

การศึกษาสกุลเงินดิจิทัลของ Facebook Libra (Diem) ในประเทศไทย



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ)
คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

การศึกษาสกุลเงินดิจิทัลของ Facebook Libra (Diem) ในประเทศไทย

ดนตรี เพียรธรรม

คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ

รองศาสตราจารย์.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ดร.ชุตินันต์ เกติวิบูลย์เวช)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ)

รองศาสตราจารย์.....ประธานกรรมการ
(ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว)

รองศาสตราจารย์.....กรรมการ
(ดร.ศุภวงค์ ทวีรอบ)

รองศาสตราจารย์.....กรรมการ
(ดร.ชุตินันต์ เกติวิบูลย์เวช)

บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์	การศึกษาสกุลเงินดิจิทัลของ Facebook Libra (Diem) ในประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน	นายดนภัทร เพียรธรรม
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
ปีการศึกษา	2567

การวิจัยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจใช้งานสกุลเงิน Libra ในกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และการยอมรับเทคโนโลยีในกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาบนพื้นฐานทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) แบ่งผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงินดิจิทัล ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง และกลุ่มวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร รวมทั้งสิ้น 26 คน ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่าย มีอิทธิพลร่วมกันต่อทัศนคติการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงิน Libra สกุลเงิน Libra นั้นมีผลช่วยทำให้มีภาพลักษณ์ทางสังคมที่ดีขึ้น ด้านความรวดเร็วและสะดวกสบายในการทำธุรกรรมเป็นประเด็นสำคัญมากที่สุด จุดแข็งของ Libra คือการเป็นเงินดิจิทัลที่มีมูลค่าคงที่ (Stable Coin) การเคยซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายบริการของ Facebook จะส่งผลให้เกิดความสนใจใช้งานสกุลเงินเงิน Libra สื่อได้ถึงความภักดีต่อสินค้าและบริการ ปัจจัยด้านอิทธิพลจากเครือข่าย ส่งผลต่อการเลือกใช้งานสกุลเงิน Libra ไปในทิศทางที่เป็นลบ โดยให้เหตุผลด้วยที่รัฐบาลสหรัฐประกาศซื้อขาย Future Bitcoin Contract ทำให้เกิดการเก็งกำไร รวมไปถึงนโยบายของรัฐบาลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้สกุลเงิน Libra และการเปลี่ยนรูปแบบการชำระเงินที่ใช้เป็นสกุลเงิน Libra มีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ด้านความเสี่ยงผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่ามีอุปสรรคสำคัญที่ต้องผ่านไปได้ คือ ต้องรับการอนุมัติจากรัฐบาลทั่วโลก และอาจส่งผลกระทบต่อโครงสร้างทางการเงินหาก Libra เข้ามาในอุตสาหกรรมการเงินแล้วบอกว่าต่อไปไม่มีค่าธรรมเนียม

ABSTRACT

Title of Thesis	The Study of Digital Currency Facebook Libra (Diem) in Thailand
Author	Mr. Donnach Peantham
Degree	Master of Arts (Communication and Innovation)
Year	2024

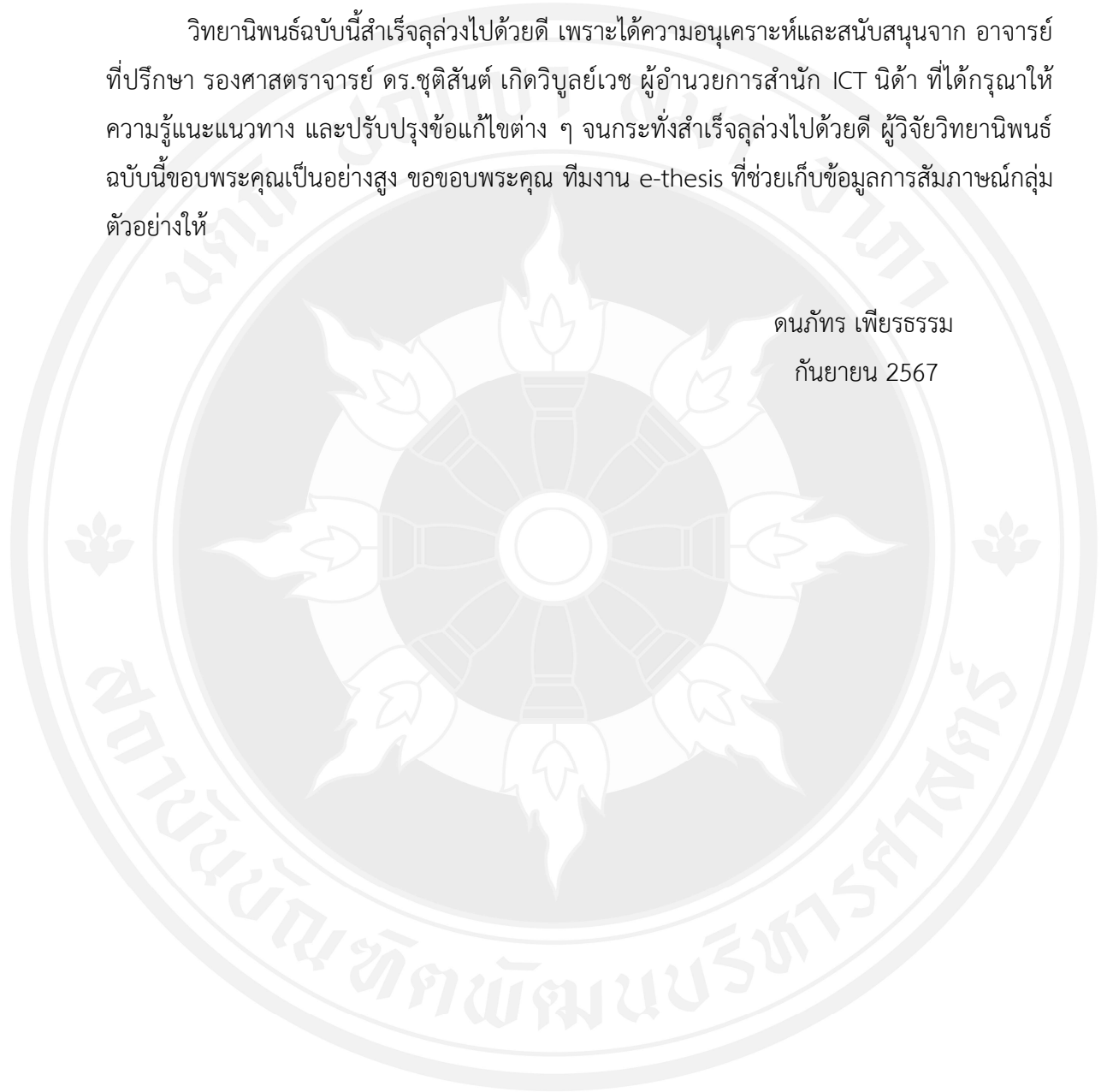
The aim of the research was to examine the factors affecting the decision to use Libra among working-age people in Bangkok and technology adoption among working-age people in Bangkok. The study was based on the Technology Acceptance Model (TAM) theory. The qualitative research was conducted by collecting in-depth interviews and focus groups. The key informants were divided into 3 The group includes cryptocurrency experts. Related experts and working age groups in Bangkok, including 26 people. perceived benefit and perception of ease has a common influence on the attitude of using Libra currency trading applications. Libra currency has a positive effect on social image. The speed and convenience of transactions are the most important points. Libra's strength is its stable coin. Will result in interest in the use of the Libra currency, media has said that loyalty to goods and services that influence factors from the network Affects the choice of the Libra currency in a negative direction. With the reason that the US government announced the futures Bitcoin contract, it caused speculation. As well as government policies influencing the decisions of users of Libra currency and converting their existing form of payment to Libra currency, there is an acceptable cost of conversion. On the risk side, experts are of the opinion that There is one major hurdle that must be overcome: it must be approved by governments around the world. And it could affect the financial structure if Libra enters the financial industry and says there are no fees here.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เพราะได้รับความอนุเคราะห์และสนับสนุนจาก อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ชุตินันต์ เกตวิบูลย์เวช ผู้อำนวยการสำนัก ICT นิต้า ที่ได้กรุณาให้ความรู้แนะแนวทาง และปรับปรุงข้อแก้ไขต่าง ๆ จนกระทั่งสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ขอขอบพระคุณ ทีมงาน e-thesis ที่ช่วยเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างให้

คนภัทร เพียรธรรม

กันยายน 2567



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ค
ABSTRACT	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลลิบร้า	2
1.3 นโยบายด้านสินทรัพย์ดิจิทัลในประเทศไทย	4
1.4 สกุลเงินดิจิทัลของประเทศจีน (DCEP)	4
1.5 คำถามการวิจัย	6
1.6 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	6
1.7 ขอบเขตการวิจัย	6
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.9 ความหมายหรือนิยามศัพท์เฉพาะ	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 แนวคิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (Perception)	9
2.1.1 กระบวนการรับรู้	9
2.1.2 รูปแบบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ	10
2.1.3 หลักในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ	10
2.2 แบบแนวคิดเรื่องการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)	11

2.3	ทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)	12
2.3.1	แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model 2: TAM2)	13
2.3.2	แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model 3: TAM3)	15
2.3.3	แบบจำลองทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT)	17
2.3.4	แบบจำลองทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT2)	18
2.4	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
2.4.1	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทฤษฎีโมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)	19
2.4.2	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)	26
2.5	กรอบแนวคิดในการวิจัย	28
บทที่ 3	ระเบียบวิธีวิจัย	29
3.1	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย (Sampling)	29
3.2	ประชากร (Population) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย	30
3.3	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (The Research Instrument)	30
3.4	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)	31
3.4.1	การสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire)	31
3.4.2	การประเมินคุณภาพของเครื่องมือ	32
3.5	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection)	32
3.5.1	ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)	32
3.5.2	ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)	33
3.6	วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis of Data)	33
บทที่ 4	ผลการศึกษา	34
4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งาน Libra	34
4.1.1	อิทธิพลทางสังคมของสกุลเงิน Libra	34
4.1.2	สิ่งอำนวยความสะดวกของสกุลเงิน Libra	35

4.1.3	มูลค่าตามราคาของสกุลเงิน Libra	35
4.1.4	ความน่าเชื่อถือของสกุลเงิน Libra	36
4.1.5	ผลกระทบเครือข่ายของสกุลเงิน Libra	37
4.2	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการยอมรับสกุลเงิน Libra	37
4.2.1	ประโยชน์ของสกุลเงิน Libra	37
4.2.2	ความเสี่ยงของสกุลเงิน Libra	39
4.2.3	ผลกระทบต่อเศรษฐกิจของสกุลเงิน Libra	41
บทที่ 5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	44
5.1	ผลการวิเคราะห์	44
5.1.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งาน Libra	44
5.1.2	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับการยอมรับสกุลเงิน Libra	47
5.2	อภิปรายผลของการศึกษา	49
5.3	ข้อเสนอแนะ	52
5.3.1	ข้อเสนอแนะของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้	52
5.3.2	ข้อเสนอแนะของการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป	53
บรรณานุกรม		54
ภาคผนวก		59
ประวัติผู้เขียน		63

สารบัญตาราง

ตารางที่

หน้า

- 1.1 การเปรียบเทียบคุณสมบัติที่แตกต่างกันระหว่างเงินสด และสกุลเงินดิจิทัลต่าง ๆ 6



สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

- | | | |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1.1 | ข้อมูลจำนวนบัญชีผู้ใช้งาน Facebook ในประเทศไทย | 3 |
| 2.1 | แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี Theory of Acceptance Model: TAM | 13 |
| 2.2 | แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model 2: TAM2) | 14 |
| 2.3 | แบบจำลองของปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Model of the Determinants of Perceived Ease of Use) | 15 |
| 2.4 | แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี Technology Acceptance Model 3: TAM3 | 16 |
| 2.5 | แบบจำลองทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT) | 17 |
| 2.6 | แบบจำลองทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT2) | 18 |
| 2.7 | กรอบแนวคิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การรับรู้ความเสี่ยงและแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี TAM (Theory of Acceptance Model: TAM3) | 28 |

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การเกิดขึ้นของสกุลเงินดิจิทัลแรกเริ่มเป็นเหตุผลมาจากการที่ผู้ที่สร้างนั้นอ้างว่าต้องการสร้างระบบการเงินที่แยกตัวออกมาเป็นอิสระไม่ขึ้นกับใครไม่มีใครสามารถเป็นผู้กำหนดทิศทางหรือสามารถผูกขาดการกระทำที่จะส่งผลกระทบต่อค่าเงินนั้น ซึ่งสกุลเงินดิจิทัลแรกหรือ Bitcoin ได้เกิดขึ้นหลังจากเกิดวิกฤตการณ์การเงินครั้งใหญ่เมื่อปี ค.ศ. 2007-2008 ซึ่งเรียกว่า Sub-prime Crisis หรือที่คนไทยเรียกว่าวิกฤตแฮมเบอร์เกอร์ซึ่งจุดเริ่มต้นนั้นเกิดมาจากธุรกิจภาคอสังหาริมทรัพย์ของอเมริกาซึ่งขณะนั้นประเทศสหรัฐอเมริกา มีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจที่สถาบันการเงินได้ปล่อยกู้ให้ประชาชนทั่วไปในปริมาณที่มหาศาลโดยไม่ได้ใส่ใจกับเครดิตของลูกค้าที่มาตราฐานต่ำมากนัก อีกทั้งยังได้มีการเก็งกำไรในบ้านโครงการใหม่ที่กำลังจะเกิดขึ้น ราคาบ้านขึ้นไปสูงเกินราคาที่แท้จริงไปมาก ผู้ที่เครดิตต่ำกว่ามาตรฐานจำนวนมากไม่สามารถชำระหนี้ได้ ทำให้ภาคบริหารการจัดการสินทรัพย์เกิดภาวะหนี้สูญในปริมาณที่มหาศาล สถาบันการเงินและบริษัทขนาดใหญ่ต้องปิดตัวลงเป็นจำนวนมาก นั่นเป็นเหตุให้ส่งผลกระทบต่อส่งผ่านไปถึงตลาดหุ้นและหลายประเทศ เพราะนักลงทุนสหรัฐอเมริกาที่ไปลงทุนในหลายประเทศ ต้องถอนทรัพย์สินการลงทุนของตนกลับมาพยุงช่วยบริษัทตนเองที่อยู่ในสหรัฐอเมริกา ตลาดหุ้นทั่วโลกจึงเกิดภาวะถอยครั้งใหญ่ อันมีผลเนื่องมาจาก วิกฤตการณ์การเงิน Subprime Crisis ที่สหรัฐอเมริกา

สกุลเงินดิจิทัลสามารถมาช่วยแก้ปัญหาในประเทศที่ผู้คนท้องถิ่นไม่เชื่อมั่นในระบบการเงินในประเทศ เช่น ประเทศเวเนซุเอลา ซึ่งมีเงินสกุลโบลีเวียเป็นสกุลเงินท้องถิ่น ต้องเผชิญกับค่าเงินเพื่อรุนแรงที่สูงมากถึงเกือบ 1 ล้านเปอร์เซ็นต์ในปี พ.ศ. 2561 ทำให้ค่าเงินโบลีเวีย มีมูลค่าต่ำลงกว่า 92% ในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา ทำให้ประชาชนในเวเนซุเอลาบางส่วนทำงานเสริมในการขุด Bitcoin มาใช้จ่าย เนื่องจาก Bitcoin เป็นสกุลเงินที่ไม่มีศูนย์กลาง (Decentralized) การเมืองหรือวิกฤติในประเทศใดจึงไม่สามารถส่งผลกระทบต่อค่าเงิน Bitcoin สกุลเงินดิจิทัลจึงอาจจะเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับประเทศที่ไม่มีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ

