุ ..... |

2. ท่านใช้ e-Wallet ซื้อสินค้าหรือบริการใดมากที่สุด (เลือกได้เพียง 1 คำตอบเท่านั้น)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. สินค้าอุปโภค              | <input type="checkbox"/> 2. สินค้าบริโภค         |
| <input type="checkbox"/> 3. เครื่องใช้ไฟฟ้า           | <input type="checkbox"/> 4. ของใช้และของแต่งบ้าน |
| <input type="checkbox"/> 5. เสื้อผ้า / เครื่องแต่งกาย | <input type="checkbox"/> 6. ยา สุขภาพ และความงาม |
| <input type="checkbox"/> 7. อื่น ๆ โปรดระบุ .....     |  |

3. ท่านใช้บริการ e-Wallet ในการชำระค่าสินค้าและบริการสถานที่ใดบ่อยที่สุด (เลือกได้เพียง 1 คำตอบเท่านั้น)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ร้านค้าสะดวกซื้อ      | <input type="checkbox"/> 2. ห้างสรรพสินค้า         |
| <input type="checkbox"/> 3. ร้านอาหาร             | <input type="checkbox"/> 4. ร้านเครื่องดื่ม / กาแฟ |
| <input type="checkbox"/> 5. ร้านค้าออนไลน์        | <input type="checkbox"/> 6. ตลาดนัด                |
| <input type="checkbox"/> 7. อื่น ๆ โปรดระบุ ..... |  |

4. ท่านใช้บริการ e-Wallet ในช่วงเวลาใดบ่อยที่สุด (เลือกได้เพียง 1 คำตอบเท่านั้น)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 06.00 – 10.00 น. | <input type="checkbox"/> 2. 10.01 – 14.00 |
| <input type="checkbox"/> 3. 14.01 – 18.00    | <input type="checkbox"/> 4. 18.01 – 22.00 |
| <input type="checkbox"/> 5. 22.01- 02.00     | <input type="checkbox"/> 6. 02.00 – 05.59 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. สาเหตุสำคัญที่ทำให้ท่านใช้บริการ e-Wallet มากที่สุด (เลือกได้เพียง 1 คำตอบเท่านั้น)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว   | <input type="checkbox"/> 2. เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้ใช้ |
| <input type="checkbox"/> 3. ลดการพกเงินสด              | <input type="checkbox"/> 4. เห็นจากสื่อ/โฆษณา             |
| <input type="checkbox"/> 5. ได้รับสิทธิพิเศษ/ส่วนลด    | <input type="checkbox"/> 6. ความคุ้มค่าใช้จ่ายได้         |
| <input type="checkbox"/> 7. ลดเวลาการรอเงินทอน         | <input type="checkbox"/> 8. ได้คะแนนสะสม/คูปอง            |
| <input type="checkbox"/> 9. ใช้งานของออนไลน์           | <input type="checkbox"/> 10. ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี       |
| <input type="checkbox"/> 11. ได้รับเงินคืน / Cash back | <input type="checkbox"/> 12.ปลอดภัย                       |
| <input type="checkbox"/> 13. อื่น ๆ โปรดระบุ .....     |   |

6. ท่านใช้บริการ e-Wallet โดยเฉลี่ยกี่ครั้งต่อสัปดาห์

โปรดระบุ .....

7. ท่านใช้บริการ e-Wallet โดยเฉลี่ยครั้งละกี่บาท

โปรดระบุ .....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งาน e-Wallet

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด โดยมีรายละเอียดดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน</b>					
1. ท่านทราบว่าการใช้งาน e-Wallet ได้รับความสะดวกรวดเร็ว มากกว่าการใช้จ่ายด้วยเงินสด					
2. ท่านทราบว่าการใช้งาน e-Wallet สามารถลดข้อผิดพลาดในการทอนเงิน					
3. ท่านทราบว่าการใช้งาน e-Wallet ช่วยควบคุมการใช้จ่ายได้					
4. ท่านทราบว่าบริการ e-Wallet สามารถทำงานได้อย่างถูกต้อง มีความปลอดภัย					
5. ท่านทราบว่าบริการ e-Wallet สามารถเข้าถึงได้ทุกเวลาที่ต้องการ					
6. ท่านทราบว่าบริการ e-Wallet มีการแจ้งเตือนทุกครั้งที่ทำรายการ					
<b>ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม</b>					
1. การใช้บริการ e-Wallet เป็นเรื่องง่าย					
2. การใช้บริการ e-Wallet ไม่จำเป็นต้องใช้ทักษะทางเทคโนโลยี					
3. ท่านสามารถเรียนรู้ และทำความเข้าใจการใช้งาน e-Wallet ได้ด้วยตนเอง					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก</b>					
1. ผู้ให้บริการมีขั้นตอนและวิธีการใช้งาน e-Wallet อย่างชัดเจน และเข้าใจง่าย					
2. จำนวนร้านค้าที่รองรับการชำระผ่าน e-Wallet ครอบคลุม และหลากหลาย					
3. สามารถเติมเงินเข้า e-Wallet ได้หลายช่องทาง และสะดวก					
4. ท่านมีอุปกรณ์/สมาร์ตโฟน อินเทอร์เน็ต ที่พร้อมใช้บริการ e-Wallet					
<b>การรับรู้ด้านความไว้วางใจ</b>					
1. ท่านเชื่อมั่นว่าบริการ e-Wallet ความปลอดภัย					
2. ท่านเชื่อมั่นว่าร้านค้าปลายทางได้รับเงินค่าสินค้า/บริการแน่นอน					
3. ท่านเชื่อมั่นว่าผู้ให้บริการ e-Wallet จะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน					
4. ท่านเชื่อมั่นว่าผู้ให้บริการ e-Wallet จะชี้แจงปัญหาอย่างชัดเจนเมื่อเกิดความผิดปกติในการใช้บริการ					

#### ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



# ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัด

กรุงเทพมหานคร

## FACTORS AFFECTING THE CUSTOMER'S BEHAVIOR OF USING E-WALLET AMONG CONSUMERS IN BANGKOK

ผู้ศึกษา : นายณัฐวุฒิ สุทธิประเสริฐ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง พ.ศ.2563

### บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัด กรุงเทพมหานคร จำแนกตามประชากรศาสตร์ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันในด้านจำนวนครั้งที่ใช้ต่อสัปดาห์ ส่วนระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้บริการแตกต่างกันในด้านจำนวนครั้งที่ใช้ต่อสัปดาห์และด้านมูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ด้านความไว้วางใจจะมีพฤติกรรมการใช้บริการด้านจำนวนครั้งที่ใช้ต่อสัปดาห์แตกต่างกัน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ด้านความไว้วางใจ และความคาดหวังด้านการใช้ ความพยายามจะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้านมูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา



1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประชากรศาสตร์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

- ปัจจัยด้านการรับรู้ด้านความไว้วางใจ ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานด้านจำนวนครั้งที่ใช้ต่อสัปดาห์ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05
- ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม และการรับรู้ด้านความไว้วางใจ ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานด้านมูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

### วิธีดำเนินการวิจัย



กลุ่มประชากรที่ใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ที่อาศัย / ทำงาน หรือประกอบกิจการในกรุงเทพมหานคร สุ่มตัวอย่างโดยใช้สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง โดย 2 กลุ่ม กลุ่มชนาครพาณิชย์ 200 ตัวอย่าง และกลุ่มที่มีฐานะการพาณิชย์ 200 ตัวอย่าง รวมเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยการแจกแบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, One-Way ANOVA และ Multiple Linear Regression Analysis

### ข้อเสนอแนะ



ด้านปัจจัยทางประชากรศาสตร์ จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดแยกตามกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ เพศ และระดับการศึกษา พัฒนาแอปพลิเคชันให้มีรูปแบบ ลูกเล่น ที่น่าสนใจ ดึงดูด และมีความง่ายในการใช้งาน เป็นต้น

ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน พัฒนาแอปพลิเคชันให้ใช้งานได้ง่าย สะดวก และทำงานได้อย่างถูกต้อง สามารถกำหนดยอดเงินที่ใช้ได้สูงสุดต่อวัน บันทึกรายรับรายจ่าย เพื่อให้ผู้ใช้บริการรับรู้ได้ถึงประโยชน์ด้านการช่วยควบคุมการใช้จ่ายได้

ด้านความไว้วางใจ พัฒนาแอปพลิเคชันให้มีปลอดภัย และออกแบบขั้นตอนการแก้ปัญหาที่ชัดเจนเมื่อเกิดปัญหาจะสามารถแก้ปัญหาโดยใช้เวลาน้อยที่สุด

ด้านความคาดหวังด้านการใช้ความพยายาม คำนึงในการออกแบบแอปพลิเคชัน ให้รู้สึกว่าการใช้งานได้ง่าย ไม่ซับซ้อน และสามารถเรียนรู้ได้ง่าย

ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ขยายจำนวนร้านค้าที่รับชำระผ่าน e-Wallet ให้มีจำนวนที่ครอบคลุมมากขึ้น ขยายบริการให้รองรับชาวต่างชาติเพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงบริการ

### ผลการวิจัย



- ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันในด้านจำนวนครั้งที่ต่อสัปดาห์ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา และปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันในด้านมูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง ได้แก่ ระดับการศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ไม่สามารถนำออกนอกระบบได้ หากมีข้อผิดพลาดประการใดขออภัยเป็นอย่างสูง

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล                      ณัฐวุฒิ สุทธิประเสริฐ  
วัน เดือน ปีเกิด                    7 กันยายน 2536  
ที่อยู่                                    807 ม.5 ต.ท้ายบ้านใหม่ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10280  
ประวัติการศึกษา                    พ.ศ.2559 วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ประสบการณ์ทำงาน                กรกฎาคม 2559 – ปัจจุบัน ตำแหน่ง Senior System Analyst  
บริษัท ทรู ดิจิทัล กรุ๊ป จำกัด  
โทรศัพท์                                081-3526763



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้