

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-wallet Application)
ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีจากความกรุณาอย่างสูงจาก ครุบุญยิ่ง.
คงอาชาภัทร อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่ให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะอันดี ที่เป็นประโยชน์ต่อการ
ดำเนินการทำการทำวิจัยตั้งแต่เริ่มจนจบ คอยให้คำชี้แนะ และแก้ไขสิ่งที่บกพร่องด้วยความเอาใจใส่
ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างจากการสัมภาษณ์เชิงลึกทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี
และสละเวลาในการให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ยิ่ง ซึ่งนับเป็นหัวใจหลักของงานวิจัย เป็นส่วนสำคัญ
ให้เกิดงานวิจัยฉบับนี้

ขอบคุณครอบครัวที่เป็นทั้งกำลังใจและผู้สนับสนุนสำคัญ อีกทั้งเพื่อน ๆ จากสาขา
การตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือให้งานวิจัยใน
ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยฉบับนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์มีมากก็น้อย ไม่ว่าจะเพื่อ
การศึกษาหาความรู้ หรือนำไปต่อยอดในการทำการวิจัยให้เกิดคุณประโยชน์ต่อไป

อริสรา วรพัฒน์อมรชัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-wallet Application) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

THE AFFECTED FACTORS TO THE USE OF E-WALLET APPLICATION IN BANGKOK AND METROPOLITAN AREAS

อริศรา วรวัฒน์อมรชัย 5950306

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: บุญยิ่ง คงอาษาภัทร, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วินัย วงศ์สุรวัฒน์, Ph.D., จุล ธนศิริวนิชชัย, Ph.D.

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-wallet Application) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งาน e-Wallet Application ในการชำระสินค้าและบริการ เพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้ที่ไม่เคยใช้งาน e-Wallet Application รวมถึงแนวโน้มที่จะใช้งานในอนาคต ของผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการเก็บข้อมูลตัวอย่างด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 25 คน ประกอบไปด้วยผู้ใช้งาน E-wallet Application จำนวน 13 คน และผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการใช้งาน E-wallet Application จำนวน 12 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และใช้ทฤษฎี Technology Acceptance Model หรือ TAM โดย Venkatesh (Venkatesh & Davis, 1996) เป็นเครื่องมืออ้างอิงในการออกแบบคำถามการสัมภาษณ์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุโดยเฉลี่ย 27 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการใช้งาน E-wallet Application ของผู้ใช้งาน E-wallet Application และผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการใช้งานคือ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) คือ ความสะดวกสบายในการพกพา (ร้อยละ 62) และ ประหยัดเวลา (ร้อยละ 31) และปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ (POU) คือ โปรโมชัน (ร้อยละ 23) โดยที่ E-wallet Application ที่มีจำนวนผู้ใช้งานมากที่สุดคือ AirPay (ร้อยละ 62) True Money Wallet (ร้อยละ 31) และ Rabbit LINE Pay (ร้อยละ 15) แนวโน้มของการใช้งาน E-wallet Application ของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการใช้งานนั้น ร้อยละ 50 อาจจะใช้หากมีโปรโมชันที่น่าสนใจ

คำสำคัญ : ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์/ กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์/ E-wallet Application/ AirPay/ True Money Wallet/ Rabbit LINE Pay

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย	5
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.4 ขอบเขตการวิจัย	6
1.5 นิยามคำศัพท์	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 A Technology Acceptance Model (TAM)	8
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	13
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	13
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	13
3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการสัมภาษณ์เชิงลึก	14
3.4 วิธีการเก็บข้อมูล	14
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	15
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	17
4.1 กลุ่มที่ 1: ผู้ใช้งาน E-wallet Application	17
4.2 กลุ่มที่ 2: ผู้ที่ไม่เคยใช้งาน E-wallet Application	2

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ	27
5.1 สรุปผลการวิจัย	27
5.2 ข้อเสนอแนะ	29
5.2.1 ข้อเสนอแนะจากผลการทำวิจัย	28
5.2.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	29
บรรณานุกรม	31
ประวัติผู้วิจัย	33



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 ปริมาณและมูลค่าการใช้งาน E-money ในประเทศไทย	2
1.2 การเปรียบเทียบคุณสมบัติของ E-wallet Application, ตุลาคม 2560	3
1.3 รายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (บัญชี ค. 6)	7
4.1 พฤติกรรมในการใช้งาน E-wallet Application ของผู้ที่ใช้ E-wallet ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล	19



สารบัญรูปร่างภาพ

ภาพ	หน้า
2.1 แบบจำลอง Original TAM โดย Fred Davis (Davis, 1986)	8
2.2 Final TAM โดย Venkatesh (Venkatesh & Davis, 1996)	



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสมาร์ทโฟนและอินเทอร์เน็ตเป็นสองสิ่งที่ยากจะขาดมีความสำคัญต่อการใช้ชีวิตของผู้คนในยุคสมัยนี้ อีกทั้งจำนวนของผู้ใช้งานสมาร์ทโฟนและอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยนั้นมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากสถิติสำนักงานสถิติแห่งชาติเปิดเผยว่า จำนวนของผู้ใช้งานสมาร์ทโฟนในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2550 – 2559 นั้นมีจำนวนเพิ่มขึ้นจาก 28 ล้านคน เป็น 51 ล้านคน หรือคิดเป็น ร้อยละ 81 อัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ ร้อยละ 6¹ และจำนวนของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตบนสมาร์ทโฟนของคนไทย คิดเป็น ร้อยละ 70 ของประชากรทั้งประเทศ นอกจากนี้ยังมีสถิติที่น่าสนใจในพฤติกรรมของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตบนสมาร์ทโฟนของคนไทยนั้นมีจำนวนผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนอยู่ที่ ร้อยละ 41 จากจำนวนประชากรทั้งประเทศ ซึ่งติดอันดับที่ 3 ของโลก²

นอกจากนี้นโยบายของประเทศไทยในการก้าวไปสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ตามแผนพัฒนาประเทศ Thailand 4.0 นั้น ได้มุ่งเน้นเรื่อง นวัตกรรม นับเป็นอีกหนึ่งกระบอกเสียงที่สำคัญในการผลักดันให้ประชาชนคนไทยให้ตระหนักถึงการนำเทคโนโลยีให้เข้ามามีส่วนสำคัญในการดำเนินชีวิตและช่วยขับเคลื่อนประเทศให้ก้าวสู่ประเทศที่มีความพัฒนาเจริญก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น

จากตัวเลข สถิติ และการผลักดันจากภาครัฐดังกล่าว อาจเป็นที่มาของการเกิดจำนวนช่องทางการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มขึ้นในตลาดประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นธนาคาร (Bank) หรือแม้กระทั่งผู้ให้บริการที่ไม่ใช่ธนาคาร (Non-Bank) หรือที่รู้จักกันในนามของ E-money ด้วยความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การสนับสนุนจากภาครัฐ และโอกาสที่เกิดจากพฤติกรรมในชำระสินค้าและบริการแบบออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตบนสมาร์ทโฟนมากขึ้น ส่งผลให้เกิดจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจ E-wallet ในประเทศไทยมากขึ้นตามไปด้วย โดยจากข้อมูลธนาคารแห่งประเทศไทยเปิดเผยว่า ปัจจุบัน มีรายชื่อผู้ที่ได้รับใบอนุญาตการประกอบธุรกิจบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ใช่ธนาคาร (บัญชี ก. 6) จำนวนรวมทั้งสิ้น 15 ราย³ ซึ่งเปิด

¹ การสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2560

² We are social, Active M-commerce Penetration, Digital 2017 Report, Jan 2017

³ รายชื่อผู้ประกอบการบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์, ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2660

ให้บริการในรูปแบบของ E-wallet Application ที่จะช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้ง่ายมากยิ่งขึ้น โดยไม่จำเป็นต้องมีบัตรเครดิต หรือบัญชีธนาคาร ผู้ใช้งานก็สามารถใช้เงินที่มีอยู่ใน E-wallet ไปชำระสินค้าและบริการต่าง ๆ บนโลกออนไลน์ได้ ซึ่งปัจจุบัน มีจำนวนรายการการทำธุรกรรมทางการเงิน ด้วย E-wallet จากผู้ให้บริการแบบ Non-bank มากเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุก ๆ ปี โดยที่ในปี 2559 มีจำนวนธุรกรรมอยู่ที่ 1,076,298 รายการ หรือคิดเป็น ร้อยละ 32 จากวิธีการชำระเงินในรูปแบบอื่น ๆ ซึ่งคิดเป็นมูลค่ารวมอยู่ที่ 91 พันล้านบาท โดยประมาณ หรือคิดเป็น ร้อยละ 2.34 ของมูลค่าการชำระเงินของรูปแบบการชำระเงินทั้งหมด และถึงแม้ว่ามูลค่าในการชำระด้วย E-wallet นั้น จะมีมูลค่ารวมต่อปีไม่มากเมื่อเทียบกับสัดส่วนของวิธีการชำระเงินในรูปแบบอื่น แต่ก็ยังเป็นสัญญาณที่ดี เนื่องจากมูลค่าในการทำธุรกรรมด้วย E-wallet นั้นมีมูลค่ามากขึ้นทุกปีด้วยเช่นกัน แสดงให้เห็นว่า คนไทยเริ่มเปิดรับกับวิธีการชำระเงินในรูปแบบกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น และนับเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบธุรกิจให้บริการด้านการเงินในการขยายตลาดเช่นกัน

ตารางที่ 1.1 ปริมาณและมูลค่าการใช้งาน E-money ในประเทศไทย

	2559 p	2558	2557	2556	2555	2554	2553
ปริมาณ (ครั้ง)	1,076,298	883,352	787,932	669,211	512,085	348,206	221,459
Growth rate	22%	12%	18%	31%	47%	57%	100%
มูลค่า (พันล้านบาท)	91	68	56	48	36	24	18
Growth rate	34%	21%	17%	33%	50%	33%	100%

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นถึงปริมาณการทำธุรกรรมการเงินในลักษณะของ E-money หรือเงินอิเล็กทรอนิกส์ นั้นได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นไปได้ว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต อีกทั้งมูลค่าในการทำธุรกรรมด้วย E-money ที่เพิ่มขึ้นนั้นยังแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานที่มีต่อ E-money

นอกจากนี้จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้บริการ E-wallet ในลักษณะของ Non-bank นั้นทำให้สรุปฟังก์ชันในการใช้งานบน E-wallet Application ได้ดังนี้