ในอดีตการใช้จ่ายใช้สอยของผู้คนเป็นแบบการออกไปเลือกซื้อสินค้าด้วยตัวเองแล้วใช้เงินสด หรือสกุลเงินมาตรฐาน เช่น การจ่ายด้วยบัตรเครดิต บัตรเดบิต หรือเช็คเงินสด แลกเปลี่ยนสินค้า แต่ปัจจุบันการซื้อขายสินค้าเปิดกว้างมากขึ้นโดยมีอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งสำคัญในการเชื่อมโยงให้ผู้คนสามารถซื้อขายได้อย่างไร้พรมแดน เพียงแค่มีอินเทอร์เน็ตผู้คนก็สามารถใช้เชื่อมกับอุปกรณ์ดิจิทัล เช่น คอมพิวเตอร์ หรือ สมาร์ทโฟน แล้วทำการซื้อขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์หรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ โดยมีการจ่ายเงินผ่านบริการธุรกรรมทางการเงินในระบบดิจิทัลพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าแบบนี้ นับวันยิ่งเติบโตมากขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้น ธุรกรรมทางการเงินในระบบดิจิทัลยิ่งต้องเติบโตมากขึ้นเพื่อรองรับการเติบโตนี้ อย่างไรก็ตาม ธุรกรรมทางการเงินนี้ยังมีข้อจำกัดบางประการ อยู่ เช่น ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนในแต่ละสกุลเงิน และการเข้าถึงธุรกรรมทางการเงินในระบบดิจิทัลที่ยังไม่ถึงขั้น ทำให้ยังคงมีการ 2 ใช้เงินสดหรือต้องพึ่งพาสถาบันการเงินอย่างธนาคาร รวมไปถึงผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิต ก็อาจจะไม่สามารถใช้จ่ายผ่านระบบนี้ได้ และนั่นทำให้องค์กรสื่อสังคม ออนไลน์อย่าง Facebook ตัดสินใจคิดค้นสกุลเงินที่เรียกว่า ลิบรา (Libra) ซึ่งจะทำให้การใช้จ่ายใช้ สอยเชื่อมต่อกันได้อย่างไร้ขีดจำกัด และง่ายที่สุด

หน่วยงานกำกับดูแลอาวูโสแจ้งให้เราทราบว่า Diem เป็นโครงการ Stablecoin ที่ออกแบบมาดีที่สุดในที่รัฐบาลสหรัฐฯเคยเห็น แม้จะให้ผลตอบแทนเชิงบวกที่สำคัญเกี่ยวกับการออกแบบเครือข่าย แต่ก็ยังชัดเจนจากการเจรจาของเราเกี่ยวกับหน่วยงานกำกับดูแลของรัฐบาลกลางว่าโครงการไม่สามารถเดินหน้าต่อไปได้ ด้วยเหตุนี้ แนวทางที่ดีที่สุดคือการขายทรัพย์สินของ Diem Group อย่างที่เราได้ทำกับ Silvergate ในวันนี้

เรายังคงมั่นใจในศักยภาพของ Stablecoin ที่ทำงานบนบล็อกเชนที่ออกแบบเหมือนของ Diem เพื่อมอบผลประโยชน์ที่เป็นแรงบันดาลใจให้ Diem Association ตั้งแต่ต้น ด้วยการขายในวันนี้ Silvergate จะอยู่ในตำแหน่งที่ดีเพื่อนิววิสัยทัศน์นี้ไปข้างหน้า ในอีกไม่กี่สัปดาห์ข้างหน้า Diem Association และบริษัทในเครือคาดว่าจะเริ่มกระบวนการปิดตัวลง แต่เราหวังว่าจะได้เห็นตัวเลือกการออกแบบและอุดมคติของ Diem”

1.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสกุลเงินดิจิทัลลิบร้า

หน่วยสกุลของ Libra นั้นถูกตั้งมาจากภาษาละติน Libra (ลิบร้า) เป็นมาตราวัดน้ำหนักของชาวโรมันโดย 1 ลิบร้าจะเท่ากับ 328.9 กรัม อีกทั้งหน่วยการชั่งน้ำหนักเป็นปอนด์ (lb) ก็มาจากคำว่า Libra และเป็นที่มาของสัญลักษณ์ราศีตุลย์ที่เป็นรูปตาชั่ง ซึ่งเรียกว่า Libra เช่นเดียวกัน สกุลเงินดิจิทัลลิบร้าถูกสร้างขึ้นมาจากบริษัท Facebook สหรัฐอเมริกาที่มีจำนวนบัญชีผู้ใช้อยู่ถึง 2.38 พันล้านบัญชีทั่วโลกและมีบัญชีในประเทศไทยอยู่กว่า 47 ล้านบัญชี

JAN 2020 **FACEBOOK REACH RANKINGS**
COUNTRIES AND TERRITORIES* WITH THE GREATEST POTENTIAL FACEBOOK ADVERTISING REACH

#	COUNTRY	REACH	▲ QOQ	▲ QOQ	#	COUNTRY	REACH	▲ QOQ	▲ QOQ
01	INDIA	260,000,000	-3.7%	-10,000,000	13	PAKISTAN	33,000,000	+3.1%	+1,000,000
02	U.S.A.	180,000,000	0%	[UNCHANGED]	14	COLOMBIA	32,000,000	0%	[UNCHANGED]
03	INDONESIA	130,000,000	+8.3%	+10,000,000	15	FRANCE	31,000,000	0%	[UNCHANGED]
04	BRAZIL	120,000,000	0%	[UNCHANGED]	16=	ARGENTINA	29,000,000	0%	[UNCHANGED]
05	MEXICO	84,000,000	+2.4%	+2,000,000	16=	ITALY	29,000,000	0%	[UNCHANGED]
06	PHILIPPINES	70,000,000	+2.9%	+2,000,000	18	GERMANY	28,000,000	0%	[UNCHANGED]
07	VIETNAM	61,000,000	+1.7%	+1,000,000	19	NIGERIA	24,000,000	+4.3%	+1,000,000
08	THAILAND	47,000,000	0%	[UNCHANGED]	20=	MALAYSIA	22,000,000	0%	[UNCHANGED]
09	EGYPT	38,000,000	+2.7%	+1,000,000	20=	PERU	22,000,000	0%	[UNCHANGED]
10=	TURKEY	37,000,000	0%	[UNCHANGED]	22=	CANADA	21,000,000	0%	[UNCHANGED]
10=	U.K.	37,000,000	0%	[UNCHANGED]	22=	MYANMAR	21,000,000	+5.0%	[UNCHANGED]
12	BANGLADESH	34,000,000	+6.3%	+2,000,000	22=	SPAIN	21,000,000	-4.5%	[UNCHANGED]

102 SOURCE: EXTRAPOLATIONS OF DATA FROM FACEBOOK'S SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS (JANUARY 2020). *NOTE: ONLY INCLUDES COUNTRIES AND TERRITORIES WITH POPULATIONS OF AT LEAST 50,000 PEOPLE. ● COMPARABILITY ADVISORY: BASE CHANGES.

we are social | Hootsuite

ภาพที่ 1.1 ข้อมูลจำนวนบัญชีผู้ใช้งาน Facebook ในประเทศไทย แหล่งที่มา: Kemp (2020).

ภารกิจของสกุลเงินดิจิทัลลิบร้าที่ถูกอ้างไว้ในเอกสาร (Libra White Paper) กล่าวไว้ว่า คือ การทำให้เกิดการใช้งานระบบชำระเงินทั่วโลกที่มีโครงสร้างพื้นฐานทางการเงินที่เรียบง่ายเข้าถึงผู้คนกว่าพันล้านคนทั่วโลก เป็นสกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) ที่มีความผันผวนต่ำ เพราะว่ามีสกุลเงินมาค้ำประกัน สามารถพัฒนาได้ผ่าน Smart Contract Platform สกุลเงินดิจิทัลลิบร้าออกแบบอยู่ในระบบที่เรียกว่า “Libra Blockchain” เป็นระบบ Opensource ซึ่งถูกออกแบบมาให้ใครก็ได้พัฒนาระบบ ผู้ที่ทำหน้าที่ในการดูแลการดำเนินการของสกุลเงินดิจิทัลลิบร้าคือ สมาคมสกุลเงินดิจิทัลลิบร้า (Libra Association) มีสำนักงานตั้งอยู่ในกรุงเจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ มีจุดประสงค์ในการสร้างเครือข่ายการกำกับดูแลออกนโยบาย วางแผน สร้างกลยุทธ์รวมถึงการดูแลเงินทุนสำรอง ซึ่งทางสมาคมสกุลเงินดิจิทัลลิบร้า (Libra Association) ได้ประกาศออกมาว่าเป็นองค์กรอิสระที่ไม่แสวงหาผลกำไร สมาชิกของสมาคมสกุลเงินดิจิทัลลิบร้า (Libra Association) ประกอบด้วยหน่วยของหลายภาคส่วนธุรกิจรวมไปถึงสถาบันการเงินและสถาบันการศึกษา ซึ่งขณะนี้ มีสมาชิกเข้าร่วมจำนวน 21 ราย

การเกิดขึ้นของสกุลเงินดิจิทัลลิบร้าถือว่าเป็นความท้าทายของโลกซึ่งอาจจะเป็นจุดเปลี่ยนให้เกิดการใช้งานสกุลเงินดิจิทัลได้อย่างแพร่หลายมากขึ้น เพราะการที่เฟซบุ๊กมีบัญชีผู้ให้บริการกว่า 2 พันล้านคน อาจส่งผลให้เกิดการปฏิวัติทางอุตสาหกรรมการเงินได้ โดยเฉพาะในภาคการเงินธนาคารที่อาจจะส่งผลกระทบได้โดยตรง เพราะอาจจะต้องสูญเสียโอกาสในการเก็บค่าบริการในการ

โอนเงินระหว่างประเทศ เพราะการใช้สกุลเงินดิจิทัลที่ถือลิบร่ามันถึงแม้ไม่มีบัญชีธนาคารก็ยังสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ ทั้งการโอนเงินและชำระเงินแบบไม่มีค่าธรรมเนียม และมีความเป็นไปได้ว่ากรุงเทพมหานครอาจเป็นเมืองที่มีผู้ใช้สกุลเงินดิจิทัลที่ถือลิบร่ามันมากที่สุดในโลก เพราะกรุงเทพมหานครครองอันดับหนึ่งเมืองที่มีผู้ใช้งานเฟซบุ๊กมากที่สุดด้วยยอดผู้ใช้บริการกว่า 25 ล้าน

1.3 นโยบายด้านสินทรัพย์ดิจิทัลในประเทศไทย

วันที่ 10 พฤษภาคม พ.ศ. 2561 พระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ. 2561 การเสนอขายโทเคนดิจิทัลต่อประชาชน (หมวด 3) การเสนอขายโทเคนดิจิทัลที่ออกใหม่ต่อประชาชน หรือโทเคนดิจิทัลที่ผู้เสนอขายได้ออกไว้แล้วและมีวัตถุประสงค์ที่จะเสนอขายเป็นการทั่วไปต่อประชาชนจะกระทำได้เฉพาะนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด และต้องได้รับอนุญาตจากสำนักงาน ก.ล.ต. รวมทั้งต้องยื่นแบบแสดงรายการข้อมูลการเสนอขายโทเคนดิจิทัล และร่างหนังสือชี้ชวนต่อสำนักงาน ก.ล.ต. ด้วย ทั้งนี้โดยมีรายละเอียดตามที่คณะกรรมการ ก.ล.ต. ประกาศกำหนด (มาตรา 17)

มาตรา 7 ให้ถือว่าผู้ประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลและผู้ให้บริการระบบเสนอขายโทเคนดิจิทัล ตามพระราชกำหนดนี้เป็นสถาบันการเงินตามกฎหมายว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน

มาตรา 26 ผู้ประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลต้องได้รับอนุญาตจากรัฐมนตรีตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ ก.ล.ต.

มาตรา 37 ในกรณีที่การทำธุรกรรม การดำเนินกิจการ หรือการดำเนินการใดเกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัลอาจส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพของระบบการเงินหรือระบบเศรษฐกิจของประเทศอย่างมีนัยสำคัญ ให้รัฐมนตรีโดยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรี มีอำนาจประกาศห้ามผู้ประกอบธุรกิจ สินทรัพย์ดิจิทัลทำธุรกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดเกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัล หรือสั่งระงับการดำเนินกิจการหรือ การดำเนินการทั้งหมดหรือแต่บางส่วนของผู้ประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลได้ ในการนี้ รัฐมนตรีอาจสั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลตามวรรคหนึ่งต้องปฏิบัติตามอย่างหนึ่ง อย่างใดเพื่อคุ้มครองประโยชน์ของลูกค้าด้วยก็ได้ (สรุปสาระสำคัญของพระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ. 2561)

1.4 สกุลเงินดิจิทัลของประเทศจีน (DCEP)

สกุลเงินดิจิทัลของจีน หรือ DCEP เป็นสกุลเงินดิจิทัลที่ถูกสร้างขึ้นโดยธนาคารกลางจีน (People's Bank of China) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดการใช้เงินสด และสร้างรากฐานทางการเงินที่มั่นคง เพื่อพัฒนาประเทศไปสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ซึ่งสกุลเงินดิจิทัลนี้ได้ถูกพัฒนาขึ้นโดยใช้ Blockchain เป็นเทคโนโลยีพื้นฐาน

ประโยชน์ของสกุลเงินดิจิทัล DCEP มีอยู่หลายด้าน ได้แก่ 1) การลดความเสี่ยงในการปลอมแปลงเงิน และลดการฟอกเงินที่ผิดกฎหมาย 2) การลดค่าใช้จ่ายในต้นทุนการจัดการธนบัตรและเหรียญกษาปณ์ 3) การต่อยอดของข้อมูล นำไปสู่เก็บภาษีที่ครอบคลุมและแม่นยำมากขึ้น และ DCEP กับสกุลเงินดิจิทัลชนิดอื่น

การที่จีนได้ประกาศทดสอบใช้สกุลเงินดิจิทัล DCEP ได้สร้างความตื่นตัวไปทั่วโลก เพราะสกุลเงินดิจิทัลนี้ มีความโดดเด่นเฉพาะตัวและมีความแตกต่างอย่างมากเมื่อเทียบกับสกุลเงินดิจิทัลอื่น ๆ อาทิ Bitcoin ซึ่งข้อแตกต่างเหล่านี้ทำให้ DCEP เหมาะจะเป็นเงินดิจิทัลที่ทดแทนการใช้เงินสดในชีวิตประจำวัน โดยข้อแตกต่างของ DCEP มีดังนี้

1) DCEP เป็นสกุลเงินดิจิทัลที่ออกโดยรัฐบาล และมีระบบปฏิบัติการแบบรวมศูนย์ (Centralized) ซึ่งมีการกำหนดมูลค่าเท่ากับเงินหยวน สัดส่วนเป็น 1:1 โดยบางที่จะเรียก DCEP ว่า หยวนดิจิทัล ในขณะที่สกุลเงินดิจิทัลอื่น ๆ เช่น Bitcoin ถูกกำกับโดยสูตรคณิตศาสตร์ เป็นอิสระ ไม่ถูกควบคุมโดยหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง และเป็นการทำงานแบบเครือข่ายกระจายศูนย์ข้อมูล (Decentralized)

2) DCEP ของจีนไม่อนุญาตให้ใช้ในการเก็งกำไร ซึ่งแตกต่างกับสกุลเงินดิจิทัลชนิดอื่นที่มีการเข้าไปเก็งกำไรของนักลงทุนอย่างมาก ตัวอย่างเช่น Bitcoin ที่เป็นที่ยอมรับและมีการเก็งกำไรในอัตราที่สูง ทำให้มูลค่ามีการแกว่งตัวอย่างมาก โดยใน 6 เดือนที่ผ่านมา อัตราแลกเปลี่ยน Bitcoin ต่อดอลลาร์สหรัฐสูงสุดอยู่ที่ 10,367.53 ดอลลาร์ต่อ Bitcoin (วันที่ 13 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563) และต่ำสุดอยู่ที่ 4,944.70 ดอลลาร์ต่อ Bitcoin (วันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2563) จะเห็นได้ว่ามูลค่าเปลี่ยนแปลงไปมากกว่าร้อยละ 50 ซึ่งการที่มูลค่าของเงินมีความผันผวนสูง ส่งผลให้ไม่เหมาะแก่การใช้แทนเงินสด

3) DCEP สามารถใช้ได้แม้ไม่มีอินเทอร์เน็ต ซึ่งถือเป็นสิ่งที่โดดเด่นมากเมื่อเทียบกับสกุลดิจิทัลชนิดอื่น โดย DCEP ได้ใช้ระบบชำระเงินแบบไร้สาย หรือ NFC Contact (Near Field Communication) เป็นฐานทำให้ตัวอุปกรณ์ใช้โอนเงินได้โดยไม่ต้องเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ทำให้การใช้เงิน DCEP ทำที่ไหนก็ได้ ไม่ต้องมีธนาคาร ไม่ต้องมีอินเทอร์เน็ต ขอเพียงแค่มือถือเท่านั้น

ตารางที่ 1.1 การเปรียบเทียบคุณสมบัติที่แตกต่างกันระหว่างเงินสด และสกุลเงินดิจิทัลต่าง ๆ

	DCEP	Libra	Bitcoin	เงินสด
ความสะดวกในการพกพาเพื่อใช้ง่าย	สูง	สูง	ต่ำ	สูง
ความผันผวนของมูลค่า	ต่ำ	ต่ำ	สูง	ต่ำ
การกระจายศูนย์กลางข้อมูล	ไม่ใช่	บางส่วน	ใช่	ไม่ใช่
ความปลอดภัย	สูง	สูง	สูง	ต่ำ
การทำธุรกรรมออฟไลน์	ได้	ไม่ได้	ไม่ได้	ได้
ความเร็วในการทำธุรกรรม (จำนวนธุรกรรม/วินาที)	220,000	1,000	7	–

แหล่งที่มา: ชานน ลิมป์ประสิทธิ์พร (2564).

