

FACTORS AFFECTING THE DECISION TO USE DIGITAL BAHT IN BANGKOK

Nitchakun APIWATPAITON^{1*} and Massaporn CHEUATHONGHUA¹

1 Faculty of Business Administration, Kasetsart University, Thailand; nitchakun.ap@ku.th (N. A.)
(Corresponding Author)

ARTICLE HISTORY

Received: 21 April 2023

Revised: 10 May 2023

Published: 22 May 2023

ABSTRACT

The objectives of this Independent Study are to research and examine all factors which affect the decision of using Central Bank Digital Currency. This will be beneficial for Retail investors and relating institute by referring a primary source which collected from 400 online survey samples and analyzed by Logistic Regression model. This is in order to find out the factors which affect the decision of using Central Bank Digital Currency in Bangkok. The factors of demography, such as gender, age, race, marital status, education, income and employment, and using e-payment behavior factor, digital literacy, perception of CBDC and reliability point of view towards payment system developed by Bank of Thailand are used in this study. Online survey was used as a tool to gather all the above data. The samples will be from 400 people. From the survey, the result showed that e-payment behavior impacts on the people. Also, Digital literacy and reliability point of view towards payment system developed by Bank of Thailand are relating with decision in the use of Central Bank Digital Currency in Bangkok.

Keywords: Central Bank Digital Currency, E-Payment, Digital Literacy, Perception of CBDC

CITATION INFORMATION: Apiwatpaitoon, N., & Cheuathonghua, M. (2023). Factors Affecting the Decision to Use Digital Baht in Bangkok. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 1(5), 20.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้เงินบาทดิจิทัล ในเขตกรุงเทพมหานคร

ณัชกุล อภิวัฒน์ไพฑูรย์¹ และ มรรษกร เชื้อทองฮั่ว¹

1 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์; nitchakun.ap@ku.th (ณัชกุล) (ผู้ประพันธ์บทความ)

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ เงินบาทดิจิทัล เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อนักลงทุนทั่วไปและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยการใช้ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด และวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองของสมการถดถอยโลจิสติก เพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ เงินบาทดิจิทัล ในเขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ และปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทักษะพื้นฐานด้านดิจิทัล การรับรู้เงินบาทดิจิทัล และระดับความน่าเชื่อถือของระบบชำระเงินที่พัฒนาโดยธนาคารแห่งประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากการคำนวณจะได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน ผลการทดสอบพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทักษะพื้นฐานด้านดิจิทัล และระดับความน่าเชื่อถือของระบบชำระเงินที่พัฒนาโดยธนาคารแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้ เงินบาทดิจิทัล ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: เงินบาทดิจิทัล, ระบบอิเล็กทรอนิกส์, ทักษะพื้นฐานด้านดิจิทัล, การรับรู้เงินบาทดิจิทัล

ข้อมูลการอ้างอิง: ณัชกุล อภิวัฒน์ไพฑูรย์ และ มรรษกร เชื้อทองฮั่ว. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้เงินบาทดิจิทัล ในเขตกรุงเทพมหานคร. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 1(5), 20.