ตารางที่ 1.2 การเปรียบเทียบคุณสมบัติของ E-wallet Application, ตุลาคม 2560

คุณสมบัติและลักษณะจำเพาะ	E-wallet Application					
	True Money wallet	LINE Pay	AirPay	Blue Pay	mPay	Deep Pocket
<p>1. การเติมเงินเข้า E-wallet</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผูกบัญชีธนาคาร - ผูกบัตรเดบิต/ เครดิต - เติมด้วยเงินสด ณ จุดให้บริการออฟไลน์ 	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<p>2. ฟังก์ชันการใช้งานในแอปพลิเคชัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - จ่ายบิลสาธารณูปโภค (ค่าน้ำ/ ค่าไฟ) - จ่ายบิลค่างวด - เติมเงินโทรศัพท์มือถือ - เติมเกมส์ - ซื้อบัตรชมภาพยนตร์ - ซื้อบัตรสวนน้ำ - สั่งอาหารเดลิเวอรี่ - บริการ Messenger - จองโรงแรม - ซื้อตั๋วคมนาคม - ซื้อบัตร Easy Pass - โอนเงินไปยังบัญชีธนาคาร - โอนเงินระหว่าง E-wallet 	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<p>3. การใช้จ่าย ณ จุดให้บริการออฟไลน์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-11 - ร้านอาหาร/ เครื่องดื่ม - ตู้ Vending Machine 	✓	✓		✓	✓	

ตารางที่ 1.2 การเปรียบเทียบคุณสมบัติของ E-wallet Application, ตุลาคม 2560 (ต่อ)

คุณสมบัติและลักษณะจำเพาะ	E-wallet Application					
	True Money wallet	LINE Pay	AirPay	Blue Pay	mPay	Deep Pocket
4. การใช้จ่าย ณ จุดให้บริการ ออฟไลน์ - ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-11 - ร้านอาหาร/ เครื่องดื่ม - ตู้ Vending Machine	✓	✓				
5. Virtual cards (บัตรเสมือนเงินสด)	✓		✓		✓	
6. การส่งเสริมการขาย - ระบบสะสมแต้ม/ คะแนน - ส่วนลดในการชำระบิล - ส่วนลดในการซื้อบัตรชมภาพยนตร์ - ส่วนลดในการชำระ ณ จุดให้บริการ ออฟไลน์ - ระบบสะสมแต้ม/ คะแนน	✓ ✓ ✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓ ✓ ✓		

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นถึงคุณสมบัติของ E-wallet Application ประเทศไทย ซึ่งผู้ทำการวิจัย ได้ทำการสำรวจจาก E-wallet Application ที่กำลังได้รับความนิยมในตลาดประเทศไทย จะเห็นได้ว่าคุณสมบัติของแต่ละผู้ให้บริการนั้นมีวิธีการเติมเงินเข้า E-wallet ด้วยวิธีเดียวกัน และทุกผู้ให้บริการมี Feature ในการสามารถเติมเงินบัตรโทรศัพท์มือถือได้เหมือนกัน ส่วน Feature อื่น ๆ นั้นก็ได้มีให้บริการแตกต่างกันไป ซึ่งการสำรวจนี้เป็นการสำรวจโดยเบื้องต้น

ท่ามกลางจำนวนผู้ให้บริการ E-wallet ที่มีหลากหลายในตลาดประเทศไทยให้ผู้ใช้งานได้เลือกใช้ ผู้ให้บริการ E-wallet จึงต้องคอยพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนให้ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้งานอย่างมากที่สุด ผู้ทำการวิจัยจึงสังเกตเห็นว่า หากผู้ให้บริการ E-wallet ได้ทราบถึงมุมมองและทัศนคติของผู้ใช้งานและผู้ที่ไม่ได้ใช้งานที่มีต่อ E-wallet ของแต่ละผู้ให้บริการ E-wallet ที่มีอยู่ในตลาดประเทศไทย รวมถึงรับรู้ถึงสาเหตุในการเลือกใช้งาน ผลจากการวิจัยดังกล่าว น่าจะเป็น

ประโยชน์ต่อผู้ให้บริการ E-wallet เพื่อนำไปปรับใช้และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตน ให้มีจุดเด่นเหนือคู่แข่ง และสอดคล้องต่อความต้องการของผู้ใช้งาน รวมถึงปรับปรุงและพัฒนาให้ผู้ที่ไม่เคยใช้งาน E-wallet เข้าใจและสนใจที่จะใช้ E-wallet มากขึ้นด้วย

1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ที่เคยใช้งานและผู้ที่ไม่เคยใช้งาน E-wallet เพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยจากทฤษฎีการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model หรือ TAM) ที่มีผลต่อการเลือกใช้ E-wallet Application

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ให้บริการ E-wallet ไว้ใช้สำหรับการพัฒนา Application ให้ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้งาน

1.3.2 เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ให้บริการ E-wallet นำผลการวิจัยไปปรับใช้กับผลิตภัณฑ์ของตนเพื่อสร้างสิทธิพิเศษเหนือคู่แข่งในตลาด E-wallet ประเทศไทย

1.3.3 เพื่อสนับสนุนประเทศไทยให้ก้าวสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ตามนโยบาย Thailand 4.0

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ประชากรศาสตร์: กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 25 คน ประกอบไปด้วย ผู้ที่เคยใช้ E-wallet จำนวน 13 คน และผู้ที่ไม่เคยใช้ E-wallet จำนวน 12 คน ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

1.4.2 ศึกษาการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ E-wallet Application

1.5 นิยามศัพท์

เงินอิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-money หมายถึง มูลค่าเงินที่อยู่ในบัตรพลาสติก หรือ เครื่องจ่ายอิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์มือถือ หรือเงินที่อยู่ในเครื่องจ่ายอินเทอร์เน็ต เป็นต้น โดย ผู้ใช้บริการได้ชำระเงินล่วงหน้าแก่ผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ และผู้ให้บริการสามารถนำไปใช้ ชำระค่าสินค้า ค่าบริการ แทนการชำระด้วยเงินสดตามที่ร้านค้ารับชำระ ทำให้มีความสะดวกรวดเร็ว ไม่ต้องพกเงินสดให้ยุ่งยาก และไม่เสียเวลารอเงินทอน โดยสามารถพบเห็นเงินอิเล็กทรอนิกส์ใน รูปแบบของบัตรรถไฟฟ้า, บัตรซื้ออาหารในศูนย์อาหาร, บัตรเติมเงินมือถือ, บัตรชมภาพยนตร์, บัตรโดยสาร รวมทั้งการซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์⁴

E-wallet หมายถึง กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ใช้งานสามารถเติมเงินเข้า E-wallet โดยการโอนผ่านบัญชีธนาคาร, บัตรเครดิต, ตู้ ATM หรือจุดให้บริการเติมเงิน ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ว่ารองรับช่องทางการเติมเงินเข้า E-wallet ในลักษณะใดบ้าง โดยเงินที่มีอยู่ใน E-wallet นั้นสามารถ นำไปใช้ชำระค่าสินค้าและบริการแบบออนไลน์ทั้งบนเว็บไซต์และแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน หรือโอนออกนอก E-wallet ได้เช่นกัน

ผู้ให้บริการ E-wallet หมายถึง ผู้ให้บริการที่ธนาคารแห่งประเทศไทยจะออก ใบอนุญาตการประกอบธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (บัญชี ค. 6) แบ่งได้ 2 ประเภท ด้วยกัน คือ ผู้ให้บริการด้านสถาบันทางการเงิน (Bank) และ ผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันทางการเงิน (Non-bank) ดังรายชื่อผู้ที่ได้รับใบอนุญาตการประกอบธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (บัญชี ค. 6) จำนวนรวมทั้งสิ้น 23 ราย ในตารางที่ 1.3

ตารางที่ 1.3 รายชื่อผู้ประกอบการบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (บัญชี ค. 6)⁵

ผู้ให้บริการด้านสถาบันทางการเงิน (Bank)	ผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันทางการเงิน (Non-bank)
1. ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	1. บริษัท ทรู มินนี่ จำกัด
2. ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	2. บริษัท ทูทีพี จำกัด
3. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	3. บริษัท ทูซีทูพี พลัส (ประเทศไทย)
4. ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	4. บริษัท ไทยสมายสมาร์ตการ์ด จำกัด
5. ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)	5. บริษัท บลูเพย์ จำกัด
6. ธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน)	6. บริษัท บางกอก สมาร์ทการ์ด ซิสเต็ม จำกัด
7. ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	7. บริษัท เพย์สบาย จำกัด

⁴ เงินอิเล็กทรอนิกส์, ธนาคารแห่งประเทศไทย: <http://www2.bot.or.th/PSServices/emoney.pdf>

⁵ รายชื่อผู้ประกอบการบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (บัญชี ค. 6), ธนาคารแห่งประเทศไทย, พ.ศ. 2560

ตารางที่ 1.3 รายชื่อผู้ประกอบการบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (บัญชี ค. 6)⁶ (ต่อ)

ผู้ให้บริการด้านสถาบันทางการเงิน (Bank)	ผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันทางการเงิน (Non-bank)
8. ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)	8. บริษัท ฟอรัท สมาร์ท เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) 9. บริษัท แรบวิท-ไลน์ เพย์ จำกัด 10. บริษัท เอ็มโอแอล เพย์เมนท์ จำกัด 11. บริษัท แอดวานซ์ เมจิกการ์ด จำกัด 12. บริษัท แอดวานซ์ เอ็มเปย์ จำกัด 13. บริษัท แอร์เพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 14. บริษัท ไอพี เพย์เมนท์ โซลูชั่น จำกัด 15. บริษัท ไทยสมาร์ตการ์ด จำกัด

Virtual Card หมายถึง บัตรเสมือนเงินสด มีคุณสมบัติคล้ายกับบัตรเดบิต ซึ่งเงินที่อยู่ใน Virtual Card นั้นมาจากเงินที่อยู่ใน E-wallet โดยที่วิธีการใช้ Virtual Card คือการนำหมายเลขหน้าบัตร 16 หลัก ใช้ชำระแบบออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของ เว็บไซต์ หรือ แอปพลิเคชัน จุดประสงค์ของ Virtual Card นั้นก็เพื่อมอบความสะดวกสบายในการชำระค่าสินค้าบริการแบบออนไลน์ให้กับผู้ใช้งาน โดยที่ผู้ใช้งานสามารถกำหนดวงเงินในการใช้งานได้ ทั้งนี้ผู้ใช้งานต้องทำการเปิด Virtual Card กับ E-wallet Application ก่อน ผู้ให้บริการจึงจะออก Virtual Card ให้ได้

⁶ รายชื่อผู้ประกอบการบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (บัญชี ค. 6), ธนาคารแห่งประเทศไทย, พ.ศ. 2560