1.5 คำถามการวิจัย

- 1) ปัจจัยที่ ผลต่อการตัดสินใจใช้งานสกุลเงิน Libra ในกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไรบ้าง
- 2) การยอมรับเทคโนโลยีในกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไรบ้าง

1.6 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจใช้งานสกุลเงิน Libra ในกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2) เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีในกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

1.7 ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจใช้งานสกุลเงิน Libra ในกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีในกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพิจารณาจากลักษณะทางประชากรและปัจจัยต่าง ๆ เช่น ทักษะคิดต่อการใช้งาน การรับรู้ด้านประโยชน์และการรับรู้ความง่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงิน Libra โดยกำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

ขอบเขตด้านประชากรและการสุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงิน Libra จำนวน 4 คน ผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 คน กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ทราบถึงปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจใช้งานสกุลเงิน Libra ในกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2) ทราบถึงการยอมรับเทคโนโลยีในกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

1.9 ความหมายหรือนิยามศัพท์เฉพาะ

ลิบรา (Libra) หมายถึง สกุลเงินดิจิทัลที่ถูกสร้างขึ้นโดย Facebook ซึ่งเป็นบริษัทโซเซียลมีเดียอเมริกันที่มีชื่อเสียง โดยมีเป้าหมายที่จะเป็นสกุลเงินระดับโลกที่ใช้งานง่าย และเป็นโครงสร้างพื้นฐานทางการเงินที่มีอิทธิพลกับคนนับพันล้าน โดยลิบราถูกสร้างขึ้นบนบล็อกเชนที่มีความปลอดภัย ยืดหยุ่น และน่าเชื่อถือ และถูกออกแบบมาเพื่อช่วยให้คนจากทั่วโลกมีความเท่าเทียมในการเข้าถึงการบริการทางการเงิน

การยอมรับสกุลเงินลิบรา หมายถึง การที่บุคคลที่มีความตั้งใจจะใช้ลิบรารับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งานของลิบรา เช่น ลิบราเป็นสกุลเงินดิจิทัลที่สามารถใช้ได้ทั่วโลกอย่างสะดวกและรวดเร็วเหมือนกับการส่งข้อความโนโปรแกรมแมช ลิบรามีผันผวนต่ำเนื่องจากมีทุนสำรองมหาศาลที่มาจากบริษัทชั้นนำในหลาย ๆ อุตสาหกรรม หรือลิบรามีค่าธรรมเนียมที่ต่ำมากทำให้การทำธุรกรรมระหว่างประเทศไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมสูงและสามารถทำเสร็จได้ในเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งปัจจัยที่สำคัญทั้งสองนี้เป็นตัวบ่งชี้พฤติกรรมการยอมรับของแต่ละบุคคลในการที่จะใช้ลิบรา ซึ่งพฤติกรรมนี้จะส่งผลโดยตรงกับการตัดสินใจใช้งานลิบราจริงของบุคคลนั้น ๆ

สกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) หมายถึง เงินเสมือนรูปแบบหนึ่งโดยอาศัยหลักวิทยาการเข้ารหัสลับและการวางระบบโครงข่ายแบบกระจายศูนย์กลาง โดยการทำธุรกรรมจะถูกทำผ่าน P2P และบล็อกเชน

ธุรกรรมทางการเงินดิจิทัล (Digital Banking) หมายถึง การทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคาร โดยลูกค้าไม่จำเป็นต้องมาธนาคาร โดยการทำธุรกรรมนี้อาจทำได้หลายช่องทาง เช่น การใช้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางคือส (ตู้เอทีเอ็ม)

การนำธุรกรรมบนอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) และการนำธุรกรรมผ่านทาง โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking)



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาถึงปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบร้าในประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำองค์ความรู้นั้นมาใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดให้กับงานวิจัยที่ต้องการศึกษาจึงรวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นสำคัญดังนี้

- 2.1 แบบแนวความคิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (Perception)
- 2.2 แบบแนวความคิดการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)
- 2.3 แนวคิดทฤษฎีโมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวความคิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (Perception)

2.1.1 กระบวนการรับรู้

การรับรู้คือการตีความหมายรับสิ่งที่มากระทบกับอวัยวะรับสัมผัสทั้ง 5 และส่งไปที่สมองเพื่อแปลความหมาย ขั้นตอนของการรับรู้สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 1) มีสิ่งเร้า ที่จะทำให้เกิดการรับรู้ เช่น สิ่งรอบตัวมากระทบสัมผัสของอวัยวะรับสัมผัสทั้ง 5
- 2) ประสาทสัมผัส แสดงความรู้สึกออกมาให้รับรู้ เช่น ตามองเห็น หูได้ยินเสียง จมูกได้กลิ่น ปากไปรับรู้รสชาติ ผิวหนังได้สัมผัส
- 3) ประสบการณ์ หรือสิ่งที่เราเคยรับรู้มาก่อนแล้วเราสามารถจดจำได้ จำความรู้สึกได้
- 4) การแปลความหมาย คือ การทบทวนสิ่งที่เคยรับรู้และตีความหมายออกมาว่าสิ่งๆนั้นที่ได้สัมผัสแล้วในอวัยวะรับสัมผัสทั้ง 5 นั้นมีคำจำกัดความว่าอะไร เรียกว่าอะไร หมายถึงอะไร

สุดาพร กุณฑลบุตร (2549) ให้ความหมายของการรับรู้ (Perception) หมายถึง การที่บุคคลนั้นมีการตอบสนองต่อข้อมูลต่าง ๆ รอบตัวและได้มีการตีความหมายของสิ่งเหล่านั้นออกมาโดยที่มนุษย์นั้นจะมีกระบวนการในการรับรู้ (Process) จากการสัมผัสสิ่งต่าง ๆ รอบตัวโดยอวัยวะต่าง ๆ เช่น หู ตา จมูก เป็นต้น ในการตีความหมายของมนุษย์นั้นแต่ละคนอาจมีการตีความหมายที่แตกต่างกันออกไปเพราะสมองจะมีการตีความหมายจากประสบการณ์และการเรียนรู้ในชีวิตถึงแม้ว่าจะเป็นสิ่งเดียวกันมนุษย์จึงอาจมีการตีความหมายที่แตกต่างกัน

Garrison and Gray (1955) ให้ความหมายเกี่ยวกับการรับรู้ไว้ว่าการรับรู้ นั้นหมายถึง กระบวนการที่สมองจะตีความหมายของข้อมูลจากการที่ร่างกายได้มีการสัมผัสกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นสิ่งเร้าว่าสิ่งเร้าที่เราสัมผัสนั้นคืออะไรมีความหมายและลักษณะอย่างไรโดยที่เราจะสามารถตีความได้นั้นเราจะต้องอาศัยประสบการณ์ของบุคคลแต่ละบุคคลเป็นเครื่องช่วยในการตีความหมายหรือการตีความ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) กล่าวว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการซึ่งแต่ละบุคคล ได้ทำการเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นโดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้งห้า เพื่อสร้างภาพที่มีความหมายออกมา หรืออาจ หมายถึง วิธีการที่บุคคลมองสิ่งที่อยู่รอบ ๆ ตัว บุคคล 2 คน ที่ได้รับสิ่งกระตุ้นเดียวกัน เงื่อนไข เดียวกัน จะแสดงการรู้จัก การเลือก การจัดระเบียบ และการตีความแตกต่างกัน การรับรู้เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคล ซึ่งเกี่ยวข้องกับความต้องการ ค่านิยม และความคาดหวัง อิทธิพลของตัวแปรเหล่านี้ จะส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและการตลาด

2.1.2 รูปแบบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ

การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ มีลักษณะขึ้นอยู่กับความต้องการของมนุษย์ ซึ่งโดยปกติแล้วจะมีความต้องการพื้นฐานเป็นอันดับแรก ๆ ในการตัดสินใจ เช่น ความต้องการทางด้านร่างกาย ได้แก่ ปัจจัย 4 คือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ที่อยู่อาศัย และอันดับต่อไปคือ ความต้องการทางด้านจิตใจ ได้แก่ การยอมรับจากสังคม ความสะดวกสบายและความสวยงาม

2.1.3 หลักในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ

- 1) งบประมาณ เป็นตัวพิจารณาว่าควรซื้อเท่าไรสำรองเท่าไร สามารถใช้อันอื่นทดแทนกันได้ไหม
- 2) ความจำเป็น การพิจารณาว่าสินค้านั้นมีความจำเป็นอย่างไร แสดงถึงผลประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้า
- 3) การเปรียบเทียบ ก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ การเปรียบเทียบจากหลาย ๆ แห่ง ในด้านราคา คุณภาพ และบริการหลังการขาย

4) ระยะเวลา เช่น ฤดูกาลต่าง ๆ จะทำให้สินค้าและบริการราคาแตกต่างกันไป หรือระยะเวลาในการให้บริการต่าง ๆ ของสินค้า

2.2 แบบแนวคิดเรื่องการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)

การรับรู้ความเสี่ยง หมายถึง การรับรู้ความเสี่ยงส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเป็นสภาวะที่มีความกังวล หากมีตัดสินใจจนเกิดการชะลอการตัดสินใจและไม่เกิดการยอมรับใช้ สำหรับงานวิจัยนี้จะพิจารณาทั้งความเสี่ยงของมุมมองผู้บริโภคและมุมมองผู้ให้บริการในการใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบร้า

Martin and Camarero (2008, อ้างถึงใจ พรเพ็ญ งามวัฒน์, 2562, น. 13) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อสินค้าหรือใช้บริการออนไลน์ของลูกค้าขึ้นอยู่กับการรักษาความปลอดภัยและมีการเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าที่เหมาะสมหากมีการเสนอข้อมูลขององค์กรและข้อมูลสินค้าหรือบริการครบถ้วนก็สามารถให้เกิดการรับรู้ความเสี่ยงในระดับที่ต่ำ

Bourdeau (2005) พบว่า ความไว้วางใจสัมพันธ์กับความสามารถในการสร้างความมั่นใจระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้าในการให้บริการอย่างตรงไปตรงมามีความจริงใจและซื่อสัตย์รวมถึงก่อให้เกิดประโยชน์สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้

Xu, Teo, and Tan (2005) กล่าวว่า ทศนคติที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงจะส่งผลเชิงลบและมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นและความตั้งใจกระทำ

Cunningham (1967, อ้างถึงใน ดุริยภัทร ศรีรัตนพงศ์, 2564, น. 17) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงประกอบไปด้วยจำนวนที่จะสูญเสีย หากผลลัพธ์ของการกระทำออกมาเป็นลบและประกอบไปด้วยความรู้สึกไม่แน่นอน

Little and Melanthiou (2006) กล่าวถึง มิติเพื่อค้นหาการรับรู้ความเสี่ยงที่นำไปสู่สภาวะที่มีความกังวลหากมีการตัดสินใจจนเกิดการชะลอการตัดสินใจและไม่เกิดการยอมรับใช้ ดังนี้

- 1) ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (Performance) ประสิทธิภาพในการใช้งาน
- 2) ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) การนำข้อมูลส่วนตัวไปใช้โดยไม่ได้
รับอนุญาต
- 3) ความเสี่ยงด้านการเงิน (Finance) ความเสี่ยงของมูลค่าใช้จ่ายที่สูงเกินความ
จำเป็น
- 4) ความเสี่ยงด้านระยะเวลา (Time) ความเสี่ยงการทำธุรกรรมแล้วไม่ได้ผลลัพธ์
ตามที่คาดหวัง
- 5) ความเสี่ยงด้านจิตใจ (Psychological) ความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อความรู้สึก

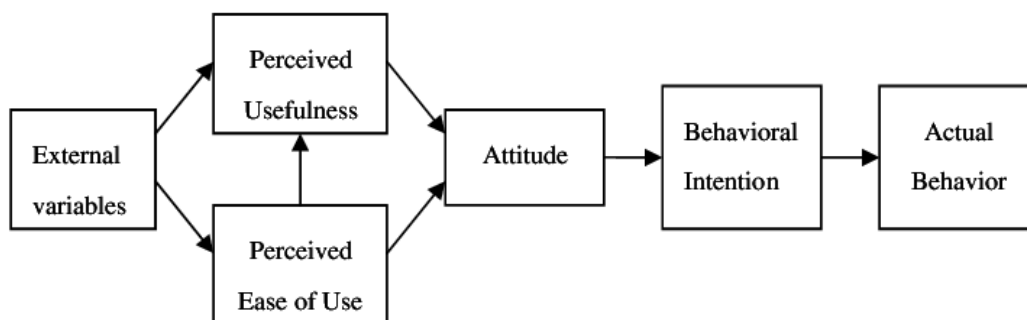
6) ความเสี่ยงด้านสังคม (Social) อิทธิพลที่ก่อให้เกิดการยอมรับหรือสร้างพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ อาจมีผลมาจากอิทธิพลของคนใกล้ชิดหรือค่านิยมทางสังคม

2.3 ทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Theory of Acceptance Model: TAM) เป็นแบบจำลองที่มีการนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายมานานกว่า 10 ปี มักนิยมนำมาอธิบายการถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และผู้วิจัยได้ค้นพบว่าแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีไม่ได้มีแค่แบบเดียว เนื่องจากแบบจำลองได้มีการพัฒนาต่อเนืองมาเรื่อย ๆ ผู้วิจัยจึงของอธิบายแบบจำลองต่าง ๆ โดยสรุปคร่าว ๆ ดังนี้

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Theory of Acceptance Model: TAM) เป็นทฤษฎีการยอมรับและเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยี (ภานุพงศ์ เสกทวีลาภ, 2557) ซึ่งเป็นแบบจำลองที่ประยุกต์และพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) แต่ตัวทฤษฎี TAM นี้ก็ยังเป็นทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดและมีงานวิจัยจำนวนมากที่นำเอาทฤษฎีนี้ไปใช้ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี และศึกษาความตั้งใจในการใช้งาน (นพเดช อยู่พร้อม, 2558)

แบบจำลองนี้มีจุดประสงค์เพื่ออธิบายถึงการยอมรับและการตัดสินใจที่จะใช้เทคโนโลยีในการทำงาน (Davis, 1989) ซึ่งการยอมรับเทคโนโลยี ได้เกิดจากองค์ประกอบหลัก 2 อย่างได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ซึ่งการรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานนั้น มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการยอมรับคอมพิวเตอร์ อีกทั้งยังส่งผลในการเชื่อมโยงทัศนคติต่อการใช้งานคอมพิวเตอร์อีกด้วย และทัศนคติของแต่ละบุคคลยังมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีนั้น ๆ ดังแบบจำลองภาพที่ 2.1



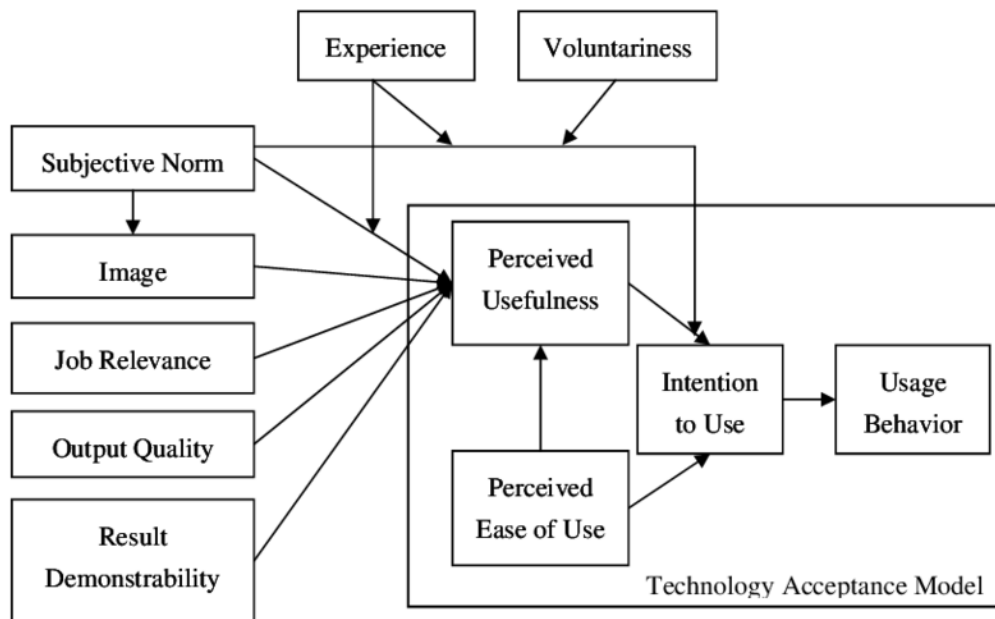
ภาพที่ 2.1 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี Theory of Acceptance Model: TAM
แหล่งที่มา: ภาณุพงศ์ เสกทวีลาภ (2557).