บทนำ

ระบบการเงินโลกเปลี่ยนแปลงเร็วมากในรอบทศวรรษที่ผ่านมา สถานการณ์ช่วงโควิด-19 มาตรการล็อกดาวน์และมาตรการป้องกันโควิดทำให้ชีวิตประจำวันของคนต้องพึ่งพาเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น ระบบการเงินในกระแสดิจิทัลของโลกมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ปี 2564 คนไทยใช้การชำระเงินดิจิทัลเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ระหว่างปี 2560-2564 คนไทยมีการทำธุรกรรมผ่าน mobile banking เป็นอันดับ 1 ของโลก และยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง สินทรัพย์ดิจิทัลเติบโตแบบยกกำลัง สินทรัพย์ดิจิทัลสามารถใช้แลกเปลี่ยน โอน ลงทุน หรือซื้อขายระหว่างกันได้โดยไม่ต้องผ่านตัวกลางทางการเงินแบบเดิม ทำให้ในปัจจุบันมีสกุลเงินดิจิทัลที่ภาคเอกชนสร้างขึ้นมากกว่า 15,000 สกุลเงินกลายเป็นอีกทางเลือกในการลงทุนของนักลงทุนที่ยอมรับความเสี่ยงสูงได้ ความแตกต่างสำคัญระหว่าง Central Bank Digital Currency: CBDC กับ Cryptocurrency นั้น CBDC ออกโดย ธนาคารกลาง ของประเทศนั้นๆ เข้าข่ายนิยามความเป็นเงินอย่างครบถ้วน ถือเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน สามารถชำระหนี้ได้ตามกฎหมาย เป็นหน่วยวัดมูลค่าทั้งสินค้าและบริการ แตกต่างจาก Cryptocurrency เป็นเพียงสินทรัพย์ดิจิทัล ที่สร้างขึ้นด้วย เทคโนโลยีบล็อกเชน แต่ไม่เข้าข่ายนิยามความเป็นเงินอย่างสมบูรณ์ เนื่องจากกฎหมายไม่รองรับให้ชำระหนี้ได้ และมีความผันผวนสูงมาก ธนาคารแห่งประเทศไทยมองว่า “ เงินบาทดิจิทัล Central Bank Digital Currency: CBDC ” จะเข้ามาเพิ่มทางเลือกในการชำระเงินที่มีอยู่ ไม่ได้มาทดแทนทำให้ทางเลือกใดหายไป แต่เป็นเงินที่ออกโดยธนาคารกลาง สามารถใช้ชำระหนี้ได้ตามกฎหมาย และมีสินทรัพย์ภาครัฐหนุนหลังเหมือนเงินสด ให้ การมีเงินบาทดิจิทัลช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้เงินสดนำใช้ขึ้นด้วยเทคโนโลยีทางการเงินแบบใหม่ หรือมาต่อยอดนวัตกรรมบริการการเงินใหม่ๆ ใช้จ่ายชำระได้ในวงกว้าง เป็นอีกทางเลือกที่ไม่ต้องโอนเงินฝากผ่านระบบสถาบันการเงิน ประเทศจีนถือเป็นหนึ่งในประเทศอันดับต้นๆ ที่มีการพัฒนาสกุลเงินดิจิทัล “ ดิจิทัลหยวน ” ในระดับประชาชนอย่างต่อเนื่อง และมีการประกาศใช้ดิจิทัลหยวนทั่วประเทศ ในปี 2565 การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหยวนดิจิทัลของ Fullerton & Morgan (2022) THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA'S DIGITAL YUAN: ITS ENVIRONMENT, DESIGN, AND IMPLICATIONS พบว่า สาธารณรัฐประชาชนจีน ประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็วในระดับที่ค่อนข้างสูงทางการเงิน ในแง่ของการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ สกุลเงินดิจิทัลและบริการทางการเงินของบุคคล อันเป็นผลมาจากการพัฒนาแพลตฟอร์มการเงินขนาดใหญ่ต่างๆ โดยใช้เทคโนโลยีทางการเงิน เข้ามาช่วยลดค่าใช้จ่ายในการให้บริการทางการเงิน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ James (2021) เรื่อง China's Digital Yuan: A Threat to Freedom พบว่าสกุลเงินดิจิทัลหยวน ของธนาคารกลางจีนเป็นการเคลื่อนไหวทางเทคนิคที่ก้าวหน้าและก้าวหน้าอย่างมากซึ่งประเทศอื่นๆ ควรนำไปปฏิบัติตาม การที่สาธารณรัฐประชาชนจีน ได้ก้าวไปสู่สังคมไร้เงินสดอย่างรวดเร็วผ่านการใช้ Alipay และ WeChat Pay ซึ่งง่ายต่อการชำระเงิน ผ่านโทรศัพท์และ e-wallets จึงดึงดูดชาวจีนกว่า 900 ล้านคนให้เข้าสู่ตลาดการชำระเงินดิจิทัลอย่างรวดเร็ว ด้วยเหตุข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาความเป็นไปได้ในการนำเงินบาทดิจิทัลเข้ามาพัฒนาระบบชำระสินค้าและบริการในกรุงเทพมหานคร โดยในงานวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยด้านทักษะพื้นฐานดิจิทัล การรับรู้เงินบาทดิจิทัล และระดับความน่าเชื่อถือของระบบชำระเงินที่พัฒนาโดยธนาคารแห่งประเทศไทย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ เงินบาทดิจิทัล ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์แก่ภาครัฐ ภาคเอกชน สำหรับใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจใช้เงินบาทดิจิทัล