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

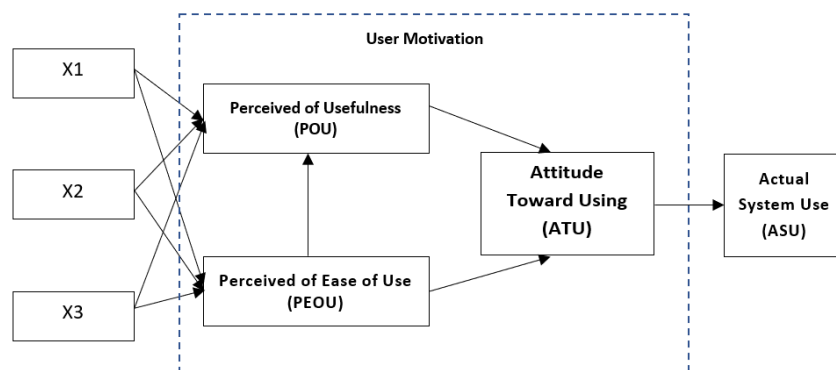
ในการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการผ่าน E-wallet ของผู้ที่เคยใช้งานและผู้ที่ไม่เคยใช้งาน ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

2.1 แนวคิดทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (A Technology Acceptance Model หรือ TAM)

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 A Technology Acceptance Model (TAM)

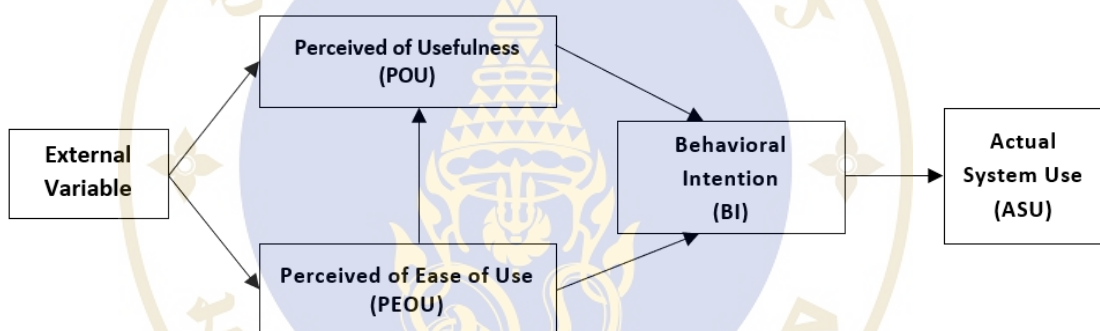
ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model หรือ TAM) เป็นทฤษฎีที่ใช้เพื่อศึกษาการยอมรับในการใช้ระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยที่ทฤษฎี TAM ในรูปแบบดั้งเดิมได้ถูกคิดค้นโดย Fred Davis (Davis, 1986) ซึ่งได้ศึกษา 3 ปัจจัยสำคัญได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived of Usefulness: POU) ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) และ ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using: ATU) ดังรูปภาพที่ 2.1



รูปภาพ 2.1 แบบจำลอง Original TAM โดย Fred Davis (Davis, 1986)

Davis ได้ตั้งสมมุติฐานว่า ทักษะคติที่มีผลต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using: ATU) นั้นเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้รู้ว่าผู้ใช้งานนั้นจะยอมรับหรือปฏิเสธ การใช้งานเทคโนโลยีใหม่ โดยที่มีปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived of Usefulness: POU) และ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) เป็นสองความเชื่อหลักที่ส่งผลโดยตรงต่อทักษะคติที่มีผลต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using: ATU) โดยที่ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) มีผลโดยตรงกับ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived of Usefulness: POU) เช่นกัน

อย่างไรก็ดีทฤษฎี TAM ก็ได้ถูกพัฒนาเรื่อยมา เนื่องจาก TAM ในรูปแบบถัด ๆ มายังมีข้อจำกัดในการใช้งานและวัดผล จนกระทั่งเกิดเป็น TAM เวอร์ชันสุดท้ายที่ได้ถูกคิดค้นโดย Venkatesh (Venkatesh & Davis, 1996) ดังรูปภาพที่ 2



รูปภาพ 2.2 Final TAM โดย Venkatesh (Venkatesh & Davis, 1996)

จากทฤษฎี TAM โดย Venkatesh & Davis นั้น ไม่รวมแนวคิดด้านทักษะคติที่ส่งผลต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using: ATU) แต่สังเกตเห็นว่า ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention: BI) นั้นเป็นปัจจัยหลักในการยอมรับการใช้งานในเทคโนโลยี โดยที่มีปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived of Usefulness: POU) และ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) เป็นสองความเชื่อหลักที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention: BI) นอกจากนี้ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) มีผลโดยตรงกับ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived of Usefulness: POU) เช่นกัน สิ่งที่เพิ่มเติมขึ้นมา คือปัจจัยภายนอก ซึ่ง Venkatesh & Davis มีความเห็นว่าปัจจัยภายนอกซึ่งรวมถึงลักษณะของระบบ, การฝึกอบรมของผู้ใช้งาน, การตอบสนองของผู้ใช้งานที่มีต่อการออกแบบเทคโนโลยี หรือแม้กระทั่งการเชื่อมต่อบริการ เป็นต้น

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิฎาดา แก้วแทน (2557) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี เก็บข้อมูลแบบเชิงปริมาณ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านความเชื่อมั่นในการออนไลน์ และด้านการรับรู้ความเสี่ยงมีผลต่อการยอมรับในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน

จรัมมาศ ชัยดิรสกุล และ ฉกษณ์ กุณิสร์ (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต โดยศึกษาถึงลักษณะประชากรศาสตร์ ความคาดหวังต่อองค์ประกอบของเว็บไซต์ ทัศนคติต่อองค์ประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และแรงจูงใจในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่มีอายุแตกต่างกัน พฤติกรรมในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต และด้านจำนวนครั้งที่สั่งซื้อสินค้าจะต่างกัน ความแตกต่างด้านอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน ทัศนคติต่อองค์ประกอบทางพาณิชย์สามารถทำนายพฤติกรรมการใช้

Sanaz Zarrin kafsh (2015) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งาน Mobile Wallet ในประเทศแคนาดา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 530 คน โดยใช้โมเดลการยอมรับในเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) และ ทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม (Innovation Diffusion Technology: IDT) มาเป็นปัจจัยพื้นฐานในการหาพฤติกรรมในการตัดสินใจของผู้ใช้งาน Mobile Wallet ซึ่ง Sanaz ได้ทำการหาความสัมพันธ์ของการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived of Use: PU) และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived of Ease of Use: PEU) กับ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ Mobile Wallet ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยบางตัวนั้นมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจในการใช้ Mobile Wallet อย่างชัดเจน เป็นต้นว่าการทดลองใช้ และการได้รับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน นั้นมีผลต่อการตัดสินใจใช้ Mobile Wallet ยิ่งมีการให้ทดลองใช้งานมาก จะทำให้ผู้ทดลองใช้งานเห็นภาพการใช้งานและเข้าใจเกี่ยวกับ Mobile Wallet มากยิ่งขึ้น มีผลทำให้ผู้ใช้งานสามารถจัดการกับการเงินในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ในชีวิตประจำวันได้

Pritika Shrivastava, Priyamvada Rawat, Parijat Biswas (2016) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การรับรู้และการยอมรับในการใช้งานของ E-wallet Application ในประเทศอินเดีย เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน โดยใช้การเปรียบเทียบของผู้ให้บริการ E-wallet Application ในประเทศอินเดีย ได้แก่ PayTM, Oxygen, Mobikwik, PayPal, Google Wallet และ E-wallet Application อื่น ๆ จากผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ถึง E-wallet

Application ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของคนอินเดีย คือ PayTM ซึ่งปัจจัยในการเลือกใช้งาน คือ บริการที่อยู่ภายในแอปพลิเคชัน โปรโมชัน การให้เงินคืน และความง่ายของการใช้งาน ส่วนเหตุผลของผู้ที่ไม่ได้ใช้งาน E-wallet ในอินเดีย คือการคำนึงถึงเรื่องความปลอดภัยของการใช้ E-wallet Application ความยุ่งยากในการใช้งาน การรับรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี อีกทั้งยังมีความเคยชินกับการใช้บัตรแข็ง (Physical Card) เช่น บัตรเดบิต และบัตรเครดิต

Dr Hem Shweta Rathore (2016) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้งาน Digital Wallet ในการชำระเงินแบบออนไลน์ รวมถึงความเสี่ยงและความท้าทายที่ผู้บริโภคในประเทศอินเดียต้องเผชิญในการใช้ Digital Wallet เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้สมาร์ทโฟนและใช้ Digital Wallet ในการชำระเงินแบบออนไลน์ ทั้งหมด 132 คน จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ไม่มีผลต่อการยอมรับการใช้งาน Digital Wallet ปัจจัยสำคัญที่ผู้ใช้งานเลือกใช้ Digital Wallet คือ ความสะดวกสบายในการใช้จ่ายสินค้าออนไลน์ ความจงรักภักดีในตราผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ของ Digital Wallet นอกจากนี้ยังสังเกตเห็นว่าตัวแปรด้านสัญญาณการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้มีจำนวนผู้ใช้งาน Digital Wallet จำนวนน้อย

Jay Trivedi (2016) ได้ทำการศึกษาปัจจัยในการยอมรับการใช้งาน E-wallet ของ Gen-Y เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 122 คน เป็นกลุ่ม Gen-Y ที่มีอายุ 21 – 25 ปี โดยใช้โมเดลการยอมรับในเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) มาเป็นบรรทัดฐาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived of Use: PU) และ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived of Ease of Use: PEU) นั้นเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบริการ E-wallet ในประเทศอินเดีย ซึ่งกลุ่ม Gen-Y นั้นมีความต้องการเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ทำให้ชีวิตง่ายขึ้นและทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างรวดเร็ว ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของ E-wallet และความยุ่งยากในการใช้งานนั้นไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้ E-wallet ของกลุ่ม Gen-Y เนื่องจากคนกลุ่มนี้มีความสามารถในการเรียนรู้ เข้าใจ และปรับตัวรับสิ่งใหม่ ๆ ที่เกี่ยวกับโลกดิจิทัล

จากการศึกษาทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้ทำการวิจัยจึงสังเกตเห็นว่าการทำวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง E-wallet ส่วนใหญ่จะพบในต่างประเทศ เช่นประเทศอินเดีย ซึ่งเป็นประเทศที่มีการใช้ E-wallet ก่อนประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ด้วยเหตุนี้ จึงมองเห็นโอกาสในการศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยในการใช้งาน E-wallet และสาเหตุในการเลือกใช้ E-wallet Application กับกลุ่มคนที่เคยใช้งานและไม่เคยใช้งาน E-wallet ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้วยรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้ทฤษฎีการยอมรับ

เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) มาเป็นบรรทัดฐาน ทั้งนี้ผู้ทำการวิจัยหวังว่า
ผลลัพธ์ที่ได้นั้นจะเป็นประโยชน์ต่อทั้งผู้ใช้งานและผู้ให้บริการ E-wallet Application เช่นกัน



บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งาน E-wallet และสาเหตุในการเลิกใช้แต่ละ E-wallet Application นั้นเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยที่ผู้วิจัยนั้นมีระเบียบในการวิจัยตามหัวข้อต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการสัมภาษณ์เชิงลึก
- 3.4 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรนั้นเป็นผู้ให้สัมภาษณ์ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ทั้งหมดรวม 25 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ตามวัตถุประสงค์ของผู้ทำการวิจัย คือ กลุ่มผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้งาน E-wallet จำนวน 13 คน และ กลุ่มผู้ที่ไม่เคยใช้งาน E-wallet จำนวน 12 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยคำถามที่ผู้ทำการวิจัยเป็นผู้ตั้งคำถามเอง และมีการอ้างอิงแนวทฤษฎี Technology Acceptance Model หรือ TAM โดย Venkatesh (Venkatesh & Davis, 1996) ซึ่ง 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1: คำถามเชิงประชากรศาสตร์ เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เช่น ชื่อ อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ

ส่วนที่ 2: คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งาน E-wallet และสาเหตุในการเลิกใช้แต่ละ E-wallet Application หรือ แนวโน้มในการใช้งาน E-wallet Application ในอนาคต โดยมีการแบ่งคำถามตามทฤษฎี TAM โดย Venkatesh (Venkatesh & Davis, 1996) โดยที่รายละเอียดของคำถามระหว่างกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์นั้น จะมีคำถามที่แตกต่างกัน จะเป็นคำถามปลายเปิด และผู้ให้สัมภาษณ์สามารถให้เหตุผลในการตอบคำถามได้มากกว่า 1 เหตุผล ซึ่งสามารถแบ่งคำถามได้ตามปัจจัยที่เกี่ยวข้องได้ต่อไปนี้

- คำถามเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก (EV)
- คำถามเกี่ยวกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (BI)
- คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ (POU)
- คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU)

คำตอบที่ได้นั้นจะเป็นไปในรูปแบบอิสระให้ผู้ให้สัมภาษณ์นั้นตอบแบบอธิบายในทุกประเด็นที่ต้องการ โดยไม่มีกรอบจำกัดในการให้สัมภาษณ์เพื่อที่จะได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึก

3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการสัมภาษณ์เชิงลึก

3.3.1 กำหนดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อหาตัวแปรที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับหัวข้อการวิจัย (ในที่นี้ใช้ทฤษฎี TAM ของ Venkatesh (Venkatesh & Davis, 1996))

3.3.2 กำหนดขอบเขตเนื้อหาของคำถามสำหรับผู้ให้สัมภาษณ์ โดยที่คำถามนั้นจะถูกแบ่งตามตัวแปรของทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์

3.3.3 นำคำถามที่ได้มา ลองให้ผู้ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อทำการปรับปรุงให้คำถามมีความเข้าใจง่าย ใช้ได้จริง รวมถึงเพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบที่แม่นยำที่สุด

3.4 วิธีการเก็บข้อมูล

3.4.1 ชี้แจงรายละเอียดและจุดประสงค์ของการสัมภาษณ์ รวมถึงนัดวัน เวลา สถานที่ กับผู้ให้สัมภาษณ์

3.4.2 ทำการสัมภาษณ์รายบุคคล โดยที่ผู้ทำการวิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์เอง

3.4.3 ทำการบันทึกแบบสัมภาษณ์ด้วยการจดบันทึกและอัดคลิปเสียงที่มีการขออนุญาตผู้ให้สัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า

3.4.4 ตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลที่ได้มา หากขาดข้อมูลที่ต้องการจะทำการสัมภาษณ์อีกครั้ง

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จะถูกรวบรวมเพื่อตีความและแปลงค่าให้เป็นไปตามตัวแปรของ ทฤษฎี TAM ของ Venkatesh (Venkatesh & Davis, 1996) เพื่อหาความสัมพันธ์ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการใช้งาน E-wallet และสาเหตุในการเลือกใช้แต่ละ E-wallet Application ตามจุดประสงค์ของการทำวิจัย



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งาน E-wallet และสาเหตุในการเลิกใช้แต่ละ E-wallet Application จากกลุ่มตัวอย่าง 25 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรก คือกลุ่มผู้ใช้งาน E-wallet Application จำนวน 13 คน และ กลุ่มที่สอง คือกลุ่มผู้ที่ไม่เคยใช้งาน E-wallet Application จำนวน 12 คน อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปรินมณฑล ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สัมภาษณ์แบบเชิงลึก และใช้ทฤษฎี Technology Acceptance Model หรือ TAM โดย Venkatesh (Venkatesh & Davis, 1996) เป็นเครื่องมืออ้างอิงในการออกแบบคำถามการสัมภาษณ์ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

4.1 กลุ่มที่ 1: ผู้ใช้งาน E-wallet Application

4.2 กลุ่มที่ 2: ผู้ที่ไม่เคยใช้งาน E-wallet Application

4.1 กลุ่มที่ 1: ผู้ใช้งาน E-wallet Application

4.1.1 ตอนที่ 1 ผลการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้งาน E-wallet Application

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้งาน E-wallet Application เป็นเพศชาย 7 คน (ร้อยละ 54) และเพศหญิง 6 คน (ร้อยละ 46) มีอายุระหว่าง 23 – 30 ปี อายุโดยเฉลี่ย 27 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโท 9 คน (ร้อยละ 69) ปริญญาตรี 3 คน (ร้อยละ 23) และ ต่ำกว่าปริญญาตรี 1 คน (ร้อยละ 8) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานประจำ 12 คน (ร้อยละ 92) และ อาชีพวิศวกร 1 คน (ร้อยละ 8)

4.1.2 ตอนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกด้านปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งาน

E-wallet Application ⁷

4.1.2.1 เหตุผลที่เลือกใช้ E-wallet Application แทนการชำระด้วยเงินสด ร้อยละ 62 ไม่ต้องการ หรือ ไม่ชอบพกเงินสด เพราะคิดว่าสามารถทำธุรกรรมได้ง่าย รู้สึกยุ่งยากในการชำระสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่จะหาธนบัตรหรือเหรียญให้พอดีต่อการชำระ นอกจากนี้ยังมองว่าการพกเงินสดเป็นเรื่องลำบาก เพราะ ทำให้กระเป๋าตังค์เสียดูปร่างและรู้สึกหนักในการพกพา

ร้อยละ 31 มองว่าการชำระด้วย E-wallet Application นั้นช่วยให้ประหยัดเวลา ตัวอย่างเช่น การชำระบิลต่าง ๆ สามารถทำได้ผ่าน E-wallet Application โดยไม่ต้องไปต่อคิวชำระที่เคาน์เตอร์รับชำระ ซึ่งตัวชมภาพยนตร์ที่สามารถทำการจองเรื่อง รอบ ที่นั่ง โรง และชำระเงินผ่าน E-wallet Application ได้ทันทีเลย หรือการใช้ E-wallet ชำระที่ร้านค้า ก็ประหยัดเวลามากขึ้นเพราะเพียงแค่สแกน QR code หรือ Bar code ก็สามารถชำระได้อย่างรวดเร็ว

ร้อยละ 23 ให้เหตุผลที่ว่า การชำระด้วย E-wallet Application มักมีโปรโมชั่นในการชำระที่ร้านสะดวกซื้อ เช่น การสะสมแต้ม การได้เงินคืนเข้า E-wallet Application และการได้รับส่วนลดในการชำระ เป็นต้น

4.1.2.2 การออกแบบหน้าตา E-wallet Application

ร้อยละ 46 ชื่นชอบการออกแบบ E-wallet Application ที่มีการแบ่งประเภทในการชำระเป็นหมวดหมู่ ใช้สีสันที่ชัดเจน คู่มือเรียนรู้ที่ง่ายต่อการใช้งาน ไม่ซับซ้อน ปุ่มไอคอนมีขนาดใหญ่ กดใช้งานง่าย

ร้อยละ 23 อยากให้มีหมวดหมู่รายการโปรดอยู่ที่หน้าแรกของแอปพลิเคชัน โดยที่ผู้ใช้งานสามารถจัดหมวดหมู่ที่ตนเองใช้งานบ่อยได้ เพื่อความสะดวกสบายในการใช้งาน ไม่ต้องกดเข้าหลายขั้นตอน

ความคิดเห็นอื่น ๆ ในการออกแบบหน้าตา E-wallet Application ได้แก่ ความต้องการในการสอนใช้งานครั้งแรกเมื่อเริ่มใช้เพื่อเพิ่มความง่ายในการเริ่มใช้งานกับผู้ที่อาจจะยังไม่เคยใช้งานมาก่อน และการแสดงยอดเงินคงเหลือใน E-wallet ที่ต้องการให้แสดงอย่างชัดเจน

4.1.2.3 ประโยชน์ที่ได้จากการใช้งาน E-wallet Application

ร้อยละ 31 ใช้ประโยชน์หลักจาก E-wallet Application คือการชำระบิล เนื่องจากไลฟ์สไตล์ของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ค่อยมีเวลาไปชำระบิลที่เคาน์เตอร์รับชำระที่มักอยู่ในห้างสรรพสินค้า ซึ่งต้องใช้เวลาเดินทางและต้องต่อคิว อีกทั้งปิดเร็วกว่าเวลาที่สะดวกในการชำระ

⁷ ผู้ให้สัมภาษณ์ให้คำตอบมากกว่า 1 เหตุผล จึงทำให้ผลรวมของคำตอบที่ได้้นั้นมากกว่า ร้อยละ 100

ร้อยละ 23 ได้ประโยชน์จากการบอกประวัติการชำระของ E-wallet Application เสมือนมีผู้ช่วยในการจดบันทึกการใช้จ่ายเงิน โดยที่ผู้ใช้งานสามารถเปิดดูประวัติการชำระย้อนหลังได้ว่าใช้จ่ายสินค้าหรือบริการไปในมูลค่าเท่าไร และมีวันและเวลาที่ระบุการทำรายการชัดเจน ไม่ต้องเก็บใบเสร็จที่เป็นกระดาษ

ร้อยละ 15 ได้รับประโยชน์จากโปรโมชั่นที่มีเฉพาะการชำระด้วย E-wallet Application เช่นการได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมในการชำระบิล และการสะสมแต้มที่ได้มูลค่าเพิ่มขึ้นพิเศษกว่าการชำระด้วยเงินสด ไม่ต้องเก็บแสตมป์ในรูปแบบกระดาษซึ่งมีการนับมูลค่าแสตมป์ให้โดยไม่ต้องนับเอง