จะเห็นได้ว่าจากแบบจำลองนี้ ตัวแปรภายนอกทำให้เกิดการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ทั้ง 2 ปัจจัยนี้ส่งผลต่อทัศนคติการใช้งาน (Attitude Toward Using) และทำให้เกิดความตั้งใจใช้ของพฤติกรรมการใช้งาน (Behavior Intention to Use) และมีการใช้งานจริงเกิดขึ้น (Actual System Usage) ทั้งนี้การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ยังเป็นปัจจัยโดยตรงทำให้เกิดความตั้งใจใช้และการใช้งานจริงอีกด้วย ซึ่งตัวแปรภายนอกนี้เกิดจากประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจ และพฤติกรรมทางสังคม เป็นต้น (เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์, 2559) และจะมีอิทธิพลแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล แต่อย่างไรก็ตามจากงานวิจัยต่าง ๆ ทำให้เห็นว่าต้องเพิ่มตัวแปรอื่นในแบบจำลอง TAM

เพื่อศึกษาและอธิบายการยอมรับการใช้เทคโนโลยีได้ดียิ่งขึ้น และยังอธิบายถึงเหตุผลของการรับรู้ประโยชน์ของแต่ละบุคคลในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ Venkatesh and Davis จึงได้พัฒนาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีขึ้นมาใหม่ คือ แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model 2: TAM2)

2.3.1 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model 2: TAM2)

จากงานวิจัยของ ศักรินทร์ ต้นสุพงษ์ (2557) กล่าวว่า แบบจำลองนี้ได้เพิ่มปัจจัยขึ้นมาอีก 7 ตัว โดยได้ปรับปรุงมาจากตัวแปรภายนอก และเป็นปัจจัยที่เกิดก่อนการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ โดยจะแบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ 1) กลุ่มของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสังคม และ 2) กลุ่มของปัจจัยที่มีลักษณะเฉพาะของระบบ ปัจจัยเหล่านี้ถูกนำมาใช้ประกอบกันเป็นโครงสร้างของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี หรือ TAM2 ตามภาพที่ 2.2

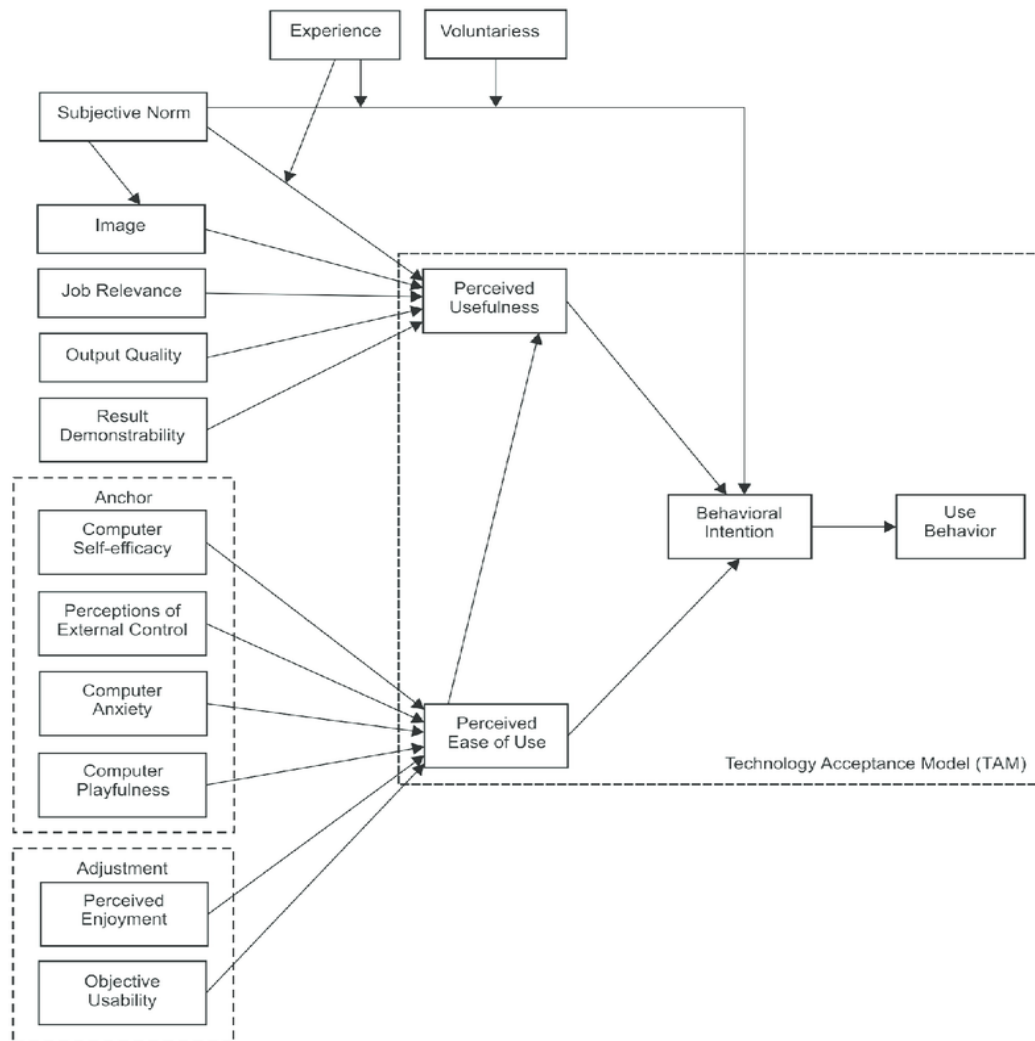


ภาพที่ 2.2 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model 2: TAM2)
แหล่งที่มา: ศักรินทร์ ต้นสุพงษ์ (2557).

จากภาพแบบจำลอง ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสังคม คือ บรรทัดฐานเชิงจิตวิสัย (Subjective Norm) และภาพลักษณ์ (Image) ส่วนปัจจัยที่เหลือจะอยู่ในกลุ่มของปัจจัยที่มีลักษณะเฉพาะของระบบ ประกอบด้วย ความเกี่ยวข้องกับงาน (Job Relevance) คุณภาพของผลลัพธ์ที่แสดงออกมา (Output Quality) ผลลัพธ์ที่สามารถพิสูจน์ได้ (Result Demonstrability) และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ทั้งหมดนี้ต่างเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และแบบจำลอง TAM2 ยังมีแนวคิดใหม่ว่า การแสดงพฤติกรรมโดยรอบของแต่ละบุคคล เป็นปัจจัยต้น ๆ ที่แสดงให้เห็นถึงความตั้งใจที่จะใช้งาน (Intention to Use) นอกจากนี้ในแบบจำลองยังมีปัจจัยที่เป็น ตัวแปรเสริม/ตัวแปรผัน คือ ประสบการณ์ (Experience) ที่เป็นระดับความชำนาญจากการกระทำหรือที่ได้พบเห็นมา และ ความสมัครใจ (Voluntariness) เป็นระดับของการรับรู้ที่จะนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ด้วยความสมัครใจอีกด้วย (ปราโมทย์ ลือนาม, 2554) แม้ว่า TAM2 ที่พัฒนาขึ้นมาจะสามารถอธิบายปัจจัยของการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ แต่ก็ยังมีจุดบกพร่องและไม่สามารถอธิบายถึงปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานได้ ดังนั้น ในปี ค.ศ. 2008 Venkatesh and Bala (2008) จึงเสนอแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model 3: TAM3) เพื่อนำมาอธิบายถึงปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

2.3.2 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model 3: TAM3)

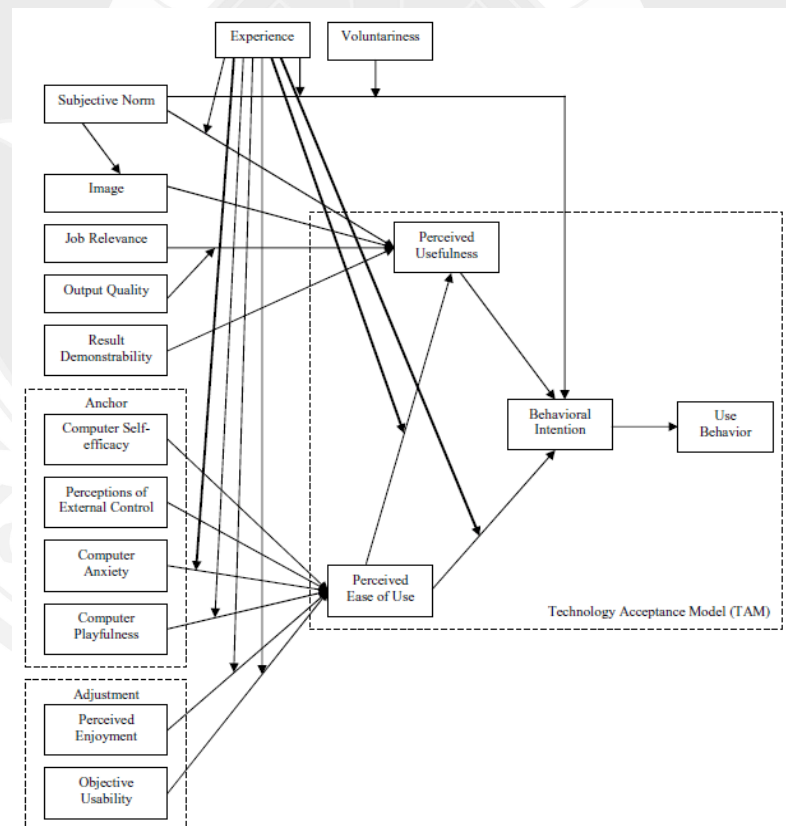
แบบจำลองนี้ ได้นำแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี TAM2 มาปรับปรุงโดยการเพิ่มปัจจัยต่าง ๆ เข้า ๆ ไป และ Venkatesh and Bala (2008) ได้สร้างแบบจำลองของปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Model of the Determinants of Perceived Ease of Use) ดังแบบจำลองตามภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 แบบจำลองของปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Model of the Determinants of Perceived Ease of Use)

แหล่งที่มา: Venkatesh and Bala (2008).

แบบจำลองของปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน จะมีการเพิ่มปัจจัยมาอีก 2 ตัวหลัก และแบ่งออกเป็น 6 ตัวย่อย โดยจะจำแนกออกเป็น 1) กลุ่มที่เป็นปัจจัยหลัก (Anchors) เป็นปัจจัยที่แสดงให้เห็นถึงความเชื่อทั่วไปเกี่ยวกับการใช้คอมพิวเตอร์ และ 2) กลุ่มที่เป็นปัจจัยปรับเปลี่ยน (Adjustment) ที่แสดงให้เห็นถึงความเชื่อที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ เนื่องจากมีประสบการณ์ตรงที่ได้รับจากเทคโนโลยีที่ใช้ ทั้งนี้กลุ่มปัจจัยหลัก จะแบ่งออกเป็น 4 ปัจจัยย่อย ได้แก่ สมรรถนะของตนเองในด้านคอมพิวเตอร์ (Computer Self-efficacy) การรับรู้ของการควบคุมภายนอก (Perception of External Control) ความวิตกกังวลต่อคอมพิวเตอร์ (Computer Anxiety) และ ความสนุกสนานของคอมพิวเตอร์ (Computer Playfulness) ส่วนกลุ่มที่เป็นปัจจัยปรับเปลี่ยน จะแบ่งเป็น 2 ปัจจัยย่อย ได้แก่ การรับรู้ความบันเทิงที่มาจากการใช้เทคโนโลยี (Perceived Enjoyment) และการใช้ประโยชน์ได้ตามวัตถุประสงค์ (Objective Usability) ดังนั้นแบบจำลอง TAM3 นี้จึงเกิดจากการผสมผสานระหว่าง TAM2 กับ แบบจำลองของปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ตามแบบจำลองดังภาพ 2.4

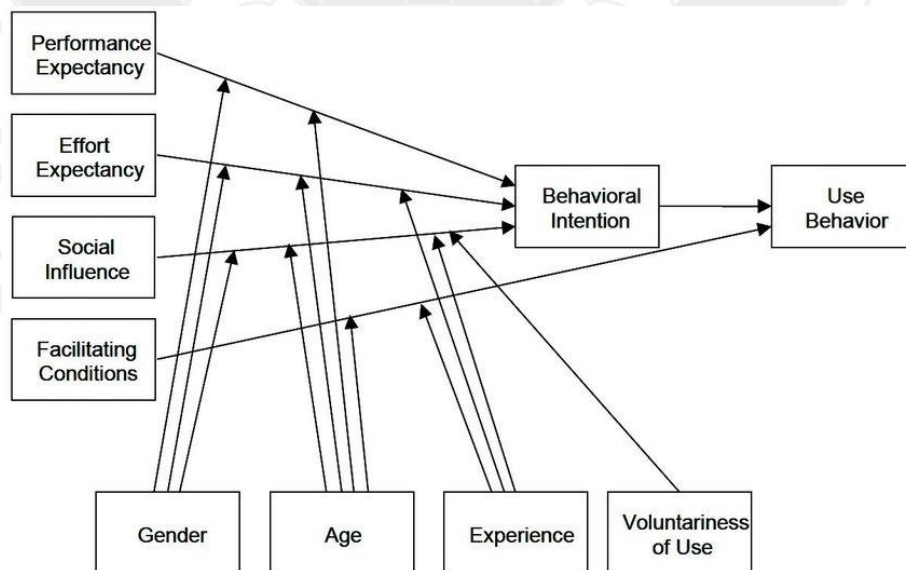


ภาพที่ 2.4 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี Technology Acceptance Model 3: TAM3 แหล่งที่มา: Venkatesh and Bala (2008).

Venkatesh and Bala (2008) ได้ทดสอบโดยการรวบรวมข้อมูลจากสื่อองค์กรที่กำลังเตรียมจะติดตั้งเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้งาน โดยให้ทั้งสองสื่อองค์กรมีความแตกต่างกันทั้งด้านขนาด การดำเนินงาน หรือกลุ่มอุตสาหกรรม ผลการทดสอบแบบจำลอง TAM3 สามารถอธิบายถึงปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ และปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งานเทคโนโลยี อยู่ในเกณฑ์ดีในช่วงเวลาที่ต่างกัน (ปราโมทย์ ลีโอนาม, 2554) นอกจากนี้วิจัยพบว่าแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี TAM3 ได้แบ่งออกเป็นอีก 2 จำลองย่อย

2.3.3 แบบจำลองทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT)

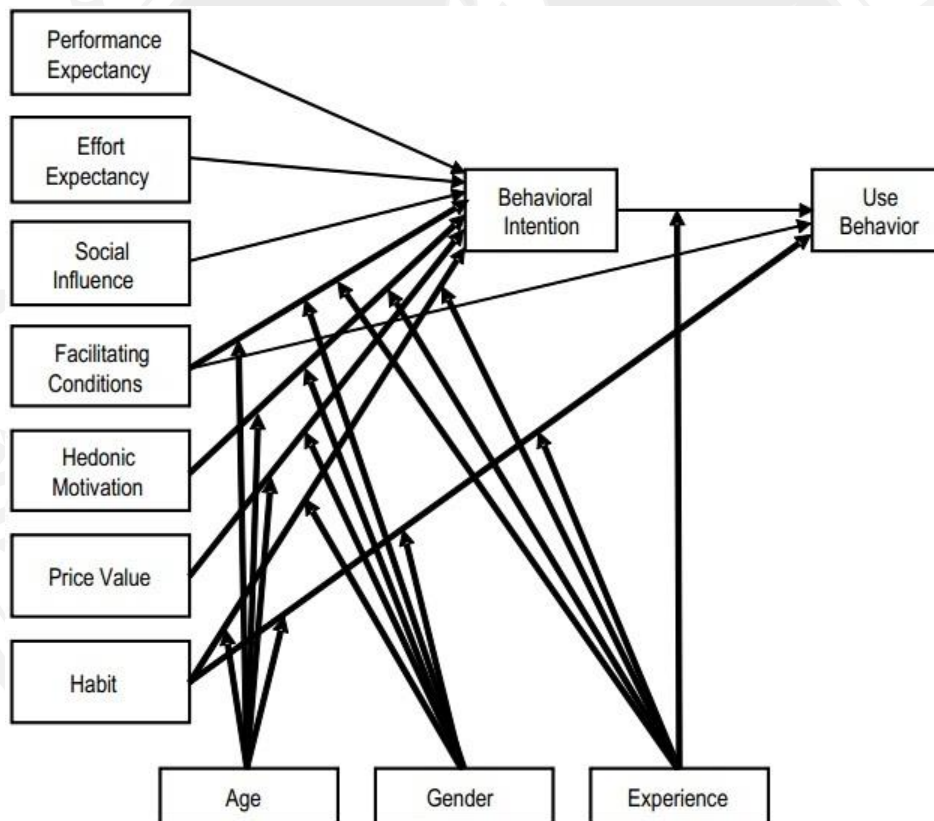
แบบจำลองนี้อธิบายถึงการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของผู้ใช้งาน โดยได้พัฒนามาจากทฤษฎีทางด้านพฤติกรรม 8 ทฤษฎี ได้แก่ TRA, TPB, TAM, MPCU, DOI, MM และ ทฤษฎีผสมผสานระหว่าง TAM และ TPB (วันทนี มงคลทรัพย์กุล, อัญญา ดิษฐานนท์, อรพรรณ คงมาลัย และ จันทรจิรา นพคุณธรรมชาติ, 2559) นอกจากนี้ แบบจำลอง UTAUT ได้มีการทดสอบแล้วว่า สามารถวัดค่าความแปรปรวนของตัวแปรอิสระได้ถึง 70% มากกว่าทฤษฎี TAM ซึ่งตัวแปรของแบบจำลองนี้สามารถอธิบายถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้ได้ และยังอธิบายถึงความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีได้มากถึง 69% ขณะที่แบบจำลองอื่นอธิบายได้แค่ 40% เท่านั้น (จักรพงษ์ สือประเสริฐจรัส, 2554)