การทบทวนวรรณกรรม

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงการศึกษาพฤติกรรม และการตัดสินใจ ของการกระทำบุคคลบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ การใช้สินค้าและบริการ Kotler (2003) พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การบริโภค การใช้สินค้าและบริการ การประเมินผลจากการใช้สินค้าและบริการ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคซึ่งมีลักษณะที่ แตกต่างกันไปตามลักษณะของประชากรทั่วโลก ส่งผลให้มีการเลือกซื้อสินค้าและบริการหลากหลายชนิด จากการศึกษาได้อธิบายถึงรูปแบบการจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ สิ่งกระตุ้นภายนอก กล้องดำหรือความรู้สึกนึก

คิดของผู้บริโภค และการตอบสนองของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สโรชา เ็นนียง (2563) ศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภค ในช่วงที่มีการระบาดของ Covid-19 ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป เป็นผู้ที่ให้ความสำคัญในการดูแลสุขภาพ และควบคุมน้ำหนัก ซึ่งส่งผลต่อปริมาณการซื้อ ผลิตภัณฑ์ในช่วงก่อนเกิดการระบาดของ Covid-19 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยา โตทองหลาง และคณะ (2562) เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะนิยมซื้อสินค้าผ่าน สื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากมีความสะดวก ช่วย ประหยัดเวลา และหากมีส่วนลดให้ผู้บริโภค จะมีผลต่อการตัดสินใจ ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อมากยิ่งขึ้น

การรับรู้ หมายถึง ความสามารถในการทำความเข้าใจ การใช้สารสนเทศในรูปแบบที่หลากหลายโดยการนำเสนอ ผ่านคอมพิวเตอร์ การรับรู้ยังเป็น แนวคิดและวิธีการคิด หรือความเชื่อที่ส่งผลต่อพฤติกรรม (Idea and mindset) โดยมีการใช้ทักษะเฉพาะในการทำงานร่วมกับสารสนเทศดิจิทัล ผู้เขียนยังกล่าวว่าการรับรู้และประสิทธิภาพในการ ใช้ อินเทอร์เน็ตมีความสำคัญเท่าเทียมกัน (Gilster, 1997) จากวรรณกรรมของ ดวงพร รัตสินทร (2562) เรื่องการรับรู้ เทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การรับรู้ การใช้ประโยชน์ของเทคโนโลยี ด้านระบบ ด้านความซับซ้อนในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ บริการการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร คือเมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้เทคโนโลยี ด้าน ความซับซ้อนในการใช้งาน จะทำให้ความตั้งใจใช้บริการการชำระเงินผ่านคิวอาร์ โค้ดนั้นเพิ่มขึ้น

การรับรู้ หมายถึง ความจริง (Reality) ของสิ่งนั้น Drucker (2002) ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการของโลกเขียนบทความที่ อธิบายว่า ความจริงของสิ่งต่างๆ คือการรับรู้ต่อสิ่งนั้นนั่นเอง ไม่มีใครว่าตัวตนจริงๆ ของสิ่งนั้นเป็นอย่างไร แต่รับรู้ ว่า สิ่งนั้นคืออะไร การรับรู้จึงเป็นความจริงของสิ่งนั้น