ประโยชน์อื่น ๆ ในการชำระด้วย E-wallet Application นั้น เช่นการจองตั๋วเครื่องบินแบบออนไลน์โดยไม่ต้องต่อคิวที่หน้าโรงภาพยนตร์ การชำระที่ร้านสะดวกซื้อเช่นร้าน 7-11 เป็นต้น

4.1.2.4 การชำระค่าธรรมเนียม

ร้อยละ 62 ไม่ยินดีหากจะเก็บค่าธรรมเนียม โดยเฉพาะการเก็บค่าธรรมเนียมที่ร้านค้าซึ่งมองว่าไม่สมควรอย่างยิ่ง เนื่องจากไม่ได้รู้สึกอำนวยความสะดวกแต่อย่างใด หากเป็นเช่นนั้นก็จะใช้ชีวิตอื่นในการชำระที่ไม่เสียค่าธรรมเนียม เช่นการชำระด้วยบัตรเครดิต ที่ไม่มีค่าธรรมเนียมอีกทั้งยังได้สะสมคะแนนบัตรเครดิตด้วย หากผู้ให้บริการ E-wallet Application อยากที่จะคิดค่าธรรมเนียมควรเก็บกับที่ร้านค้ามากกว่าลูกค้า

ร้อยละ 46 ยินดีในการชำระค่าธรรมเนียมการชำระด้วย E-wallet Application ในอัตราค่าธรรมเนียมระหว่าง 5 – 20 บาท ต่อธุรกรรม เฉพาะบริการที่อำนวยความสะดวกสบายและช่วยประหยัดเวลาในการชำระเท่านั้น เช่น การชำระบิล ซึ่งมองว่าสมเหตุสมผล หากเปรียบเทียบกับการที่ต้องเสียเงินค่าเดินทางและเสียเวลาไปชำระด้วยตนเองที่เคาน์เตอร์รับชำระ อีกทั้งการชำระที่จุดให้บริการอย่างเคาน์เตอร์เซอร์วิส นั้นมีการคิดค่าธรรมเนียมการชำระบิลที่มีมูลค่าประมาณ 10 – 20 บาทเช่นกัน และต้องเดินทางไปชำระด้วยตนเอง ผู้ให้สัมภาษณ์จึงยินดีหาก E-wallet Application จะคิดค่าธรรมเนียมในอัตราดังกล่าวกับการชำระบิล

4.1.2.5 บริการที่อยากให้รับชำระได้ด้วย E-wallet Application

ร้อยละ 69 อยากให้ชำระด้วย E-wallet Application ได้กับการเดินทางหรือคมนาคม เช่น การเติมบัตรรถไฟฟ้า BTS และ MRT เนื่องจากประสบปัญหาการต่อคิวซื้อตั๋วรถไฟ และการเติมเงินเข้าบัตร รวมถึงการชำระค่าแท็กซี่ ค่ารถประจำทาง และรถมอเตอร์ไซค์รับจ้าง

ร้อยละ 62 ชำระที่ร้านสะดวกซื้อ และร้านค้ารวมถึงร้านค้าเล็ก ๆ ข้างทางด้วย ถึงแม้ปัจจุบันบางร้านจะมีรับชำระบ้างแล้ว ก็อยากให้ขยายพื้นที่ร้านค้าในการรับชำระด้วย

E-wallet Application ให้ครอบคลุม เพื่อเป็นตัวเลือกในการชำระให้กับลูกค้า เพราะบางที่ไปร้านค้าเล็ก ๆ แล้วมีเงินสดไม่เพียงพอต่อการชำระ และการทอนเงินให้กับลูกค้า

บริการอื่น ๆ ที่อยากให้รับชำระด้วย E-wallet Application ได้ คือการที่สามารถผ่อนชำระได้กับการชำระร้านค้าออนไลน์ การชำระค่าเทอม และการซื้อกองทุนผ่าน E-wallet Application

4.1.3 ตอนที่ 3 ผลการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกด้านพฤติกรรมในการใช้งานของ E-wallet Application ที่ใช้งานอยู่ในปัจจุบัน⁸

จากการสัมภาษณ์พบว่ามี 3 ผู้ให้บริการ E-wallet Application ที่ได้รับความนิยมในการใช้งานสูงสุด 3 แอปพลิเคชัน ได้แก่ อันดับที่ 1 AirPay (ร้อยละ 62) อันดับที่ 2 True Money Wallet (ร้อยละ 31) และ อันดับที่ 3 LINE Pay (ร้อยละ 15) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 พฤติกรรมในการใช้งาน E-wallet Application ของผู้ที่ใช้งาน E-wallet ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

เหตุผล	AirPay	True Money Wallet	LINE Pay
บริการหลักที่เลือกใช้	ชำระบิล (ร้อยละ 50)	ซื้อของที่ร้าน 7-11 (ร้อยละ 75)	จ่ายที่ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม (ร้อยละ 100)
ความถี่ในการใช้งาน	เดือนละ 2-3 ครั้ง (ร้อยละ 75)	อาทิตย์ละ 2-3 ครั้ง (ร้อยละ 100)	อาทิตย์ละ 2-3 ครั้ง (ร้อยละ 100)
สิ่งที่ชื่นชอบมากที่สุด	การออกแบบแอปพลิเคชัน (ร้อยละ 38)	E-stamp (ร้อยละ 50)	ได้รับส่วนลด (ร้อยละ 100)
เหตุผลที่ดาวน์โหลด	โปรโมชั่น (ร้อยละ 100)	โปรโมชั่น (ร้อยละ 100)	โปรโมชั่น และไม่ยอมใช้เงินสด (ร้อยละ 50)
อุปสรรคในการใช้งาน	มีปัญหาการชำระบิล (ร้อยละ 50)	ผูกบัญชียาก/ เงินเข้า E-wallet ช้า (ร้อยละ 50)	แอปพลิเคชันมีความซับซ้อน (ร้อยละ 100)

⁸ ผู้ให้สัมภาษณ์ให้คำตอบมากกว่า 1 เหตุผล จึงทำให้ผลรวมของคำตอบที่ได้้นั้นมากกว่า ร้อยละ 100

4.1.3.1 AirPay

4.1.3.1.1 บริการหลักที่เลือกใช้

ร้อยละ 50 ใช้บริการชำระบิลกับ AirPay Application เป็นหลัก เนื่องจากมีการยกเว้นค่าธรรมเนียมในการชำระบิลที่ เช่น ค่าวงบัตรเครดิต ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์มือถือรายเดือน

ร้อยละ 38 ใช้ AirPay Application ในการเติมเกมเพราะไม่ต้องขูดบัตร และการจองตั๋วชมภาพยนตร์ที่สามารถจอง ชำระ และได้รับ E-ticket แล้วเดินเข้าโรงภาพยนตร์ได้เลย

บริการอื่น ๆ ที่เลือกใช้ คือการเติมบัตรโทรศัพท์มือถือ เพราะสะดวกสบายไม่ต้องขูดบัตรและไม่เสียเวลาที่ร้านสะดวกซื้อ

4.1.3.1.2 ความถี่ในการใช้งาน

ร้อยละ 75 ใช้งาน AirPay ทุกเดือนโดยเฉลี่ยเดือนละ 2 – 3 ครั้ง เนื่องจากส่วนใหญ่ใช้ในการชำระบิล ซึ่งมีกำหนดชำระเดือนละครั้ง

4.1.3.1.3 สิ่งที่ชื่นชอบในการใช้งาน

ผู้ใช้งาน AirPay Application มีสิ่ง queen ชอบก่อนข้างแตกต่างกัน โดยที่ส่วนใหญ่ ร้อยละ 38 ชอบการออกแบบของ AirPay ที่ดูสะอาดตาแบ่งหมวดหมู่ในการใช้งานชัดเจนทำให้เข้าใจง่าย และเหตุผลอื่น ๆ เช่น มีการยกเว้นค่าธรรมเนียมและการออกแบบการจองตั๋วชมภาพยนตร์ที่ง่ายต่อการใช้งาน

4.1.3.1.4 เหตุผลที่ดาวน์โหลด

ร้อยละ 100 ซึ่งทุกคนให้ความเห็นเดียวกันว่าดาวน์โหลด เพราะโปรโมชันตัวหนังราคาพิเศษ (1 บาท และ 79 บาท ต่อที่นั่ง จากราคาปกติ 200 บาท) ที่ได้จากการดาวน์โหลด และผูกบัญชีธนาคารกับ AirPay ที่หน้าโรงภาพยนตร์ รวมถึงโปรโมชันการซื้อสินค้าออนไลน์กับ Shopee (เวปไซต์ขายของออนไลน์ หรือ e-commerce) ด้วย AirPay E-wallet จะมีส่วนลดเพิ่ม

4.1.3.1.5 อุปสรรคในการใช้งาน

ถึงแม้การชำระบิลเป็นบริการที่ผู้ใช้งานให้ความนิยมในการใช้งานมากที่สุด แต่อุปสรรคในการใช้งาน AirPay ด้านการชำระบิลก็มีมากที่สุดเช่นกัน ซึ่งร้อยละ 38 พบกับว่าบางทีสแกนบิลไม่ติดและไม่สามารถชำระบิลที่เลยกำหนดชำระได้

ร้อยละ 25 พบกับปัญหาระบบขัดข้อง บางครั้งแอปพลิเคชันดาวน์โหลดไม่ขึ้นและใช้เวลาในการดำเนินการนาน

ร้อยละ 13 พบว่าการผูกบัญชีนั้นทำยาก มีหลายขั้นตอน และใช้เวลาในการดำเนินการ

4.1.3.2 True Money Wallet

4.1.3.2.1 บริการหลักที่เลือกใช้

ผู้ใช้งาน True Money Wallet ส่วนใหญ่ ร้อยละ 75 ใช้จ่ายที่ร้าน 7-11 เพราะสามารถใช้จ่ายสินค้าในร้าน 7-11 ได้ รวมถึงสามารถเติมเงินเข้า E-wallet จากหน้าร้าน 7-11 ได้อย่างสะดวกสบาย

4.1.3.2.2 ความถี่ในการใช้งาน

ร้อยละ 100 หรือกลุ่มตัวอย่างทุกคนที่ใช้งาน True Money Wallet ทุกอาทิตย์ มีความถี่ในการใช้งานอาทิตย์ละ 2-3 ครั้ง เพราะบริการที่เลือกใช้หลักคือการชำระสินค้าที่ร้าน 7-11 อีกทั้งร้าน 7-11 ยังมีหลายสาขาทั่วประเทศไทย ตั้งอยู่ใกล้กับที่บ้านและที่ทำงาน และในชีวิตประจำวันก็ใช้บริการ และซื้อสินค้าในร้าน 7-11 เป็นประจำอยู่แล้ว