ภาพที่ 2.5 แบบจำลองทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT)

แบบจำลอง UTAUT มี 4 ตัวแปรหลักคือ ความคาดหวังถึงประสิทธิภาพ (Performance Expectancy), ความคาดหวังจากความพยายาม (Effort Expectancy) อิทธิพลของสังคม (Social Influence) สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน (Facilitating Conditions) และยังมีอีก 4 ตัวแปรมาควบคุมคือ เพศ (Gender) อายุ (Age) ประสบการณ์ (Experience) และความสมัครใจในการทำงาน (Voluntariness) ซึ่งตัวแปรพวกนี้สามารถอธิบายถึงพฤติกรรมในการยอมรับเทคโนโลยีได้ถึง 70% มากกว่าการใช้ TAM เพียงตัวเดียว

2.3.4 แบบจำลองทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT2)



ภาพที่ 2.6 แบบจำลองทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT2)

จากแบบจำลองภาพที่ 2.6 Venkatesh and Bela (2008, อ้างถึงใน ศศิจันทร์ ปัญจทวี, 2560) เห็นว่า แบบจำลอง UTAUT ยังมีข้อจำกัดอยู่ จึงพัฒนาแบบจำลองเพิ่มเติมให้มีความเหมาะสมขึ้น โดยการเพิ่มปัจจัยเข้าไปอีก 3 ตัว ได้แก่ แรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic Motivation) มูลค่าราคา (Price Value) และความเคยชิน (Habit) เพื่อสามารถนำไปปรับใช้ และอธิบายพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีในกลุ่มของผู้ใช้งานได้ดีขึ้น โดยแบบจำลอง UTAUT2 นี้จะอธิบายถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยทั้ง 7 ตัว กับความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยี และพฤติกรรมการใช้งาน ทั้งนี้ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และความเคยชินมีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้งานอีกด้วย ส่วนตัวแปรควบคุมมีเพียง 3 ตัวคือ อายุ (Age) เพศ (Gender) และประสบการณ์ (Experience) ทั้งนี้ ตัวแปรด้านประสบการณ์ยังมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้งานเช่นกัน

จากการศึกษาแบบจำลองทั้ง 6 แบบนี้ ผู้วิจัยตัดสินใจเลือกใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี หรือ TAM3 มาใช้ในการวิเคราะห์ และศึกษาสำหรับงานวิจัย เนื่องจากผู้วิจัยจะศึกษาแค่ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่าย การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานเทคโนโลยี ดังนั้นการใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี TAM3 นี้ จึงมีปัจจัยที่ครอบคลุมเพียงพอต่อการศึกษาแล้ว

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทฤษฎีโมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

ภาวินีย์ หิงห้อย (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยี Facebook Live และความน่าเชื่อถือของเจ้าของ Page ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบน Facebook” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 283 คน อายุระหว่าง 31-40 ปี รายได้เฉลี่ย 15,001-30,000 บาท ใช้รูปแบบการชำระเงินแบบ Online Banking ส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าผ่าน Facebook Live ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานอยู่ในระดับสูงมาก ในเรื่อง การเข้าถึงเพจของ Facebook live และการแชร์ให้เพื่อน ระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ประโยชน์อยู่ในระดับสูงมาก ในเรื่อง การอัปเดตเสื้อผ้าแบบใหม่ๆ ระดับความน่าเชื่อถือของเพจในร้านอยู่ในระดับสูงมาก ในเรื่อง ผู้ขายอธิบายวิธีการสั่งซื้อและชำระเงิน

ธาวินี จันทร์คง (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยได้ทำการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่เคยใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อ

เดือน 25,001-35,000 บาท ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานโมบายแอปพลิเคชันในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ เพราะสามารถสั่งอาหารได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม ซึ่งเป็นผลจากมีประสบการณ์ในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันใน เครื่องมือสื่อสารเคลื่อนที่ ทำให้การเรียนรู้วิธีการใช้งานเป็นเรื่องง่าย และทำให้รู้สึกไม่ลังเลใจที่ในการใช้ต่อไปในอนาคต และปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม จะเห็นได้ว่าการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันเป็นเรื่องทันสมัยและทำให้ดูเป็นมืออาชีพ รวมถึงบุคคลใกล้ชิดและครอบครัวของผู้บริโภคเห็นคุณค่าการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน

ส่วนสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานโมบายแอปพลิเคชันในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะโทรศัพท์สมาร์ทโฟน รวมถึงการใช้งานอินเทอร์เน็ต เป็นเทคโนโลยีหรืออุปกรณ์พื้นฐานที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ นอกจากนี้ ผู้บริโภคต่างมีความคุ้นชินกับการใช้งานเทคโนโลยีต่าง ๆ ดังนั้น ในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ผู้บริโภคสามารถเรียนรู้ได้เองอย่างง่ายดาย โดยไม่จำเป็นต้องมีบุคคลหรือพนักงานคอยช่วยเหลือในการใช้งานแอปพลิเคชัน หรือสามารถใช้อุปกรณ์สื่อสารไร้สายอื่น ๆ ในการใช้งานหรือเข้าถึงแอปพลิเคชันสั่งอาหาร

นอกจากนี้ ยังพบว่า ความตั้งใจในการใช้งานส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานโมบายแอปพลิเคชันในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลจากแบบสอบถามแสดงให้เห็นว่า การที่ผู้บริโภคมีความสนใจหรือมีความตั้งใจในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันทำให้ผู้บริโภคดาวน์โหลดแอปพลิเคชันสั่งอาหารในการค้นหาเมนูอาหารที่ต้องการ หรือข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับบริการต่าง ๆ ในการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ซึ่งส่งผลต่อการใช้งานโมบายแอปพลิเคชันในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในอนาคต

ณัฐนันท์ พิธีวัชโชติกุล (2558) ได้ทำการศึกษา “การยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือถือ การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” ทำการศึกษา โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มี การใช้งานโทรศัพท์สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ต และมีความสนใจที่จะซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน แอปพลิเคชัน จำนวน 260 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้เวลาดูสินค้าออนไลน์โดยเฉลี่ยสัปดาห์ละ 1-3 ชั่วโมง และ แอปพลิเคชันซื้อสินค้าออนไลน์ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักมากที่สุดคือ Lazada

ปัจจัยในด้านที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านการรับรู้ทรัพยากรทางการเงิน การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านโฆษณาออนไลน์และพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ด้านประสิทธิภาพของสารสนเทศ เนื่องจากผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ว่าแอปพลิเคชันสามารถช่วยอำนวยความสะดวกในหลาย ๆ ด้านเช่น ลดเวลา มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ได้รับข้อมูลสินค้า สามารถตรวจสอบการใช้จ่าย ค่าธรรมเนียมที่ต้องจ่ายได้

ส่วนด้านการรับรู้ความเข้ากันได้ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากการพัฒนาของแอปพลิเคชันตลอดเวลา และประสบการณ์ใช้งานของผู้บริโภคที่มีอยู่แล้ว จึงทำให้ผู้บริโภคไม่ได้ให้ความสำคัญมากนัก ด้านการรับรู้ความไว้วางใจ ด้านการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ด้านชุมชนออนไลน์ และพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ด้านอารมณ์ออนไลน์ด้านความต่อเนื่อง และด้านความบันเทิงออนไลน์ ก็ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เช่นกัน เนื่องจากผู้บริโภคยังไม่เคยใช้แอปพลิเคชันในการซื้อสินค้าออนไลน์จริง

วศินี อิมธรรมพร (2559) ได้ทำการศึกษา “การยอมรับเทคโนโลยี ความสะดวกในการใช้บริการ และการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Gen Y) ในกรุงเทพมหานคร” โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ที่มีอายุในช่วง 17-37 ปีที่เคยใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันในกรุงเทพมหานคร จำนวน 250 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-28 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 15,000-25,000 บาท และราคาเฉลี่ยของการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันโดยส่วนใหญ่ในราคา ระหว่าง 500-1,000 บาท นอกจากนี้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (GenY) ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการคล้อยตาม ด้านการรับรู้ความน่าเชื่อถือ ปัจจัยความสะดวกในการใช้บริการด้านความสะดวกในค้นหา และปัจจัยการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ด้านความทันสมัย เพราะผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายให้ความสำคัญกับเนื้อหาของแอปพลิเคชันที่ใหม่ล่าสุด ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา กระแสนิยมทางสื่อออนไลน์ การอ่านรีวิวในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

ในขณะที่ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์ปัจจัยความสะดวกในการใช้บริการ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ด้านความสะดวกในการประเมิน ด้านความสะดวกในการทำธุรกรรม ด้านความสะดวกภายหลังการซื้อ และปัจจัยการตลาด ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการบอก

ปากต่อปาก ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากอาจเกิดจากปัจจัยอื่น ๆ อาทิ ความคุ้นชินกับการใช้แอปพลิเคชันในการซื้อสินค้าต่างๆ ความสะดวกในการเข้าถึงแอปพลิเคชันในทุกที่ ทุกเวลาเป็นปกติอยู่แล้ว กลุ่มเจนเนอเรชันวาย จึงไม่ได้ให้ความสำคัญกับด้านนี้มากนัก

ธนพัทธ์ เอมะบุตร (2558) ได้ทำการศึกษา “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครปี 2558” ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามาจากประชากรที่เป็นผู้ที่เล่นเกมในกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการ สุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 400 ซึ่งแบ่งตัวอย่างเป็น 3 กลุ่มจำแนกตาม บริเวณกรุงเทพมหานคร เขตจตุจักร เขตลาดพร้าว และเขตหลักสี่ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามที่ตัวอย่างได้ กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุในช่วง 21-25 ปี มี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนในช่วง 10,000-20,000 บาท ความถี่ที่เล่นเกมออนไลน์ 2-5 ครั้ง/ เดือน ระยะเวลาโดย เฉลี่ยต่อวันที่เล่นเกมออนไลน์ 1-3 ชั่วโมง/วัน ช่วงเวลาปกติที่เล่นเกมออนไลน์ 6.00-12.00 น. (เย็น-กลางคืน) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ใช้บริการเกมออนไลน์ ไม่เคยเต็มหรือเสียค่าบริการ เหตุผลที่ทำให้ ตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์คือพักผ่อน หาอะไรทำยามว่าง ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านการยอมรับการใช้เทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกม ออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ การมีระบบของเกมออนไลน์ไม่ยุ่งยากซับซ้อน เทคโนโลยีมีความทันสมัย สะดวกรวดเร็วต่อการใช้งาน และระบบของเกมออนไลน์ ใช้งานได้ง่าย

สายชล เลิศพิทักษ์ธรรม (2560) ได้ทำการศึกษา “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจและการใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับเรียกรับบริการผู้รับส่งสิ่งของ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ประชากรที่ใช้บริการแอปพลิเคชันสำหรับเรียกรับบริการผู้รับส่งสิ่งของที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะสะดวก จำนวน 200 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความมีประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับเรียกรับบริการผู้รับส่งสิ่งของของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เพราะการใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับเรียกรับบริการผู้รับส่งสิ่งของทำให้บรรลุความต้องการเบื้องต้นได้เร็วขึ้น สามารถรับหรือส่งสินค้าได้ง่ายขึ้น และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน มีความชัดเจน และง่ายต่อการเข้าใจ สามารถใช้โดยไม่ต้องอาศัยผู้อื่นแนะนำ ส่วนปัจจัยในด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจใช้ด้วยเช่นกัน เพราะเป็นอิทธิพลที่เกิดจากสิ่งรอบข้างเช่น เพื่อน คนรู้จักหรือบุคคลที่ได้รับการยอมรับ ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้และพฤติกรรมการใช้ และพบว่าปัจจัยด้านความตั้งใจใช้โมบายแอปพลิเคชันมีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้โมบายแอปพลิเคชันสำหรับเรียกรับบริการผู้รับส่งสิ่งของของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็น

ระดับที่บุคคลตั้งใจที่จะใช้ ถูกกำหนดแผนงานที่จะทำ หรือไม่ตั้งใจทำ โดยที่บางส่วนจะถูกกำหนดให้ส่งผลต่อพฤติกรรมในอนาคต

กฤตยา อรรถนาถ และเสกสรร สุทธิสงค์ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของผู้โดยสารที่ใช้บริการออนไลน์กับสายการบินนกแอร์” กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสายการบินนกแอร์ในเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม พ.ศ. 2558 จำนวน 200 คน โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน รายต่อเดือน 15,001-30,000 บาท จากการศึกษาพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการออนไลน์ที่สายการบินมีบริการ ส่วนลักษณะประชากรศาสตร์ในด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการออนไลน์ในการเดินทางแต่ละครั้ง และในด้านคุณภาพของการบริการออนไลน์ของเว็บไซต์/แอปพลิเคชันสายการบินนกแอร์ ทั้ง 8 ด้าน ได้แก่ การจองบัตรโดยสาร การตรวจสอบข้อมูลการจอง บริการส่งเสริมการขายและข้อมูลข่าวสาร การตรวจสอบเที่ยวบิน บัตรโดยสารราคาประหยัด การติดต่อสายการบินและซักถามข้อสงสัย และข้อมูลผู้ใช้งาน ทั้งหมดต่างมีคะแนนอยู่ในระดับมาก

อณิศยาภา บุญรอด (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม” โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด มีอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อปีน้อยกว่า 240,001 บาท มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวภาษีผ่านช่องทางเว็บไซต์ของกรมสรรพากร และเคยมีประสบการณ์การขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในด้านการยอมรับเทคโนโลยีกับการรับรู้ประโยชน์ของการใช้งาน มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาคือ การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน ด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน และด้านการรับรู้ความเสี่ยง ตามลำดับ ในปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุ อาชีพ ระดับรายได้ ประสบการณ์การขอคืนภาษี มีผลกับการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ในขณะที่ด้านเพศ ไม่มีผลกับการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน ด้านการรับรู้ความเสี่ยง และด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน มีความสัมพันธ์กัน ส่งผลต่อการเลือกตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ในขณะที่การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์

วิวัฒน์ จันทร์ลาภ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีและทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้เว็บไซต์สำเร็จรูปของผู้ประกอบการเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-30 ปี สถานะภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 50,000 บาท ต่อเดือน ระยะเวลาการใช้เว็บไซต์สำเร็จรูปอยู่ที่ 1-5 ปี และเข้าเว็บไซต์ด้วย Notebook เป็นส่วนใหญ่ ด้านการยอมรับเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้เว็บไซต์สำเร็จรูปของผู้ประกอบการเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าการใช้เว็บไซต์สำเร็จรูปจะได้รับประสบการณ์ ข้อมูลความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น การใช้งานเป็นเรื่องง่ายสามารถใช้งานอย่างชำนาญได้ นอกจากนี้ยังมีเว็บไซต์สำเร็จรูปจะช่วยให้ประหยัดเวลาในการให้บริการขายสินค้า สามารถเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสียของสินค้าได้เร็วทำให้เกิดการซื้อขายได้ง่ายขึ้น สามารถปรับปรุงและวัดผลของระบบได้ ด้านทัศนคติที่มีต่อความต้องการซื้อออนไลน์ของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้เว็บไซต์สำเร็จรูปของผู้ประกอบการเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าลูกค้าสามารถเห็นโฆษณาได้ตลอด 24 ชั่วโมง และยังสามารถซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถเปรียบเทียบราคากับแหล่งจำหน่ายอื่น ๆ และตัดสินใจซื้อได้ทันที ลูกค้ามีความต้องการซื้อสินค้าออนไลน์ เพราะความสะดวกสบายในการบริการ เมื่อมีปัญหาสามารถติดต่อ Call Center ได้ทันที