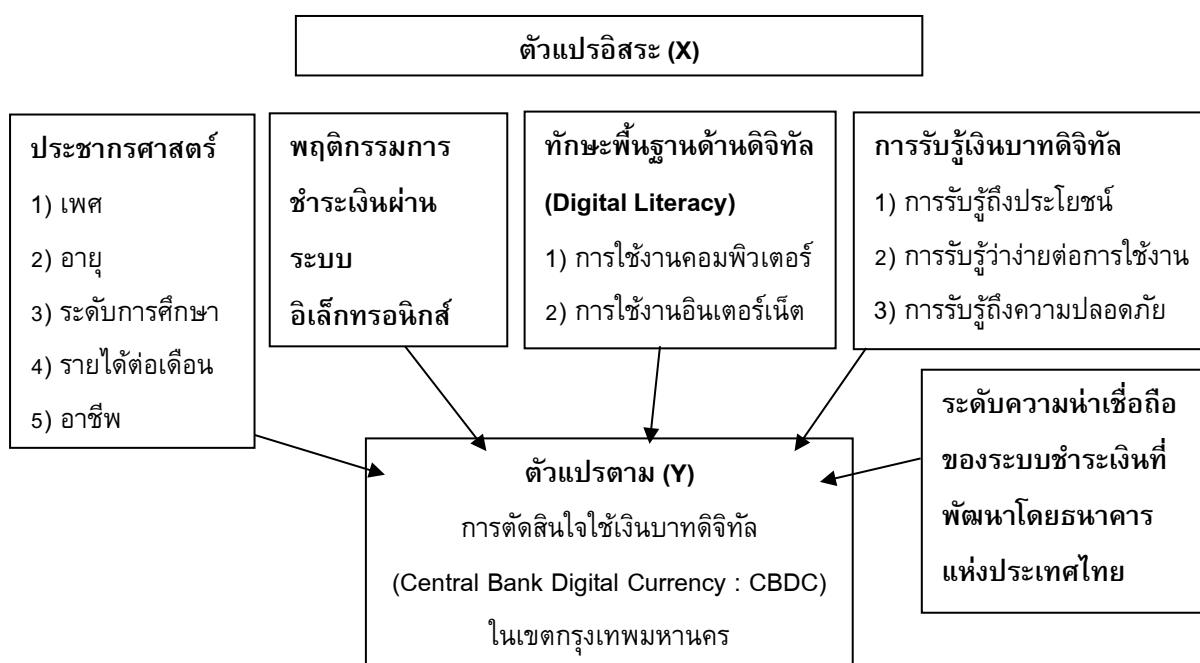
การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ของ Davis & Venkatesh (1996) เป็นหนึ่งในโมเดลที่ ใช้กันอย่างแพร่หลายมากที่สุดในระบบ สารสนเทศ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะความเข้าใจได้และความเรียบง่าย เน้นศึกษา เกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับหรือการตัดสินใจที่จะใช้เทคโนโลยี จากองค์ประกอบการรับรู้ 2 ลักษณะ ดังนี้ 1) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี (Perceived Usefulness: PU) หมายถึง ทศนคติความเชื่อของ บุคคลที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีหรือระบบใดระบบหนึ่ง เพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงานของคนคนนั้น เป็นความเชื่อหรือ มุมมองในการวิเคราะห์และตระหนักถึงคุณค่าหรือ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากเทคโนโลยีหากคุณประโยชน์ของ เทคโนโลยีตรงกับความต้องการของบุคคลจะนำไปสู่การยอมรับและใช้เทคโนโลยีนั้นต่อไป 2) การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) คือ ระดับความเชื่อ ความคาดหวังของผู้ที่จะใช้ระบบสารสนเทศ ว่าระบบดังกล่าวเป็นระบบที่สามารถเรียนรู้ได้ง่าย สะดวก ไม่ซับซ้อน ไม่ต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการเรียนรู้ที่ จะใช้ระบบ ซึ่งการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการยอมรับหรือความตั้งใจที่จะใช้ ซึ่ง สอดคล้องกับ การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจใช้เงินบาทดิจิทัล (Digital Baht) ในระบบขนส่งทางรางสาธารณะ ได้แก่ ระดับการรับรู้ประโยชน์ ผู้โดยสารได้รับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้เงินบาท ดิจิทัล (Digital Baht) ในด้านความสะดวกรวดเร็ว ความปลอดภัย ความถูกต้องแม่นยำจะทำให้กลุ่มผู้โดยสารใน กรุงเทพมหานครตัดสินใจใช้เงินบาทดิจิทัล (Digital Baht) ในระบบขนส่งทางรางสาธารณะ (ทองโรจน์ โฆษิตวัฒนา พานิชย์, 2565)

ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการนั้นตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ (Service Quality) (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1990) บริการที่ให้บริการทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ ในทุกครั้งของการบริการที่จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับมีความน่าเชื่อถือสามารถให้ความไว้วางใจได้ และความสนใจถือเป็นส่วนสำคัญมากที่สุดอย่างหนึ่ง ที่จะส่งผลในการขยายฐานลูกค้าและการบอกต่อ จากการศึกษา ของ Petty and Cacioppo (1986) พบว่า การยอมรับของประชาชนต่อ บริการใหม่นั้น เกิดจากการที่ประชาชน ยอมรับ ประชาชนไว้วางใจหน่วยงานของภาครัฐ ด้านความโปร่งใส และความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน

สมมติฐานการวิจัย

- 1) พฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ไปทิศทางบวก ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ เงินบาทดิจิทัล (Central Bank Digital Currency: CBDC) ในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2) ทักษะพื้นฐานด้านดิจิทัล (Digital Literacy) มีความสัมพันธ์ไปทิศทางบวก ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ เงินบาทดิจิทัล (Central Bank Digital Currency: CBDC) ในเขตกรุงเทพมหานคร
- 3) การรับรู้เงินบาทดิจิทัล มีความสัมพันธ์ไปทิศทางบวก ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ เงินบาทดิจิทัล (Central Bank Digital Currency: CBDC) ในเขตกรุงเทพมหานคร
- 4) ระดับความน่าเชื่อถือของระบบชำระเงินที่พัฒนาโดยธนาคารแห่งประเทศไทย(ธปท.) มีความสัมพันธ์ไปทิศทางบวก ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ เงินบาทดิจิทัล (Central Bank Digital Currency: CBDC) ในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามด้วยการสุ่มตัวอย่างประชากรในกรุงเทพมหานคร ผู้ทำวิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จำแนกตามพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นมีการเก็บข้อมูลทั้งปฐมภูมิ (Primary Data) และ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา สถิติเชิงอนุมาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล และการวัดกำหนดตัวแปร แบบสอบถามที่ใช้จะกำหนดคะแนนของแต่ละช่วงน้ำหนัก 5 ระดับ การทดสอบความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) โดยรวมมีค่าตั้งแต่ .70 ขึ้นไป ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำเสนอในรูปแบบความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้แบบจำลองที่มีการประยุกต์มาจาก หลักการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงโลจิสติกส์ (Logistics Regression Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์โลจิสติกแบบ สองทางเลือก (Binary logistics regression) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .10 และ การ

วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์กับความต้องการตัดสินใจใช้เงินบาทดิจิทัล (Central Bank Digital Currency: CBDC) ในกรุงเทพมหานคร (Crosstabulation)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ เงินบาทดิจิทัล (Central Bank Digital Currency: CBDC) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า (1) พฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด การแปลผลอยู่ระดับ มาก ($\bar{X} = 4.13$, $SD = 0.60$) (2) ทักษะพื้นฐานด้านดิจิทัล (Digital Literacy) การแปลผลอยู่ระดับ มาก ($\bar{X} = 4.06$, $SD = 0.59$) (3) การรับรู้เงินบาทดิจิทัล การแปลผลอยู่ระดับ มาก ($\bar{X} = 4.02$, $SD = 0.55$) (4) ระดับความน่าเชื่อถือของระบบชำระเงินที่พัฒนาโดยธนาคารแห่งประเทศไทย(ธปท.) มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด การแปลผลอยู่ระดับ มาก ($\bar{X} = 4.00$, $SD = 0.62$)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แสดงจำนวนร้อยละของการตัดสินใจใช้เงินบาทดิจิทัล (Central Bank Digital Currency: CBDC) ในกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถาม ตัดสินใจใช้ เงินบาทดิจิทัล (Central Bank Digital Currency: CBDC) ในการชำระสินค้าและบริการ จำนวน 350 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 87.5 และผู้ตอบแบบสอบถาม ตัดสินใจไม่ใช้ เงินบาทดิจิทัล (Central Bank Digital Currency: CBDC) ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 12.5

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงโลจิสติก

	Variables in the Equation					
	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
พฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์	0.669	0.363	3.395		1	0.065* 1.952
ทักษะพื้นฐานด้านดิจิทัล	1.472	0.458	10.323		1	0.001*** 4.358
การรับรู้เงินบาทดิจิทัล	-0.086	0.427	0.040	1	0.841	0.918
ระดับความน่าเชื่อถือของระบบชำระเงินที่พัฒนาโดยธปท.	0.981	0.336	8.511		1	0.004*** 2.667
Constant	-9.604	1.582	36.873		1	0.000 0.000

*มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.1, **มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05, ***มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงโลจิสติก จากตารางที่ 1 เมื่อพิจารณาค่านัยสำคัญ (Sig) หรือต้องมีค่าน้อยกว่า 0.1 เมื่อทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ตัวแปรดังกล่าวจึงจะมีความสัมพันธ์กับโอกาสใช้เงินบาทดิจิทัล (Central Bank Digital Currency: CBDC) และพบว่าตัวแปรที่มีค่านัยสำคัญน้อย กว่า 0.1 ได้แก่ พฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Beh) ทักษะพื้นฐานด้านดิจิทัล (Digi) ระดับความน่าเชื่อถือของระบบชำระเงินที่พัฒนาโดยธนาคารแห่งประเทศไทย(ธปท.) (Bot) โดยมีค่านัยสำคัญเท่ากับ 0.065, 0.001, 0.004 ตามลำดับ หมายความว่าตัวแปรดังกล่าวมีผลการตัดสินใจใช้เงินบาทดิจิทัล (Central Bank Digital Currency: CBDC) ในกรุงเทพมหานคร ได้อย่างมีนัยสำคัญ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้เงินบาทดิจิทัล (Central Bank Digital Currency: CBDC) ในกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1) พฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้เงินบาทดิจิทัล (Central Bank Digital Currency: CBDC) ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ พฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้เงินบาทดิจิทัล (Central Bank Digital Currency: CBDC) ในกรุงเทพมหานคร จะเห็นว่าผลการศึกษามีความสอดคล้องกับทิศทางคาดหมายในสมมติฐานที่ 1 และสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของ ณัฐกฤตา คงอนัน (2563) พบว่า ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรม การดูแลสุขภาพตัวเอง รับประทานอาหารเสริมวิตามิน การดื่มน้ำแร่คุณภาพดี การเลือกรับประทานอาหารออแกนิกส์ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินของผู้บริโภคในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎี พฤติกรรมผู้บริโภค ของ Kotler (2003) คือ พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การบริโภค การใช้สินค้าและบริการ การประเมินผลจากการใช้สินค้าและบริการ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค ส่งผลให้มีการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

2) ความรู้พื้นฐานด้านดิจิทัล (Digital Literacy) ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้เงินบาทดิจิทัล (Central Bank Digital Currency: CBDC) ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สถิติ กล่าวคือ ความรู้พื้นฐานด้านดิจิทัล (Digital Literacy) จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้เงินบาทดิจิทัล (Central Bank Digital Currency: CBDC) ในกรุงเทพมหานคร จะเห็นว่าผลการศึกษามีความสอดคล้องกับทิศทางคาดหมายในสมมติฐานที่ 2 และสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของ ดวงพร รัตสินทร (2562) พบว่า การรับรู้ การใช้ประโยชน์ของเทคโนโลยี ด้านระบบด้านความซับซ้อนในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร คือเมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้เทคโนโลยี ด้านความซับซ้อนในการใช้งาน จะทำให้ความตั้งใจใช้บริการการชำระเงินผ่านคิวอาร์ โค้ดนั้นเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎี Gilster (1997) A New Digital Literacy จากปัจจัยการรู้ดิจิทัล เป็นความสามารถในการทำความเข้าใจ การใช้สารสนเทศในรูปแบบที่หลากหลายโดยการนำเสนอผ่านคอมพิวเตอร์ การรู้ดิจิทัลจึงเป็น แนวคิดและวิธีการคิด หรือความเชื่อที่ส่งผลต่อพฤติกรรม (Idea and mindset)

3) ระดับความน่าเชื่อถือของระบบชำระเงินที่พัฒนาโดยธนาคารแห่งประเทศไทย(ธปท.) ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้เงินบาทดิจิทัล (Central Bank Digital Currency: CBDC) ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ ระดับความน่าเชื่อถือของระบบชำระเงินที่พัฒนาโดยธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้เงินบาทดิจิทัล (Central Bank Digital Currency: CBDC) ในกรุงเทพมหานคร จะเห็นว่าผลการศึกษามีความสอดคล้องกับทิศทางคาดหมายในสมมติฐานที่ 4 และสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของ นายนันทสฤทธิ ศิริทรัพย์ (2559) พบว่า ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน ส่งอิทธิพลทางตรงต่อความเชื่อมั่นในรัฐบาล อิเล็กทรอนิกส์ ประชาชนนั้นจะยอมรับ และเชื่อมั่นในบริการใหม่ๆ ที่รัฐบาลมีส่วนร่วมในการให้บริการนั้น มีส่วนมาจากการที่ประชาชนไว้วางใจในหน่วยงานของภาครัฐ สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎี Servqual (Service Quality) (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1990) คือความสามารถในการให้บริการนั้นตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอในทุกครั้งของการบริการที่จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับมีความน่าเชื่อถือ