4.1.3.2.3 สิ่งที่ชื่นชอบในการใช้งาน

สองเหตุผลหลักที่ผู้ใช้งานชื่นชอบใน True Money Wallet คือการได้สะสม e-stamp (ร้อยละ 50) ซึ่งไม่ต้องสะสมแสตมป์ที่เป็นกระดาษที่เสี่ยงต่อการสูญหาย และเสียเวลาในการนับมูลค่าของแสตมป์ และอีกหนึ่งเหตุผลหลัก คือการรับรู้ชื่อเสียงของแบรนด์ True (ร้อยละ 50) ซึ่งรู้สึกถึงความน่าเชื่อถือว่าจะมีความปลอดภัยในการใช้งานมากกว่า E-wallet Application อื่น ๆ

4.1.3.2.4 เหตุผลที่ดาวน์โหลด

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้งาน True Money Wallet ทุกคน (ร้อยละ 100) ให้เหตุผลหลักในการดาวน์โหลด คือโปรโมชั่น โดยส่วนใหญ่เป็นการได้รับ e-stamp เพิ่มเมื่อชำระด้วย True Money Wallet ที่ร้าน 7-11 และได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมในการชำระบิลผ่าน True Money Wallet

4.1.3.2.5 อุปสรรคในการใช้งาน

โดยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 38) พบว่าการเติมเงินเข้า True Money Wallet ที่ร้าน 7-11 นั้นมีความล่าช้ารอนานถึง 10 นาทีกว่าเงินที่เติมจะเข้า E-wallet จนบางที่รู้สึกเร็ว และสะดวกกว่าหากชำระด้วยเงินสด

ร้อยละ 25 พบว่าการสื่อสารเรื่องโปรโมชั่นบน True Money Wallet นั้นระบุข้อความไม่ชัดเจนทำให้เกิดความเข้าใจผิด และไม่ได้ได้รับความช่วยเหลือจากการโทรเข้าสู่ศูนย์บริการลูกค้า เมื่อพบปัญหาในการใช้งาน

4.1.3.3 LINE Pay

4.1.3.3.1 บริการหลักที่เลือกใช้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้งาน LINE Pay ทุกคน ใช้บริการชำระค่าอาหารและเครื่องดื่มที่ร้านค้าเป็นหลัก เช่น ศูนย์อาหารให้ห้างสรรพสินค้า การชำระค่าเครื่องดื่ม เช่นร้านชาวมไจ่มุก และการชำระค่าอาหารที่ร้านอาหาร Fast Food ชื่อตัวอย่าง Mc Donald's

4.1.3.3.2 ความถี่ในการใช้งาน

กลุ่มตัวอย่างทุกคนที่ใช้งาน LINE Pay ใช้ LINE Pay ในการชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ ทุกอาทิตย์ อาทิตย์ละ 2 – 3 ครั้ง เนื่องจากร้านค้าที่รับชำระนั้นมีมากในกรุงเทพมหานคร และเห็นว่าการใช้ LINE Pay ในการชำระนั้นมีความรวดเร็วและสะดวกสบายกว่าการชำระด้วยเงินสด

4.1.3.3.3 สิ่งที่ชื่นชอบในการใช้งาน

กลุ่มตัวอย่างทุกคนที่ใช้งาน LINE Pay ใช้ LINE Pay ชื่นชอบที่มีส่วนลดเพิ่ม หรือมีเงินคืนเข้า E-wallet เมื่อชำระ และเมื่อเติมเงินเข้า LINE Pay Wallet เช่น การชำระค่าชาวมไจ่มุกที่ร้านแก้วขนาดใหญ่ จะได้รับส่วนลด 10 บาท เมื่อชำระด้วย LINE Pay เป็นต้น และมีจุดรับชำระหลายจุด

4.1.3.3.4 เหตุผลที่ดาวน์โหลด

กลุ่มตัวอย่างส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 50) ดาวน์โหลด LINE Pay มาใช้เพราะมีโปรโมชั่นส่วนลด และอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 50) ใช้เพราะไม่ชอบการชำระด้วยเงินสด จึงดาวน์โหลด LINE Pay มาใช้

4.1.3.3.5 อุปสรรคในการใช้งาน

กลุ่มตัวอย่างทุกคนที่ใช้งาน LINE Pay มีความเห็นว่าการออกแบบแอปพลิเคชันนั้นใช้งานยาก แอปพลิเคชันจัดเรียงไม่เป็นระเบียบทำให้รู้สึกสับสนในการใช้งาน

4.2 กลุ่มที่ 2: ผู้ที่ไม่เคยใช้งาน E-wallet Application

4.2.1 ตอนที่ 1 ผลการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกด้านประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้งาน E-wallet Application เป็นเพศชาย 3 คน (ร้อยละ 27) และเพศหญิง 9 คน (ร้อยละ 82) มีอายุระหว่าง 24 – 32 ปี อายุโดยเฉลี่ย 27 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโท 11 คน (ร้อยละ 92) และ ปริญญาตรี 1 คน (ร้อยละ 8) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงาน

ประจำ 9 คน (ร้อยละ 58) อาชีพวิศวกร 3 คน (ร้อยละ 25) อาชีพธุรกิจส่วนตัว 1 คน (ร้อยละ 8) และ นักศึกษา 1 คน (ร้อยละ 8)

4.2.2 ตอนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกด้านปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งาน E-wallet Application⁹

4.2.2.1 ความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับ E-wallet Application

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้งาน E-wallet Application ร้อยละ 75 รู้จักและเข้าใจ E-wallet Application รวมถึงประโยชน์ของการใช้งานเป็นต้นว่า การใช้ E-wallet Application นั้นคือการเติมเงินเข้า E-wallet เพื่อที่จะใช้จ่ายสินค้าและบริการต่าง ๆ เช่น จ่ายบิล เติมเกม จ่ายด้วย QR Code ที่ร้านค้า ทำให้เกิดความสะดวกสบายในการชำระเงินโดยไม่ต้องพกเงินสด รู้จักและทราบชื่อผู้ให้บริการ E-wallet Application โดย True Money Wallet เป็นผู้ให้บริการที่กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้กล่าวถึงมากที่สุด อีกทั้งยังพบว่าผู้กลุ่มคนดังกล่าวมีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชันของธนาคาร ที่มีลักษณะในการใช้งานใกล้เคียงกับ E-wallet Application

อีกกลุ่มที่ไม่เคยใช้งาน E-wallet Application มาก่อน ร้อยละ 25 นั้นไม่รู้จักมาก่อนว่า E-wallet Application คืออะไร แต่รู้จักและมีประสบการณ์ในการใช้งานแอปพลิเคชันของทางธนาคาร

4.2.2.2 การออกแบบหน้าตา E-wallet Application ที่ต้องการ

ผู้ทำการวิจัยได้อธิบายความหมาย ประโยชน์ และวิธีการใช้งานของ E-wallet Application จากนั้นจึงได้ข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับฟังก์ชันการใช้งาน E-wallet Application จึงพบว่า ทุกคนต่างให้ความเห็นเดียวกันว่าการออกแบบ E-wallet Application นั้นควรแบ่งเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน ออกแบบให้ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน และมีขั้นตอนในการใช้งานไม่เกิน 3 ขั้นตอนเพื่อชำระผ่าน E-wallet Application โดยมีการอ้างอิงจากประสบการณ์ที่เคยใช้แอปพลิเคชันของธนาคาร ว่าควรมีหน้าตาการใช้งานคล้าย ๆ กัน มีช่องแสดงยอดเงินคงเหลือ และประวัติการทำรายการอย่างชัดเจน ซึ่งหมวดหมู่ของบริการที่อยากได้รับชำระได้ด้วย E-wallet Application นั้น โดยส่วนใหญ่ ร้อยละ 92 ต้องการให้ E-wallet รับชำระที่ร้านอาหารได้ ร้อยละ 42 เสนอแนะให้รับชำระได้ในด้านการเดินทาง เช่นการชำระค่าตั๋วโดยสาร BTS, MRT และการเดินทางอื่น ๆ เช่น ชำระค่าทางด่วน, ค่าจอดรถ ร้อยละ 33 ต้องการให้มีหมวดจ่ายบิล และบอกประวัติการทำรายการย้อนหลัง ซึ่งเป็นสิ่งที่ E-wallet Application ส่วนใหญ่มีหมวดนี้แล้ว นอกจากนี้ ความเห็นอื่น

⁹ ผู้ให้สัมภาษณ์ให้คำตอบมากกว่า 1 เหตุผล จึงทำให้ผลรวมของคำตอบที่ได้้นั้นมากกว่า ร้อยละ 100

ๆ จากผู้ที่ไม่เคยใช้งานนั้น แนะนำอยากให้มีความระมัดระวังรายการโปรดสำหรับรายการที่ชำระบ่อย
หมวดเอนเตอร์เทนเมนต์ ที่สามารถจ่ายค่าสมาชิกของรายการทีวีได้ เป็นต้น

4.2.2.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความปลอดภัยในการใช้งาน

ร้อยละ 50 มองว่าระบบรักษาความปลอดภัยโดยการสแกนลายนิ้วมือนั้น
ดีที่สุดเพราะลายนิ้วมือเป็นเฉพาะของเจ้าของเท่านั้น และหากเป็นตัวเลือกในการชำระด้วยบัตร
เครดิต อยากให้กรอกเลข CVV หลังบัตรทุกครั้ง และส่งรหัส OTP (One Time Password) มายังเบอร์
โทรศัพท์เจ้าของบัตรก่อน เพื่อเป็นการยืนยันการทำธุรกรรมอีกระดับหนึ่ง นอกจากนี้เจ้าหน้าที่
บริการลูกค้า (Customer Service) ก็เป็นสิ่งที่สำคัญซึ่งหากทุกครั้งที่พบเจอปัญหาและต้องการความ
ช่วยเหลือ การที่เจ้าหน้าที่บริการลูกค้านั้นมีพร้อมดูแลและให้คำแนะนำตลอด 24 ชั่วโมงจะทำให้
เกิดความรู้สึกพึงพอใจและรู้สึกถึงความปลอดภัยในการใช้งานมากขึ้น

4.2.2.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเก็บค่าธรรมเนียมในการชำระเงิน

ร้อยละ 92 นั้นยินยอมที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมการชำระ
บิลที่เกิดขึ้นผ่าน E-wallet Application ที่มีค่าธรรมเนียม 5 – 15 บาท เพราะเข้าใจในธุรกิจว่าต้อง
หากำไรจากการเก็บค่าธรรมเนียมอยู่แล้ว และการชำระผ่าน E-wallet Application ยังช่วยอำนวยความสะดวก
และประหยัดเวลา เมื่อเปรียบเทียบกับการเดินทางไปชำระบิลที่เคาน์เตอร์ให้บริการ
ด้วยตนเอง เนื่องจากจะเกิดค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เพิ่มขึ้นมา เช่น ค่าเดินทาง และค่าธรรมเนียมในการ
ชำระ อีกทั้งเสียเวลามากกว่าด้วย