คุณिता เทพวงศ์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Bualuang mBanking ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ ในเขตจังหวัดชลบุรี” โดยสุ่มจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี สถานะภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ รับจ้าง พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Bualuang mBanking ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ ในเขตจังหวัดชลบุรี คือแอปพลิเคชันออกแบบให้ นำใช้งานมีเอกลักษณ์ มีการส่งข้อความ(SMS) เตือนในการทำธุรกรรมทางแอปพลิเคชัน เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือในการใช้งานระบบสารสนเทศ อีกทั้งมีการปรับปรุงเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอและรองรับกับระบบ 3G ในส่วนของความมีประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน Bualuang mBanking มีการใส่รหัส 6 ตัว ช่วยเพิ่มความปลอดภัยให้กับแอปพลิเคชัน Bualuang mBanking ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถโหลดใช้ได้อย่างสะดวก และการสมัครใช้บริการไม่ยุ่งยาก นอกจากนี้ยังรวมถึงทัศนคติต่อพนักงานที่มีความกระตือรือร้น ในการให้คำแนะนำการใช้บริการแอปพลิเคชันมีความน่าเชื่อถือ และคิดว่าแอปพลิเคชันมีบริการครอบคลุมครบถ้วนน่าเชื่อถือ รวมถึงมีการแจ้งเตือนทุกครั้งเมื่อมีการทำรายการในบัญชี จึงส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชัน Bualuang mBanking เพราะตอบสนองความต้องการ ความสะดวก รวดเร็วได้อย่างครบถ้วน

ธีรศักดิ์ คำแก้ว (2557) ทำวิจัยเกี่ยวกับ “การศึกษาความพึงพอใจของพนักงานที่ใช้แอปพลิเคชันส่งสินค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือ: กรณีศึกษาร้านโซล จังหวัดชลบุรี” จากการศึกษาพบว่า

ทัศนคติของพนักงานมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันส่งสินค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงโสด อายุ 21-25 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีช่วงเวลาที่เล่นสมาร์ทโฟน 6.00-12.00 น. (เย็น-กลางคืน) รับรู้ถึงความสะดวกสบายในการส่งสินค้าผ่านสมาร์ทโฟน และเข้าใจว่าการทำงานเป็นกิจกรรมหนึ่งแต่รู้สึกว่าการส่งสินค้านั้นเป็นตนเองมากกว่า และคิดว่าข้อดีของ แอปพลิเคชันคือง่ายต่อการใช้งาน และมีบริการครบถ้วนครอบคลุม รวมไปถึงเจ้าของร้านมีความกระตือรือร้นในการให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้ ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามยังเกิดการยอมรับการใช้เทคโนโลยีในเรื่องของระบบที่ใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน และระบบปฏิบัติการของแอปพลิเคชันมีผลต่อการตัดสินใจใช้งาน รวมไปถึงเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและสะดวกรวดเร็ว ทำให้ได้รับการประมวลผลข้อมูลที่ต้องการและแม่นยำ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของพนักงานที่ใช้แอปพลิเคชันส่งสินค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือของพนักงานร้านโซล จังหวัดชลบุรี

รัตติกาล อิมเอม (2559) ทำวิจัยเกี่ยวกับ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร” จากการศึกษาพบว่า จากผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ 15,001-35,000 บาท มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 9 ปี มีประสบการณ์ใช้งานแอปพลิเคชัน LINE มากกว่า 3 ปี โดยระยะเวลาในการใช้งานแต่ละครั้งน้อยกว่า 30 นาที จำนวนครั้งที่ใช้งานมากกว่า 15 ครั้งต่อวัน และส่วนใหญ่ใช้งานผ่านสมาร์ทโฟน ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ และประสบการณ์ในการทำงาน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านประโยชน์ในการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในขณะที่ปัจจัยด้านความง่ายในการใช้งาน และปัจจัยด้านความสามารถในการควบคุมการใช้งาน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

กรณษา แสนละเอียด, พีรภาว ทีวีสุข และศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล (2560) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความตั้งใจในการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในกรุงเทพมหานคร” กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ที่พักอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 53-59 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ประมาณ 30,001-40,000 บาท โดยมีอาชีพปัจจุบันหรือก่อนเกษียณอายุ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน พบว่า การรับรู้ประโยชน์ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาคือ การรับรู้ความเสี่ยง อิทธิพลทางสังคม ทัศนคติที่มีต่อการใช้ และการรับรู้ความง่ายตามลำดับ ซึ่งการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความง่าย ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านการรับรู้ความ

เสียง และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ มีผลต่อแนวโน้มความตั้งใจในการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร ในขณะที่การรับรู้ประโยชน์ไม่มีผลต่อแนวโน้มความตั้งใจในการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร

สิริสุดา รอดทอง (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มสมาร์ตโฟน” กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่ใช้หรือเคยใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มสมาร์ตโฟนและมีประสบการณ์การดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชัน จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ย 10,001-20,000 บาท ใช้โทรศัพท์สมาร์ตโฟนในระบบปฏิบัติการ Android ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันด้านความบันเทิง และทำการดาวน์โหลดทุกสัปดาห์ แบบไม่เสียค่าใช้จ่าย ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชัน ด้านการรับรู้ประโยชน์อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยการที่สามารถช่วยให้การทำงานเร็วขึ้น คุณภาพดีขึ้น และช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่การดำเนินชีวิต นอกจากนี้ยังช่วยในความบันเทิงและสร้างสรรค์งานศิลปะ ด้านปัจจัยการรับรู้ความง่ายโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยสามารถเรียนรู้ขั้นตอนดาวน์โหลดได้ด้วยตัวเอง ขั้นตอนไม่สลับซับซ้อน ส่วนผลการวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะประชากร ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันที่ไม่แตกต่างกัน

2.4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)

สัณชัย อุปะเดย์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนประมาณ 10001-20000 บาท ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทสถานภาพโสด โดยมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีในด้านการรับรู้ความเสี่ยงอยู่ในระดับสูงมาก แบ่งออกเป็นความเสี่ยงที่ผู้รับชำระเงินปลายทางจะไม่ได้รับเงิน ความเสี่ยงที่ข้อมูลอาจจะมีโอกาสถูกขโมยจากผู้ไม่หวังดี ความเสี่ยงที่ระบบการเงินขัดข้องระหว่างขั้นตอนการดำเนินงาน

อลิสสา ธีระศักดิ์ดาพงษ์ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้งาน Bitcoin” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 445 คน กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศ ชาย จำนวน 217 คน และเพศหญิงจำนวน 225 คน อายุอยู่ในช่วง 20-40 ปี จำนวน 289 คน อายุ 41-60

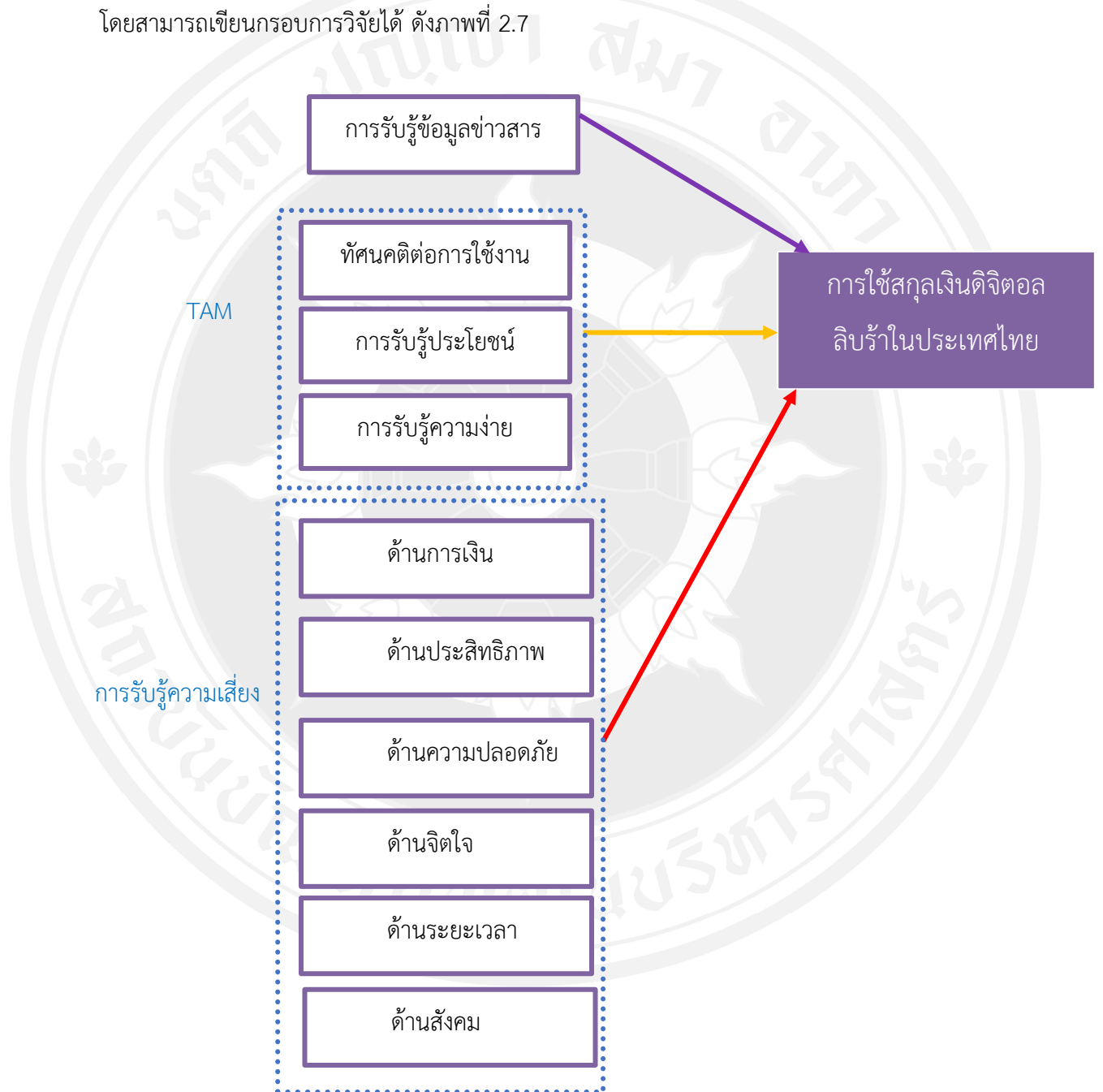
ปี จำนวน 124 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยได้ยินคำว่า Bitcoin จำนวน 200 คน ไม่เคยได้ยินคำว่า Bitcoin จำนวน 245 คน เคยใช้งาน Bitcoin จำนวน 75 คน ไม่เคยใช้งาน Bitcoin จำนวน 370 คน ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจส่งผลด้านบวกต่อการเลือกใช้งาน Bitcoin เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างไม่ไว้วางใจผู้ให้บริการ Bitcoin จะเก็บข้อมูลไว้เป็นความลับไม่นำไปเพื่อวัตถุประสงค์อื่น จึงสรุปได้ว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้งาน

เกียรติกมล เทียนธรรมชาติ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “อิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้สกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงผสมวิธี ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ 40% และการวิจัยเชิงสำรวจ 60% เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 479 คนส่วนใหญ่มีอายุ 22-26 ปี ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลด้านความเชื่อมั่นไม่มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับใช้เงินดิจิทัลของในกลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากบุคลิกภาพของกลุ่มนี้ เป็นกลุ่มที่กล้าเสี่ยง จึงทำให้ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับใช้เงินดิจิทัล

นันท์ธิดา ทองดี (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “อิทธิพลภาพลักษณ์องค์กร การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ทรูมันนี่ วอลเล็ต ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-30 ปี รายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท มีการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร การรับรู้ประโยชน์ใช้สอย การรับรู้ความเสี่ยงอยู่ในระดับดี มีการตัดสินใจเลือกใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับดี ด้านเทคโนโลยี ด้านความปลอดภัย ความเข้าใจต่อการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ และการรับรู้ความเสี่ยง ด้านความปลอดภัยของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ ทรูมันนี่ วอลเล็ต

2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้ประยุกต์ใช้แนวคิดของการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การรับรู้ความเสี่ยงและแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี TAM (Theory of Acceptance Model: TAM3) ที่มีการอธิบายการรับรู้ความง่าย มาเป็นแนวทางการศึกษา โดยสามารถเขียนกรอบการวิจัยได้ ดังภาพที่ 2.7



ภาพที่ 2.7 กรอบแนวคิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การรับรู้ความเสี่ยงและแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี TAM (Theory of Acceptance Model: TAM3)

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีตามการตัดสินใจใช้สกุลเงิน Libra ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจใช้งานสกุลเงิน Libra ในกลุ่มคนวัยทำงานใน เขตกรุงเทพมหานครและเพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีในกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้การวิจัยเป็นไปตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเป็นขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย (Sampling)
- 3.2 ประชากร (Population)
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (The Research Instrument)
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)
- 3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection)
- 3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis of Data)

3.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย (Sampling)

ผู้วิจัยได้คำนึงถึงความสำคัญของผู้ให้ข้อมูล กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

- 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงิน Libra จำนวน 4 คน ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง ผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงิน Libra ทั้งหมด
- 2) ผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 คน ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง ผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด
- 3) กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน โดยผู้วิจัยมุ่งเน้นการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวกโดยการสัมภาษณ์กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์พิจารณาโดยคำนึงถึงความสำคัญของผู้ให้ข้อมูล มุ่งเน้นการเลือกตัวอย่างตามสะดวก

4) การรวบรวมข้อมูลจากระบบขนาดใหญ่เพื่อการประมวลผลเป็นภาษามนุษย์โดยใช้คอมพิวเตอร์โมเดล GPT-3

3.2 ประชากร (Population) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

- 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงิน Libra จำนวน 4 คน ได้แก่
 - (1) ดร.เฉลิมรัฐ นาควิเชียร ประธานเจ้าหน้าที่บริหารร่วม GMO-Zcom Cryptonomics
 - (2) คุณจิรายุส ทรัพย์ศรีโสภา ผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงินดิจิทัล
 - (3) คุณณัฐธิชา บริสุทธิ์ธาดากุล Head of Social Media Content บริษัท ไทย บรอดคาสติ้ง จำกัด
 - (4) คุณกนกพร ประสิทธิ์ผล ผู้อำนวยการศูนย์พัฒนาสื่อใหม่ องค์การกระจายและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย Thai PBS
- 2) ผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 คน ได้แก่
 - (1) ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาสังคม ศ.พญ.นันทิกา ทวิชาชาติ อาจารย์พิเศษภาควิชาจิตเวชศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 - (2) ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจออนไลน์ คุณขวัญตา ศิริวิจนางกูร รองผู้อำนวยการ Luxellence Center, CP All
- 3) กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (The Research Instrument)

การวิจัยในครั้งนี้ได้นำวิธีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเหตุผลที่ว่าการศึกษาเชิงคุณภาพเป็นวิธีการที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ในเชิงลึกและการสนทนากลุ่มจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยมีรายละเอียดการดำเนินการดังต่อไปนี้

การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาค้นคว้าและการทบทวนข้อมูลจากเอกสารหลักฐานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หนังสือ บทความทางวิชาการ เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

จากนั้นผู้วิจัยนำผลการศึกษาค้นคว้าและการทบทวนเอกสารเป็นแนวทางในการกำหนดโครงสร้างของแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์หรือแบบสนทนากลุ่มแล้วจึงนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ

เนื้อหาให้ครอบคลุมในทุกประเด็นและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อนำมาปรับปรุงข้อคำถามให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น แล้วจึงนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจอีกครั้งหนึ่งเพื่อตรวจสอบความถูกต้องให้ครบถ้วนสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จะอาศัยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เป็นเครื่องมือการวิจัย ผู้วิจัยมีแนวคำถาม (Guide Line) ที่กำหนดขึ้นอย่างครอบคลุมต่อประเด็นปัญหาการวิจัย โดยแบบสัมภาษณ์นั้นจะมีลักษณะของข้อคำถามที่ใช้แบบปลายเปิด (Open-ended Questions) ถูกออกแบบโดยอาศัยข้อมูลพื้นฐานเชิงทฤษฎี เพื่อทำการศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเรื่อง การศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีตามการตัดสินใจใช้สกุลเงิน Libra ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งผู้วิจัยได้ขออนุญาตในการบันทึกเสียงและบันทึกภาพหนึ่งประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพที่จะมีประโยชน์ต่อการนำข้อมูลไปทำการวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป

3.4.1 การสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire)

ร่างแบบสอบถาม โดยอาศัยข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อหา การยอมรับเทคโนโลยีตามการตัดสินใจใช้สกุลเงิน Libra ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ และจัดหมวดหมู่แบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงร่างแบบสอบถาม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ เพศ อายุ ระดับการศึกษาตำแหน่ง

ตอนที่ 2 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งาน Libra โดยมีข้อคำถาม ดังนี้

- 1) อิทธิพลทางสังคมของสกุลเงิน Libra
- 2) สิ่งอำนวยความสะดวกของสกุลเงิน Libra
- 3) มูลค่าตามราคาของสกุลเงิน Libra
- 4) ความน่าเชื่อถือของสกุลเงิน Libra
- 5) ผลกระทบเครือข่ายของสกุลเงิน Libra

ตอนที่ 3 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับการยอมรับสกุลเงิน Libra โดยมีข้อคำถาม ดังนี้

- 1) ประโยชน์ของสกุลเงิน Libra

- 2) ความเสี่ยงของสกุลเงิน Libra
- 3) ผลกระทบต่อเศรษฐกิจของสกุลเงิน Libra

3.4.2 การประเมินคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือเชิงคุณภาพ ที่ใช้สำหรับแบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา การประเมินคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย หลังจากสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแล้ว เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิประเมินคุณภาพของเครื่องมือ ซึ่งจะต้องทำการประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งได้ค่า IOC มากกว่า 0.5 แสดงว่าแบบสัมภาษณ์มีความ น่าเชื่อถือ มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย จึงจะนำเครื่องมือไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย ประกอบกับการสัมภาษณ์เชิงลึก

3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection)

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In depth Interview) จากผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงิน Libra และผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่วนการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) จะทำการสัมภาษณ์กับกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ตามลำดับขั้นตอนดังนี้

- 1) ขออนุญาตแนะนำตัวผู้วิจัยและขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อการวิจัยจากหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักรภาครัฐร่วมเอกชนถึงผู้สัมภาษณ์
- 2) ผู้วิจัยส่งแบบสัมภาษณ์ให้กับผู้สัมภาษณ์ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกคนล่วงหน้า 3 วันก่อนวันนัดสัมภาษณ์ ด้วยตนเอง
- 3) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In depth Interview) จากผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงิน Libra และผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่วนการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) จะทำการสัมภาษณ์กับกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant Interview) โดยทำการสัมภาษณ์เป็นเวลา 1-2 ชั่วโมง ต่อ 1 คน ด้วยตัวเอง

3.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่มีอยู่ โดยเป็นข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์มาแล้ว ซึ่งมีความน่าเชื่อถือ โดยข้อมูลส่วนใหญ่ได้มาจากหนังสือ บทความทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาประกอบใช้ในการทำวิจัยในครั้งนี้

3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis of Data)

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ สามารถวิเคราะห์ข้อมูลโดย ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม มาวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลที่ศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วยวิธีการสรุปความในรูปแบบของการบรรยายเชิงพรรณนา เพื่อประกอบการอธิบายข้อมูลที่ได้จากการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทำการวิเคราะห์และตรวจสอบความถูกต้องด้วยการเปรียบเทียบเชิงทฤษฎีผลที่ได้จะนำมาซึ่งกลยุทธ์การศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีตามการตัดสินใจใช้สกุลเงิน Libra ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง การศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีตามการตัดสินใจใช้สกุลเงิน Libra ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจใช้งานสกุลเงิน Libra ในกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีในกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากกลุ่มตัวอย่าง ผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงิน Libra จำนวน 4 คน ผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 คน กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม มาวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลที่ศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วยวิธีการสรุปความในรูปแบบของการบรรยายเชิงพรรณนา ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอผลการศึกษาดังต่อไปนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งาน Libra

4.1.1 อิทธิพลทางสังคมของสกุลเงิน Libra

1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงิน Libra จำนวน 4 คน และผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 คน มีความคิดเห็นดังนี้

การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลร่วมกันต่อทัศนคติการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงิน Libra ทั้งนี้ เนื่องจากแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลนั้น มีประโยชน์ต่อผู้ใช้งานที่ทำให้สามารถใช้งานได้ทุกที่และเวลารวมทั้งสร้างประโยชน์ที่จะทำได้ผลตอบแทนจากการซื้อขายและในแอปพลิเคชันมีรูปแบบการใช้งานที่ง่ายทำให้ผู้ใช้งานนั้นมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้งาน ระดับความเชื่อของบุคคลในการใช้งานเทคโนโลยีและเชื่อว่ามีแนวโน้มที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานได้โดยการรับรู้ประโยชน์จะส่งผลกับทัศนคติของบุคคลต่อการใช้งานเทคโนโลยีและ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ที่เป็นระดับความเชื่อของผู้ใช้งานต่อการใช้เทคโนโลยีนั้นจะสามารถเรียนรู้ได้ง่าย ใช้งานไม่ยากไม่ต้องใช้ความพยายามในการใช้งานมาก และเมื่อผู้ใช้งานรับรู้ความง่ายในรับมาก ก็จะมีอิทธิพลทางตรงที่ส่งผลต่อทัศนคติ

2) กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน มีความคิดเห็นโดยรวมสรุปได้ดังนี้

บุคคลที่มีความสำคัญแนะนำให้ใช้สกุลเงิน Libra มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้เงินดิจิทัล ซึ่งสกุลเงิน Libra นั้นมีผลช่วยทำให้ท่านมีภาพลักษณ์ทางสังคมที่ดีขึ้น ที่สามารถทำให้เลือกใช้สกุลเงิน Libra โดยคนรอบตัวนั้นก็มีการใช้ สกุลเงิน Libra เหมือนกัน และเลือกใช้สกุลเงิน Libra ส่วนใหญ่มาจากบุคคลใกล้ชิดที่ใช้สกุลเงิน Libra เหมือนกัน

4.1.2 สิ่งอำนวยความสะดวกของสกุลเงิน Libra

1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงิน Libra จำนวน 4 คน และผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 คน มีความคิดเห็นดังนี้

ความสำคัญในปัจจุบันการยอมรับพื้นฐานทางการตลาด ด้านความรวดเร็วและสะดวกสบายในการทำธุรกรรมเป็นประเด็นสำคัญมากที่สุด และในด้านความสามารถใช้ชำระได้โดยไม่ต้องแลกเปลี่ยนเป็นสกุลเงินท้องถิ่น อีกทั้งความสำคัญกับการใช้ชำระได้โดยไม่ต้องแลกเปลี่ยนไปเป็นสกุลเงินอื่นซึ่งเมื่อสกุลเงิน Libra สามารถใช้งานได้ในทุกพื้นที่โดยไม่ต้องแลกเปลี่ยนเป็นสกุลเงินอื่น ก็จะทำให้ความสนใจที่จะใช้งานนั้นเพิ่มขึ้น เมื่อมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานที่ดี จะส่งผลให้มีการใช้งานสกุลเงิน Libra เพิ่มขึ้น

2) กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน มีความคิดเห็นโดยรวมสรุปได้ดังนี้

มีสถานที่ใช้แลกเปลี่ยนสกุลเงิน Libra ได้ง่าย ซึ่งมีความรู้ที่จำเป็นในการใช้เงินดิจิทัล และเมื่อมีข้อสงสัยเกี่ยวกับสกุลเงิน Libra ก็สามารถขอความช่วยเหลือหรือหาข้อมูลได้ง่าย อีกทั้งยังมีทรัพยากรที่จำเป็นที่พร้อมในการใช้สกุลเงิน Libra

4.1.3 มูลค่าตามราคาของสกุลเงิน Libra

1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงิน Libra จำนวน 4 คน และผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 คน มีความคิดเห็นดังนี้

จุดแข็งของ Libra คือการเป็นเงินดิจิทัลที่มีมูลค่าคงที่ (Stable Coin) โดยทุก ๆ เหรียญที่ใช้ จะยึดโยงกับสินทรัพย์ที่หนุนหลัง คือ Libra จะมีค่าก็ต่อเมื่อมีสินทรัพย์มาค้ำประกัน แล้วค่อยผลิตเงินออกไปตามมูลค่านั้น เพราะฉะนั้นสินทรัพย์ของ Libra จะต้องมีความมั่นคง ผันผวนต่ำ และมีสภาพคล่องสูง เช่น เงินฝากในธนาคารและพันธบัตรรัฐบาลระยะสั้นของรัฐบาลในแต่ละประเทศ ซึ่งนี่เป็นข้อแตกต่างจากเหรียญคริปโตประเภทอื่น Libra เป็นเหมือนตะกร้าของสินทรัพย์ในสกุลเงินต่าง ๆ เพื่อประกันความเสี่ยงจากการผันผวนของสกุลเงิน

นอกจากนี้กระบวนการส่งรับเงิน Libra ทำงานอยู่บน Libra Blockchain ซึ่งเป็นระบบกระจายศูนย์ (Decentralized) ข้อมูลทุกอย่างจะถูกเก็บและแชร์บนระบบทั้งหมด และมี Smart Contract ที่เขียนโค้ดด้วยภาษา Move ที่ออกแบบมาเพื่อป้องกันความปลอดภัยสูง รองรับ การให้บริการในระดับ 1 พันล้านคนต่อวัน

2) กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน มีความคิดเห็นโดยรวมสรุปได้ดังนี้

สกุลเงิน Libra มีราคาที่เหมาะสม และสกุลเงิน Libra มีอัตราการแลกเปลี่ยนที่คุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับ อีกทั้งค่าธรรมเนียมในการใช้แลกเปลี่ยนสกุลเงิน Libra เป็นราคาที่สมเหตุสมผล ซึ่งค่าใช้จ่ายในการใช้สกุลเงิน Libra เทียบเท่ากับรูปแบบการชำระเงินอื่น ๆ

4.1.4 ความน่าเชื่อถือของสกุลเงิน Libra

1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงิน Libra จำนวน 4 คน และผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 คน มีความคิดเห็นดังนี้

มีความน่าจะเป็นที่จะสนใจใช้งานสกุลเงิน Libra การเคยซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายบริการของ Facebook จะส่งผลให้เกิดความสนใจใช้งานสกุลเงินเงิน Libra สื่อได้ถึงความภักดีต่อสินค้าและบริการของ Facebook (Brand Loyalty) ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมการใช้ซ้ำในสินค้าและบริการนั้น ๆ การมีองค์กรอิสระเข้ามากำกับดูแลการใช้งาน จะทำให้มีความสนใจใช้งานสกุลเงิน Libra เพิ่มขึ้นร้อยละ 11 เพราะผู้ใช้งานจะเกิดความไว้วางใจว่าจะมีการกำกับดูแล และควบคุมการทำธุรกรรมต่าง ๆ ให้เป็นไปอย่างราบรื่น หรืออีกนัยหนึ่งก็คือเมื่อเกิดข้อผิดพลาดขึ้น ผู้ใช้งานก็ทราบได้ว่าต้องติดต่อกับองค์กรใดเพื่อแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น ซึ่งความไว้วางใจในการเลือกสกุลเงินดิจิทัลนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านของผู้ให้บริการ ยิ่งผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือมากเท่าไรก็จะยิ่งส่งผลต่อการเลือกใช้งานสกุลเงินเงิน Libra ไปในทิศทางที่เป็นบวกมากขึ้น

2) กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน มีความคิดเห็นโดยรวมสรุปได้ดังนี้

สกุลเงิน Libra มีระบบรักษาความปลอดภัยที่อยู่ในเกณฑ์สูง อีกทั้งสกุลเงิน Libra ไม่สามารถโจรกรรมทางไซเบอร์ได้และข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งานในการแลกเปลี่ยน สกุลเงิน Libra จะไม่ถูกเปลี่ยนแปลงหรือทำลายไม่ว่าจะโดยอุบัติเหตุหรือเจตนา รวมถึงความผันผวนของค่าสกุลเงิน Libra มีผลต่อการเลือกใช้สกุลเงิน Libra ของตัวผู้ใช้งานเอง

4.1.5 ผลกระทบเครือข่ายของสกุลเงิน Libra

1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงิน Libra จำนวน 4 คน และผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 คน มีความคิดเห็นดังนี้

ปัจจัยด้านอิทธิพลจากเครือข่าย ส่งผลต่อการเลือกใช้งานสกุลเงิน Libra ไปในทิศทางที่เป็นลบ โดยให้เหตุผลด้วยการยกตัวอย่างจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในระดับมหภาคของต่างประเทศ คือเหตุการณ์ที่รัฐบาลสหรัฐอเมริกาประกาศซื้อขาย Future Bitcoin Contract ทำให้เกิดการแก่งกำไรมูลค่าของ สกุลเงิน Libra ส่งผลให้ผู้ใช้งาน สกุลเงิน Libra จำนวนมากเลิกใช้งานไปเพราะการแก่งกำไรทำให้มูลค่าผันผวน จากกรณีนี้ เป็นการได้รับอิทธิพลจากภาครัฐบาลซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด ถ้าหากรัฐบาลให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับประโยชน์และวิธีการใช้งานสกุลเงิน Libra ที่ถูกต้อง ก็จะส่งผลให้ปัจจัยด้านอิทธิพลจากเครือข่ายมีทิศทางที่บวกได้นอกจากนี้ยังได้ให้ปัจจัยเพิ่มเติมด้านผู้ประกอบการด้วยว่า การที่มีผู้ประกอบการสกุลเงิน Libra มากขึ้นนั้น ทำให้ผู้ที่สนใจเกิดความลังเลว่าจะเลือกใช้สกุลเงิน Libra ของผู้ให้บริการรายไหนถึงจะเหมาะสมที่สุด

2) กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน มีความคิดเห็นโดยรวมสรุปได้ดังนี้

สื่อและข่าวสารต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อจำนวนผู้ใช้สกุลเงิน Libra รวมไปถึงจำนวนผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้น มีผลต่อการใช้งานของสกุลเงิน Libra รวมไปถึงนโยบายของรัฐบาลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้สกุลเงิน Libra และการเปลี่ยนรูปแบบการชำระเงินที่ใช้อยู่เป็นสกุลเงิน Libra มีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการยอมรับสกุลเงิน Libra

4.2.1 ประโยชน์ของสกุลเงิน Libra

1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงิน Libra จำนวน 4 คน มีความคิดเห็นดังนี้

“...Libra คือสกุลเงินที่ Facebook สร้างขึ้นเพื่อเป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยน โดยมีบริษัทชั้นนำของโลก 27 บริษัท และเป็นสกุลเงินกลางที่ทุกคนใช้กันทั้งในและนอก Facebook การที่จะออก Libra ต้องมีเงินสกุลต่าง ๆ ไปค้ำประกันรวมถึงทองคำ (สินทรัพย์) ด้วย เมื่อมีสินทรัพย์เข้ามาค้ำประกันส่งผลทำให้ราคาหรือค่าของสกุลเงินไม่ผันผวนมาก หรืออาจจะคงที่ก็เป็นไปได้.” (เฉลิมรัฐ นาควิเชียร, สัมภาษณ์, วันที่ 11 กรกฎาคม 2565)

“...Libra เป็นสกุลเงินที่ Facebook สร้างขึ้นเพื่อเป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยน ซึ่งเป็นสกุลเงินกลางที่ทุกคนใช้กันทั้งในและนอก Facebook การที่จะออก Libra ต้องมีเงินสกุลต่าง ๆ ไปค้ำประกันรวมถึงทองคำ ด้วย เมื่อมีสินทรัพย์เข้ามาค้ำประกันส่งผลทำให้ราคา

หรือค่าของสกุลเงินไม่ผันผวนมาก หรือ อาจจะคงที่ก็เป็นไปได้...” (จिरายุส ทรัพย์ศรีโสภา, สัมภาษณ์, วันที่ 11 กรกฎาคม 2565)

“...ขั้นตอนในการกดใช้ในแต่ละครั้ง สามารถใช้ได้ง่ายช่วยลดขั้นตอนในการกดชำระเงิน โดยที่ไม่ต้องออกจาก App Facebook ซึ่งในการเก็บภาษีที่รัฐบาลจะต้องขอ Statement จากสถาบันการเงินอาจทำได้ยากและทำให้อำนาจการต่อรองของผู้ใช้มีมากขึ้น ธนาคารพาณิชย์มีการพัฒนาระบบ การให้บริการหรือธุรกรรมทางการเงินที่ทันต่อโลกนั้น จึงทำให้ธนาคารต้องให้ความสำคัญกับลูกค้ามากขึ้น...” (ณัฐสิริชา บริสุทธิ์ธาดา, สัมภาษณ์, วันที่ 11 กรกฎาคม 2565)