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา คือ รัฐบาล หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องประชาสัมพันธ์ สื่อสารหรือให้ความรู้แก่ประชาชนในแง่ของ ประโยชน์จากการใช้งานเป็นหลัก วิธีการใช้งาน รวมถึงความปลอดภัยของระบบการชำระเงิน เนื่องจากในปัจจุบันมีงานวิจัยเข้ามาในรูปแบบ ปลอมเป็นธนาคาร หลอกให้ทำธุรกรรมทางการเงิน ความปลอดภัยของระบบชำระเงินจึงมีความสำคัญมาก การให้ความรู้ด้านการทำงานของบล็อกเชน (Blockchain) เทคโนโลยีที่รองรับการ

ทำธุรกรรมทางการเงินแบบดิจิทัล เพื่อให้ประชาชนมีความเข้าใจ ความไว้วางใจในการตัดสินใจใช้เงินบาทดิจิทัล (Central Bank Digital Currency: CBDC) มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) นอกจากการศึกษابัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ เงินบาทดิจิทัล (Central Bank Digital Currency: CBDC) ในเขตกรุงเทพมหานครในครั้งนี้แล้ว การศึกษาในครั้งถัดไปควรเพิ่ม กลุ่มตัวอย่างประชากรในการศึกษาการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งการเก็บข้อมูลทั้งปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เพื่อเป็นการเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
- 2) เพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนผู้ใช้เงินบาทดิจิทัล (Central Bank Digital Currency: CBDC) ในวงกว้างมากขึ้น การศึกษาในครั้งถัดไปควรเพิ่มคำถามในแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้เงินบาทดิจิทัล (Central Bank Digital Currency: CBDC) ในการชำระค่าสินค้า ร้านอาหาร ร้านค้าสะดวกซื้อ การสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน บริการธุรกิจต่างๆ ระบบขนส่งสาธารณะ การชำระค่าสาธารณูปโภค การชำระคูปองส่วนลดในรูปแบบการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

เอกสารอ้างอิง

- กานต์สุทธิ ศิริทรัพย์. (2559). ความตั้งใจที่จะใช้บริการพร้อมเพย์ (วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- กัลยา โตทองกลาง และคณะ. (2562). เรื่องการศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Facebook ของ นักศึกษาระดับปริญญาตรี จังหวัดนครราชสีมา (วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล.
- ณัฐกฤตา คงอนัน. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มผสมวิตามินของผู้บริโภค (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดวงพร รัตสินทร. (2562). การรับรู้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ทองโรจน์ โฆษิตพัฒน์พานิชย์. (2565). ปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จของการตัดสินใจใช้เงินบาทดิจิทัล (Digital Baht) ในระบบขนส่งทางสาธารณะของกลุ่มผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร (วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- สโรชา เ็นนียง. (2563). พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในช่วงที่มีการระบาดของ Covid-19 (เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Davis, Venkatesh. (1996). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology.*
- Drucker. (2002). *The Practice of Management and The Effective.* HarperCollins.
- Fullerton, Morgan. (2022). *THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA'S DIGITAL YUAN.*
- Gilster. (1997). *Digital Literacy.* New York Chichester: John Wiley
- James. (2021). *China's Digital Yuan: A Threat to Freedom.* CATO AT LIBERTY.
- Kotler. (2003). *Consumer Behavior. Principles of marketing: An Asian perspective.*
- Parasuraman, Zeithaml, Berry. (1990). *SERVQUAL. A multiple item scale for measuring customer perceptions of service quality.* Cambridge: Marketing Science Institute.
- Petty, Cacioppo. (1986). *The elaboration likelihood model of persuasion Advances in Consumer Research.*

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2023 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).