ร้อยละ 64 ให้เหตุผลที่ไม่ควรเก็บค่าธรรมเนียมกับการชำระผ่าน E-
wallet Application ในแง่ของการชำระด้วย QR Code ที่จุดให้บริการอย่างเช่นร้านค้าหรือร้านอาหาร
เนื่องจากไม่ได้ช่วยอำนวยความสะดวกสบายแต่อย่างใด อีกทั้งลูกค้ายังโดนคิดภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT)
และค่าบริการ (Service Charge) อยู่แล้ว ดังนั้นจึงมองว่าผู้ให้บริการ E-wallet Application ควรจะคิด
ค่าธรรมเนียมกับร้านค้ามากกว่า หากไม่ คงใช้ช่องทางการชำระอื่นที่ไม่เสียค่าธรรมเนียม เช่นบัตร
เครดิต หรือเงินสด เป็นต้น

4.2.2.5 ความกังวลในการใช้งาน

จากการที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการใช้งาน E-wallet Application ทำให้
ผู้ให้กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 50 นั้นรู้สึกกังวลในการใช้งาน เช่น การผูกกับบัญชีธนาคารกับ E-wallet
Application เพราะกังวลว่าจะมีคนมาแฮกบัญชีธนาคารและขโมยเงินในบัญชีไปใช้ และกังวลว่าจะ
ถูกตัดเงินในบัญชีธนาคารซ้ำซ้อนหากระบบของ E-wallet Application นั้นขัดข้อง ส่วนการผูกบัตร
เครดิตก็มีความกังวลเช่นกัน เพราะต้องกรอกเลขบัตรเครดิตเพื่อผูกกับ E-wallet Application และอีก

หนึ่งเหตุผลที่สำคัญคือความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ Non-bank มีความน่าเชื่อถือน้อยกว่าผู้ให้บริการอย่างธนาคาร

อีกร้อยละ 50 นั้น ไม่มีความกังวลเรื่องการใช้งาน E-wallet Application เนื่องจากเชื่อมั่นในเทคโนโลยีของยุคสมัยนี้ และคิดว่า ผู้ให้บริการคงต้องเชื่อมั่นในระบบของตนเองมากพอจึงจะนำมาให้ผู้คนที่ได้ใช้งาน และจากประสบการณ์ที่เคยทำธุรกรรมออนไลน์ เป็นต้นว่าการจองโรงแรมผ่านเว็บไซต์นั้นก็ต้องกรอกเลขบัตรเครดิตอยู่แล้ว อีกทั้งยังมีประสบการณ์ในการใช้งาน Mobile Banking Application ซึ่งมองว่าวิธีในการทำงานนั้นคล้ายคลึงกัน จึงไม่คิดว่าจะมีความน่ากังวลในการใช้งานแต่อย่างใด

4.2.2.6 แนวโน้มในการใช้ E-wallet Application ในอนาคต

มีเพียงร้อยละ 17 ที่สนใจจะใช้งาน E-wallet Application ในอนาคต เนื่องจากเหตุผลของการอำนวยความสะดวกเป็นหลัก คิดว่าน่าจะทำให้ชีวิตมีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น

ร้อยละ 50 อาจจะใช้งานในอนาคต หากมีโปรโมชั่นที่ดึงดูดความสนใจมากพอ และหากมีรายได้ที่แน่นอนมากขึ้น เพราะมองว่าบริการที่น่าจะเป็นประโยชน์ต่อการใช้งานมากที่สุดคือเรื่องการชำระบิลต่าง ๆ หากมีรายจ่ายประจำทุกเดือน เช่น บิลค่าบัตรเครดิต อาจจะลองใช้ดู เพราะได้เห็นถึงประโยชน์ในเรื่องความสะดวกสบายเช่นกัน

ร้อยละ 33 ไม่ต้องการใช้ E-wallet Application เนื่องจากใช้งาน แอปพลิเคชันของธนาคารอยู่แล้วและไม่ต้องการมีหลาย ๆ แอปพลิเคชัน อีกทั้งบริการที่แอปพลิเคชันของทางธนาคารนั้นก็ให้บริการที่ครอบคลุมความต้องการในการชำระหลัก ๆ อย่างเช่นการชำระบิลค่าน้ำ, ค่าไฟ, การโอนเงิน ซึ่งยังไม่มีความต้องการในการชำระนอกเหนือจากบริการที่ทางแอปพลิเคชันของธนาคารนั้นมีให้

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งาน E-wallet และสาเหตุในการเลิกใช้แต่ละ E-wallet Application จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 25 คน ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จาก 2 กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งเป็นผู้ใช้งาน E-wallet Application จำนวน 13 คน และ ไม่ได้ใช้งาน E-wallet Application จำนวน 12 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อบรรลุตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย 2 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ที่เคยใช้งานและผู้ที่ไม่เคยใช้งาน E-wallet เพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยจากทฤษฎีการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model หรือ TAM) ที่มีผลต่อการเลิกใช้ E-wallet Application โดยผลการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งาน E-wallet Application

กลุ่มตัวอย่างของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ใช้งาน E-wallet Application ทั้งหมดจำนวน 13 คน ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งาน E-wallet Application คือ

- สาเหตุในการเลิกใช้งาน E-wallet Application เนื่องจากสะดวกสบายมากกว่าและไม่ต้องการ หรือ ไม่ชอบพกเงินสด
- ต้องการให้การออกแบบ E-wallet Application ที่มีการแบ่งประเภทในการชำระเป็นหมวดหมู่ ใช้สีสันที่ชัดเจน ดูโมเดิร์น ให้ความรู้ที่ง่ายต่อการใช้งาน ไม่ซับซ้อน ปุ่มไอคอนมีขนาดใหญ่ กดใช้งานง่าย
- ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งาน คือการชำระบิล เนื่องจากไลฟ์สไตล์ของผู้ใช้งาน E-wallet Application นั้นต้องการความสะดวกสบายและรวดเร็ว

- ด้านการชำระค่าธรรมเนียม ส่วนใหญ่แล้วไม่ยินดีที่จะโดนเก็บค่าธรรมเนียมจากการชำระด้วย E-wallet Application ที่ร้านค้า เพราะไม่ได้ช่วยอำนวยความสะดวก

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้งาน E-wallet Application ทั้งหมดจำนวน 12 คน ผู้ทำการวิจัยได้บรรยายถึงความหมาย คุณประโยชน์ และวิธีการใช้งาน โดยคร่าว ของ E-wallet Application จึงสรุปปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งาน E-wallet Application ของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวได้ดังนี้

- ส่วนใหญ่รู้จักและเข้าใจ E-wallet Application รวมถึงประโยชน์ของการใช้งานทราบชื่อผู้ให้บริการ E-wallet Application และมีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชันของธนาคารที่มีลักษณะในการใช้งานใกล้เคียงกับ E-wallet Application

- การออกแบบ E-wallet Application แบ่งเป็นหมวดหมู่ให้ง่ายต่อการใช้งาน เป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างของผู้ไม่เคยใช้งานต้องการ

- การสแกนลายนิ้วมือเป็นวิธีการยืนยันเรื่องการรักษาความปลอดภัยได้ดีที่สุดซึ่งเหมือนกับที่หลาย ๆ ผู้ให้บริการนั้นมีฟังก์ชันนี้อยู่ และ Call Center 24 ชั่วโมง ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือด้านความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น

- การคิดค่าธรรมเนียม ส่วนใหญ่ยินดีที่จะชำระค่าธรรมเนียมกับการชำระบิล เพราะช่วยอำนวยความสะดวกสบายกว่าการเดินไปชำระเองที่ร้าน แต่หากเป็นบริการอื่นที่ไม่ได้ช่วยทำให้เกิดความสะดวกสบายก็ไม่ยินดีที่จะจ่ายค่าธรรมเนียม

- มีความกังวลเรื่องการเข้าถึงบัญชีธนาคารที่ผูกไว้กับ E-wallet Application จากผู้อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต หรือการถูกรุกรานบัญชีธนาคาร อีกทั้งยังเล็งเห็นถึงความน่าเชื่อถือไม่เท่ากับผู้ให้บริการ E-wallet จากฝั่งธนาคารเป็นสำคัญ

- แนวโน้มในการใช้งานในอนาคต มีเพียงส่วนน้อยที่สนใจ เพราะปัจจุบันใช้แอปพลิเคชันของธนาคาร และยังไม่มีความต้องการในการใช้บริการชำระเงินนอกเหนือจากที่แอปพลิเคชันของทางธนาคารมีให้

5.1.2 พฤติกรรมในการใช้งานของ E-wallet Application ของกลุ่มผู้ใช้งานในปัจจุบัน

E-wallet Application ที่ได้รับความนิยมในการใช้งานสูงสุด 3 แอปพลิเคชัน ได้แก่ อันดับที่ 1 AirPay อันดับที่ 2 True Money Wallet และ อันดับที่ 3 LINE Pay โดยสาเหตุหลักในการดาวน์โหลด E-wallet Application เหล่านี้มาใช้งานเพราะมีโปรโมชั่น ไม่ว่าจะเป็นส่วนลด ฟรีตัวหน้าราคาพิเศษ การได้สะสมแต้มปี เป็นต้น

- **AirPay** สิ่งที่เป็นที่ชื่นชอบในการใช้งานมากที่สุดคือการออกแบบแอปพลิเคชันที่
ง่ายต่อการใช้งาน มีการแบ่งเป็นหมวดหมู่ชัดเจน บริการที่เลือกใช้กับ AirPay คือการชำระบิลแต่
อย่างไรก็ดีผู้ใช้งานก็ยังพบปัญหาเกี่ยวกับการชำระบิลด้วย AirPay เพราะไม่สามารถชำระบิลที่เลย
กำหนดชำระ และสแกนบิลไม่ได้

- **True Money Wallet** ผู้ใช้งานชอบมากที่สุดในเรื่องของการสะสมแต้มเมื่อชำระ
สินค้าที่ร้าน 7-11 เพราะไม่ต้องกังวลว่าสะสมแต้มจะสูญหาย และมักจะใช้ True Money Wallet ในการ
ชำระค่าสินค้าที่ร้าน 7-11 แต่ผู้ใช้งานส่วนใหญ่พบเจอปัญหาเรื่องการเติมเงินเข้า True Money Wallet
และการผูกบัญชี เพราะมีความยุ่งยาก และใช้เวลานานในการดำเนินการ

- **LINE Pay** ผู้ใช้งานชอบมากที่สุดคือการได้รับส่วนลดการชำระเงินตามร้านอาหาร
และเครื่องดื่มเพราะเป็นบริการหลักที่ผู้ใช้งานเลือกใช้ แต่ก็พบกับอุปสรรคในการใช้งานเนื่องจาก
การออกแบบแอปพลิเคชัน มีความยากในการใช้งาน จึงทำให้เป็น E-wallet Application ที่ได้รับความ
นิยมน้อยที่สุด

ผลจากการวิจัยนั้น เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับทฤษฎีการยอมรับในการใช้งานเทคโนโลยี
จะเห็นได้ว่ามีความสอดคล้องกัน เนื่องจากปัจจัยสำคัญอย่าง การรับรู้ประโยชน์ (POU) และ ปัจจัย
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) นั้นส่งผลต่อ ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (BI) นั่นก็คือการ
ตัดสินใจในการเลือกใช้งาน E-wallet Application ทั้งกลุ่มคนที่เคยใช้งาน และยังไม่เคยใช้งาน
E-wallet Application จะตัดสินใจใช้งาน เพราะความสะดวกสบายในการชำระบิล และ โปรโมชัน
ไม่ว่าจะเป็นสิทธิพิเศษเป็นส่วนลด หรือการคืนเงินเข้า E-wallet สำหรับตัวแปรด้านปัจจัยภายนอก
(EV) เช่น บุคคลรู้จักภายนอกนั้น ไม่ได้ส่งผลในการรับรู้ประโยชน์ และความง่ายในการใช้งาน
เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์นั้นเรียนรู้ตัดสินใจในการใช้งานด้วยตนเอง

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการวิจัยได้แสดงให้เห็นว่า การรับรู้ประโยชน์ และ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน
นั้นเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ E-wallet Application ดังนั้นผู้ทำการวิจัยจึงขอแนะนำผู้
ให้บริการ E-wallet Application แบบ Non-bank พัฒนา 3 ส่วน ดังนี้

5.2.1.1 สร้างการรับรู้ประโยชน์

จากการวิจัยนั้น โปรโมชันเป็นสิ่งที่ผู้ใช้งาน E-wallet Application ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเริ่มต้นดาวน์โหลดเพื่อลองใช้งาน ทั้งนี้การให้โปรโมชันประเภท

ส่วนลด เงินคืน หรือ ตัวชมภาพยนตร์ จะทำให้ผู้ใช้งานดาวน์โหลดเพื่อรับสิทธิพิเศษเท่านั้น และเลิกใช้งานเมื่อไม่มีสิทธิพิเศษดังกล่าว เพราะฉะนั้น ผู้ให้บริการควรวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้งานที่เป็นฐานลูกค้าเดิม และวิเคราะห์ตลาดกลุ่มคนที่มีโอกาสมาเป็นผู้ใช้งานในอนาคต เพื่อที่จะได้สร้างโปรโมชันใหม่ๆ และช่องทางในการสื่อสารที่ตรงจุดและตรงต่อความต้องการในการใช้งาน E-wallet Application ให้มากขึ้น เช่น การสร้างโปรโมชันที่ส่งเสริมให้เกิดประสบการณ์ในการใช้งาน ไม่ใช่แค่ครั้งเดียว แต่ให้สิทธิพิเศษในการใช้ครั้งถัดไปด้วย เพื่อกระตุ้นให้เกิดการกลับมาใช้งานซ้ำ หรืออาจจะเป็นลักษณะการสะสมแต้มหรือคะแนนทุกครั้งในการใช้งานดังตัวอย่างของ True Money Wallet ที่ประสบความสำเร็จในการสะสมแต้มปี 7-11 ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ใช้งานนั้นให้ความสนใจและเป็นสาเหตุหลักในการดาวน์โหลด True Money Wallet มาใช้งาน

5.2.1.2 สร้างการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

จากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้งานให้ความสำคัญกับการออกแบบแอปพลิเคชันที่ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน มีการแบ่งหมวดหมู่ชัดเจน รวมถึงการพัฒนาระบบให้มีความเสถียร มีระบบรักษาความปลอดภัยเช่นการสแกนลายนิ้วมือ ที่ยืนยันตัวตนได้ง่ายแค่ปลายนิ้ว จึงควรสื่อสารกับกลุ่มผู้ใช้งานเป้าหมายอย่างถูกต้องและชัดเจน วิเคราะห์จากผู้ใช้งาน E-wallet Application ที่ให้สัมภาษณ์นั้นดาวน์โหลด E-wallet Application มาใช้เพราะมีโปรโมชันที่น่าสนใจ สามารถถึงความสนใจได้ในระยะเริ่มต้น แต่ในตลาดมีผู้ให้บริการ E-wallet Application มากขึ้นทุกวัน หากผู้ให้บริการมีการสร้างโครงสร้างของแอปพลิเคชันที่ดี และง่ายต่อการใช้งาน จะทำให้ผู้ใช้งานเกิดความง่ายในการใช้งาน และสบายใจที่จะใช้ในระยะเวลา

5.2.1.3 บริการในอนาคต

เสียงจากผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ ร้อยละ 69 อยากให้ E-wallet Application สามารถเติมบัตรรถไฟฟ้า BTS และ MRT เนื่องจากประสบปัญหาการต่อคิวซื้อตั๋วรถไฟ และเติมเงินเข้าบัตร รวมถึงการชำระค่าแท็กซี่ ค่ารถประจำทาง และค่ารถมอเตอร์ไซค์รับจ้าง

5.2.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการศึกษาได้สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการใช้งาน E-wallet Application ในอนาคต ว่ามีส่วนที่ยังไม่มากนัก จึงเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป ควรเป็นในเชิงการเปรียบเทียบระหว่างการใช้งาน E-wallet Application จากผู้ให้บริการแบบ Non-bank กับผู้ให้บริการอย่างธนาคาร เพราะเหตุผลหลักที่ยังไม่สนใจที่จะใช้งาน E-wallet Application เนื่องจากมี E-wallet Application ของธนาคารอยู่แล้ว ทั้งนี้เพื่อที่จะได้ศึกษาว่าทำอย่างไร E-wallet Application จากผู้ให้บริการ Non-bank ถึงจะเปลี่ยนใจกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชันจากทางธนาคารมา

ใช้ E-wallet Application ได้ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ขึ้น เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากขึ้นและเป็นประโยชน์สำหรับผู้ให้บริการ E-wallet Application ในการต่อยอดธุรกิจในอนาคต

โปรโมชั่นเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดการดาวน์โหลด E-wallet Application มาใช้งาน จึงเสนอให้ศึกษาเพิ่มเติม ว่าโปรโมชั่นแบบใดที่จะช่วยสร้างแรงจูงใจให้มีผู้ใช้งาน E-wallet Application มากขึ้น ซึ่งอาจจะเน้นเป็นโปรโมชั่นที่ช่วยให้ผู้ใช้งานนั้นใช้ในระยะเวลาไม่ใช่ว่าดาวน์โหลดมาแล้วเพื่อที่จะรับสิทธิโปรโมชั่นแล้วเลิกใช้เมื่อหมดผลประโยชน์แล้วเท่านั้น

การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเจาะลึกเรื่องปัจจัยภายนอกที่ไม่ใช่บุคคลใกล้ชิด ที่มีผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานเนื่องจากผลการวิจัยบอกว่า บุคคลรอบข้างไม่ได้มีผลในการรับรู้ดังกล่าวซึ่งนำมาสู่การตัดสินใจใช้งานในเทคโนโลยี E-wallet Application เพื่อที่ผู้ประกอบการจะสามารถวางแผนและเลือกช่องทางในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวให้คนสนใจดาวน์โหลดเพื่อใช้งานได้ตรงจุด



บรรณานุกรม

- จรรยา สัยดิรสกุล และ ณิช กุณิศร์ (2013). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทร์วิโรฒ.* 4(1), 18-34.
- จิณดา แก้วแทน (2014). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน: กรณีศึกษา ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.). ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). *รายชื่อผู้ประกอบการบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์.* [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/OversightOfEmoney/ListOfEmoney/Pages/eMoneyProvider.aspx>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). *เงินอิเล็กทรอนิกส์.* [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <http://www2.bot.or.th/PSServices/emoney.pdf>.
- สำนักงานสถิติเศรษฐกิจและสังคม, สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). *สรุปผลที่สำคัญ สํารวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ.2559.* [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/icthh59.pdf>.
- Ankar, Bill and Walden, Pirkko. (2003). Factors Affecting Consumer Adoption Decisions and Intents in Mobile Commerce: Empirical Insights. *BLED 2003 Proceedings.* Vol. 28, pp-886-902.
- Chuttur M.Y. (2009). Overview of the Technology Acceptance Model: Origins, Developments and Future Directions. *Sprouts.* ISSN 1535-6078, pp-1-21.
- Hem Shweta Rathore. (2016). Adoption of Digital Wallet by Consumers. *BVIMSR's Journal of Management Research.* Vol. 8 Issue – 1, pp-69-75.
- Jean-Michel Sahut. (2008). The Adoption and Diffusion of Electronic Wallets. *World Academy of Science, Engineering and Technology.* Vol. 17 pp-720-723
- MarketingOops!. (2560). *สำรวจตลาดอาเซียน-คนไทยถือบัตรเครดิตต่ำ โอกาส e-Wallet เติบโตสูง.* [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <https://www.marketingoops.com/news/tech-update/e-wallet-thailand-and-asean-by-truemoney/>.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- MarketingOops!. (2561). *อภัพพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย ประจำปี 2560*.
[ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/etda-insight-2017/>.
- Parijat Biswas, Pritika Shrivastava, Priyamvada Rawat. (2016). *Emerging e-wallets and Their Awareness and Acceptability*. (Master in Business Administrations, Symbiosis Institute of Management Studies, Pune (Constituent of Symbiosis International University)).
- Poonam, Painuly and Shalu, Rathi. (2016). Mobile Wallet: An upcoming mode of business transactions. *International Journal in Management and Social Science*. Vol. 04 Issue-05, pp-356-363.
- Sanaz Zarrin kafsh. (2015). *Developing Consumer Adoption Model on Mobile Wallet in Canada*. (Master of Science in Electronic Business Technologies. Ottawa, Canada).
- Simon Kemp. (2017). We are social, Digital in 2017: Global Overview. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>.
- Suchit Leesa-Nguansuk, Siwimon Boonruang. (2017) *E-payment players ready to rumble*. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <https://www.bangkokpost.com/tech/local-news/1376963/e-payment-players-ready-to-rumble>.
- Trivedi, J. (2016). Factors Determining the Acceptance of E Wallets. *International Journal of Applied Marketing and Management*. Vol.1, 2, pp-42-53.