“...ในส่วนของขั้นตอนในการกดใช้ในแต่ละครั้ง สามารถใช้ได้ง่ายช่วยลดขั้นตอนในการกดชำระเงิน โดยที่ไม่ต้องออกจาก App Facebook ซึ่งในการเก็บภาษีที่รัฐบาลจะต้องขอ Statement จากสถาบันการเงินอาจทำได้ยากและทำให้อำนาจการต่อรองของผู้ใช้มีมากขึ้น ธนาคารพาณิชย์มีการพัฒนาระบบ การให้บริการหรือธุรกรรมทางการเงินที่ทันต่อโลกนั้น จึงทำให้ธนาคารต้องให้ความสำคัญกับลูกค้ามากขึ้น...” (กนกพร ประสิทธิ์ผล, สัมภาษณ์, วันที่ 11 กรกฎาคม 2565)

2) ผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 คน มีความคิดเห็นดังนี้

“...Libra เป็นคริปโตเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) เช่นเดียวกับบิตคอยน์ (Bitcoin) และอีเธอร์เรียม (Ethereum) ซึ่งอาศัยเทคโนโลยี Distributed Ledger Technology (DLT) หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า บล็อกเชน (Blockchain) แต่จุดที่ทำให้ Libra โดดเด่นและแตกต่างจากคริปโตเคอร์เรนซีอื่น คือ การถูกออกแบบให้มีมูลค่าไม่ผันผวน ซึ่งต่างจากคริปโตเคอร์เรนซีอื่นที่มีมูลค่าผันผวนสูงและมักถูกใช้เก็งกำไรในกลุ่มนักลงทุน Libra ใช้หลักการเดียวกับการบริหารสกุลเงินของประเทศต่าง ๆ ที่มีทุนสำรองหนุนหลังการออกใช้ กล่าวคือ ทุกเหรียญ Libra ที่ออกใช้จะมีสินทรัพย์หนุนหลังเต็มมูลค่า และสินทรัพย์เหล่านั้นจะถูกกระจายการลงทุนตามสัดส่วนตะกร้าเงินสกุลหลัก (Basket of Currency) ซึ่งเป็นสินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องและความผันผวนต่ำ ได้แก่ ตราสารหนี้รัฐบาลระยะสั้น...” (นันทิกา ทวีชาติ, สัมภาษณ์, วันที่ 11 กรกฎาคม 2565)

“...Libra คือ ผลตอบแทนจากสินทรัพย์สำรองของ Libra ซึ่งจะถูกแบ่งให้ผู้ร่วมก่อตั้ง ทั้ง 28 รายรวมถึงเฟซบุ๊ก ทั้งนี้ Libra เป็นเพียงโครงสร้างพื้นฐานที่เฟซบุ๊กริเริ่มขึ้นมาเพื่อนำมาต่อยอดกับผลิตภัณฑ์เดิมของเฟซบุ๊ก เช่น WhatsApp และ Instagram รวมถึงขยายไปยังผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ของเฟซบุ๊กในอนาคต อาทิ Calibra และเชื่อมต่อกับ Facebook Marketplace ซึ่งเพิ่มความสามารถในการรองรับสกุลเงิน Libra ในการชำระเงินโดยตรงได้

โดยไม่จำเป็นต้องผ่านตัวกลางทางการเงินแบบเดิม เฟซบุ๊กจึงมีฐานลูกค้าจากผู้ใช้ Libra เพิ่มขึ้น ส่งผลให้รายได้จากโฆษณาในเฟซบุ๊กอาจเพิ่มขึ้นในอนาคต โดยในปี 2018 เฟซบุ๊กมีรายได้จากโฆษณาสูงถึง 5.5 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็น 98.5% ของรายได้ทั้งหมด มากไปกว่านั้น จากเดิมที่เฟซบุ๊กมีเพียงข้อมูลโซเชียล (Social Data) ของผู้ใช้งานกว่า 2.4 พันล้านคน ทำให้แม้เฟซบุ๊กเข้าใจสิ่งที่ผู้คนกำลังคิด แต่ข้อมูลโซเชียลอาจยังไม่เชื่อมโยงกับสิ่งที่เกิดขึ้นในโลกของความเป็นจริง Libra จึงเข้ามาเติมเต็มข้อมูลเหล่านี้ผ่านข้อมูลธุรกรรมทางการเงิน แม้เฟซบุ๊กจะให้คำสัญญาว่าจะไม่ใช่ข้อมูลธุรกรรมทางการเงินมาทำโฆษณาแบบเจาะจง (Targeted Advertising) แต่ด้วยข้อมูลธุรกรรมทางการเงินและข้อมูลโซเชียลมหาศาล เฟซบุ๊กสามารถนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่ ๆ ในอนาคตได้ Libra จึงถือเป็นก้าวสำคัญของเฟซบุ๊กในการเข้าสู่อุตสาหกรรมการเงิน ในปัจจุบันผู้ใช้แอปพลิเคชันทั้งหมดในเครือของเฟซบุ๊ก เช่น Instagram WhatsApp มีทั้งหมด 2.7 พันล้านคน เมื่อรวมกับผู้ใช้จากพันธมิตรผู้ร่วมก่อตั้งอีก 27 รายจะทำให้การขยายระบบนิเวศของ Libra และการสร้างเครือข่ายลูกค้าเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีความเป็นไปได้...” (ขวัญตา ศิริวิจนากร, สัมภาษณ์, วันที่ 11 กรกฎาคม 2565)

3) กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน มีความคิดเห็นโดยรวมสรุปได้ดังนี้

สามารถใช้ซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้จริงเหมือนสกุลเงินอื่น ๆ เช่น เงินบาท เงินดอลลาร์สหรัฐ หรือเงินยูโร ลดขั้นตอนการเปิดบัญชีที่แต่เดิมไปที่ธนาคารต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่าย การใช้สกุลเงิน Libra เหมือนการส่งข้อความหรือสติ๊กเกอร์ให้กันจึงสะดวกกับการใช้มาก ค่าธรรมเนียมในการส่งหรือโอนเงิน ข้ามเขตหรือ ข้ามประเทศถูกลง

4.2.2 ความเสี่ยงของสกุลเงิน Libra

1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงิน Libra จำนวน 4 คน มีความคิดเห็นดังนี้

“...มีอุปสรรคสำคัญที่ต้องผ่านไปให้ได้คือต้องรับการอนุมัติจากรัฐบาลทั่วโลก เพราะถ้า Libra ไม่ได้รับการยอมรับจากรัฐบาลทั่วโลก หรือ มีการต่อต้านจากรัฐบาลประเทศใดประเทศหนึ่งจุดประสงค์ต้องการให้เป็นสกุลเงินเพื่อคนทั่วโลกก็ไม่อาจเป็นจริงได้ ในส่วนของสถาบันทางการเงินแบบดั้งเดิม เช่น ธนาคารพาณิชย์ นี่ถือเป็นการ Disruption ทางธุรกิจที่ใหญ่มาก เพราะจะทำให้สูญเสียบทบาทการให้บริการทางการเงินกับคนทั่วไปอย่างที่เป็นมา ซึ่งต้องดูสถานการณ์ต่อไปว่า สถาบันทางการเงินจะมโนบายต่อ Libra อย่างไร สำหรับในประเทศไทย ยังไม่มีความเห็นจากรัฐบาลว่าจะให้ Libra เข้ามาให้บริการในประเทศไทย

หรือไม่ ซึ่งมีขั้นตอนที่สำคัญคือการออกหรือแก้ไขกฎหมายให้รองรับสกุลเงินดิจิทัล ช่วงแรก คาดว่าความเสี่ยงน่าจะผันผวนเป็นตลาดหุ้น เพราะยังไม่มีเชื่อมั่นในสกุลนี้ และเงินเข้าออกเป็นจำนวนมากทำให้ค่าเงินผันผวน รวมไปถึงพิจารณาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับค่าเงินบาทด้วยเช่นกัน โดยสรุปแล้ว การเกิดขึ้นของสกุลเงิน Libra คือส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนผ่านของโลก ซึ่งจะเป็นไปลักษณะของการเชื่อมต่อกันมากขึ้นและง่ายขึ้น ในอนาคต นอกจากเรื่องของการเงิน เราคนต้องจับตาดูว่า ชีวิตและโลกของเราจะมีการเปลี่ยนแปลงในแง่ใดเพิ่มเติมอีกบ้าง เพื่อเตรียมตัวในการเป็นพลเมืองของ “โลกใบใหม่” ที่กำลังเข้ามาในชีวิตของมนุษย์โลกทุกคนในอัตราเร่งที่มากขึ้นกว่าเดิม...” (เฉลิมรัฐ นาควิเชียร, สัมภาษณ์, วันที่ 11 กรกฎาคม 2565)

“...Libra ถูกสร้างและออกใช้โดยหน่วยงานกลาง (ในที่นี้คือ Libra Association ซึ่งเปรียบเสมือนธนาคารกลางในประเทศต่างๆ ที่ออกใช้เงินแต่ละสกุลของตน) มีสินทรัพย์หนุนหลัง (ในที่นี้คือตะกร้าของสินทรัพย์ในสกุลเงินต่างๆ ที่มีความเสี่ยงต่ำ) เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ ซึ่งจะทำให้ลิบร้ามีมูลค่าในตัวเอง (Intrinsic Value) และมีจุดประสงค์ในการสร้างและออกใช้ที่ชัดเจนโดยเฉพาะ นั่นคือ การมุ่งเป็นสกุลเงินของโลก.” (จิรายุส ทรัพย์ศรีโสภา, สัมภาษณ์, วันที่ 11 กรกฎาคม 2565)

“...จุดประสงค์สำคัญของการสร้างและออกใช้ Libra คือ “การเป็นสกุลเงินของโลก (Global Currency)” (ไม่แตกต่างจากจุดประสงค์ของการสร้างบิทคอยน์) โดยลิบร้าจะดำเนินงานอยู่บนระบบบล็อกเชนที่สามารถรองรับผู้ใช้งานที่ตั้งเป้าไว้ถึงระดับพันล้านคนได้ และหนุนหลังมูลค่าลิบร้าด้วยเงินสำรอง ซึ่งเป็นตะกร้าของสินทรัพย์ในสกุลเงินต่างๆ ที่มีความเสี่ยงต่ำ (ยังไม่ได้ประกาศในรายละเอียด แต่แตกต่างจากบิทคอยน์ที่ไม่มีเงินสำรอง) รวมทั้งกำกับดูแลโดยหน่วยงานอิสระที่มีชื่อเหมือนกับสกุลเงินตนเองว่า Libra Association ซึ่งประกอบด้วยสมาชิกถึง 28 หน่วยงานยักษ์ใหญ่ในหลายกลุ่มธุรกิจ (รวมเฟซบุ๊ก) อาทิ การชำระเงิน เทคโนโลยี และองค์กรไม่แสวงหากำไร...” (ณัฐรัฐลีชา บริสุทธิ์ธรรดากุล, สัมภาษณ์, วันที่ 11 กรกฎาคม 2565)

“...เรื่องความปลอดภัยของสกุลเงินดิจิทัลยังคงเป็นประเด็นที่หลายฝ่ายมีความวิตกกังวลอยู่มากแม้ว่า Facebook จะยืนยันว่าทั้งกระเป๋าดิจิทัล Calibra และสกุลเงิน Libra นั้น มีความปลอดภัยที่รัดกุมเช่นเดียวกับธนาคารในปัจจุบัน โดยมีหน่วยงานให้ความช่วยเหลือ 24 ชั่วโมง...” (กนกพร ประสิทธิ์ผล, สัมภาษณ์, วันที่ 11 กรกฎาคม 2565)

2) ผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 คน มีความคิดเห็นดังนี้

“...Libra แยกบัญชี Libra กับ Facebook ออกจากกันชัดเจน ขณะที่การสมัครใช้งาน Calibra และเหรียญ Libra Facebook ได้ระบุว่า จะใช้มาตรฐานการตรวจสอบ การลงทะเบียน และการป้องกันการฉ้อโกงแบบเดียวกันกับธนาคารและผู้ให้บริการบัตรเครดิตทั่วโลก (ต้องใช้บัตรประชาชนในการยืนยันสมัครใช้งาน)...” (นันทิกา ทวีชาติ, สัมภาษณ์, วันที่ 11 กรกฎาคม 2565)

“..Libra มีระบบตรวจสอบเพื่อป้องกันพฤติกรรมการโกงแบบเรียลไทม์ ถ้าเงินหายจะคืนเต็มจำนวน และที่สำคัญจะไม่มี การแชร์ข้อมูลบัญชี และข้อมูลการเงินของผู้ใช้ Facebook หรือผู้พัฒนา Application เจ้าอื่น ๆ เต็มขาด (Third Party) หากไม่ได้รับการยินยอมจากผู้ใช้งานก่อน อย่างไรก็ตาม Libra ยังคงถูกตั้งคำถามถึงประเด็นความเสี่ยงที่อาจจะเกิดตามมาอีกนานัปการ...” (ขวัญตา ศิริวงนงกูร, สัมภาษณ์, วันที่ 11 กรกฎาคม 2565)

3) กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน มีความคิดเห็นโดยรวมสรุปได้ดังนี้

อาจมีการรั่วไหลของข้อมูลส่วนตัว กลายเป็นภัยคุกคามต่อ สิทธิส่วนบุคคล อธิปไตย และความมั่นคง รัฐบาลอาจจะต้องการข้อมูลนี้เพื่อใช้ประโยชน์หลายด้าน การที่ สกุลเงิน Libra จะมีการตรวจสอบ ยืนยันตัวตนแบบเรียลไทม์ ในการลงทะเบียนและป้องกันการฉ้อโกงที่มีมาตรฐานเดียวกับธนาคาร เป็นการเปิดช่องทางในการฟอกเงิน และการก่ออาชญากรรมทางการเงินทั้งในระดับบุคคลและระดับรัฐบาล มีความน่าเชื่อถือเพราะมีหลักทรัพย์หนุนหลังค่าเงิน Libra

4.2.3 ผลกระทบต่อเศรษฐกิจของสกุลเงิน Libra

1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงิน Libra จำนวน 4 คน มีความคิดเห็นดังนี้

“...มีผลต่อธนาคารพาณิชย์ เพราะเมื่อ Libra เข้ามา การชำระสินค้าและบริการ เช่น Uber Visa หรือบริษัทชั้นนำอื่น ๆ ทั้ง 27 บริษัท ก็สามารถชำระด้วย Libra ได้เลย อีกทั้งยังมีประโยชน์กลับกลุ่มคนที่ปัจจุบันมีข้อแม้ในการเข้าถึงธนาคารได้ยาก สามารถที่จะเปิด หรือทำบัตรเครดิตได้ จึงทำให้ฐานลูกค้าของบริษัทชั้นนำเพิ่มมากขึ้น...” (เฉลิมรัฐ นาควิเชียร, สัมภาษณ์, วันที่ 11 กรกฎาคม 2565)

“...การโอนเงินต่าง ๆ ข้ามประเทศทำได้รวดเร็ว เสมือนกับการส่งสติ๊กเกอร์หรือส่งข้อความผ่าน Messenger และไม่มีค่าใช้จ่ายสำหรับการโอนเงินระหว่างบุคคลเงินสกุลต่าง ๆ จะไร้ความหมาย โครงสร้างทางการเงินและระบบเศรษฐกิจโลกจะเกิดขึ้นได้แน่นอนจากการเพิ่มปริมาณเงินเข้าไปในระบบ ทั้งด้านการแลกเปลี่ยนเงินตรา การใช้จ่าย อัตราค่าธรรมเนียม

และดอกเบี้ยส่งผลกระทบต่อโครงสร้างทางการเงินหาก Libra เข้ามาในอุตสาหกรรมการเงิน แล้วบอกว่าต่อไปนี้ไม่มีค่าธรรมเนียมแน่นอนว่าธนาคารพาณิชย์ก็จะต้องได้รับผลกระทบ แต่อาจไม่ได้มองว่าจะเข้ามาทำให้ธนาคารเสียหายแต่มองว่าเรามีโอกาสที่จะสามารถเรียนรู้ อยู่ร่วมกัน และเดินไปด้วยกันอย่างไรทำให้เสถียรภาพทางการเงินแย่งลง ตัวอย่างเช่นหากมองในการปล่อยกู้ของธนาคารพาณิชย์เมื่อประชาชนไปซื้อสกุลเงินลิบราทั้งหมด ส่งผลทำให้เงินบาทที่มีอยู่ในระบบไม่สามารถหมุนเวียนในระบบได้ เนื่องจาก ประชาชนไม่เอาเงินไปฝาก เมื่อไม่มีการฝากเงินทำให้ธนาคารพาณิชย์ไม่สามารถปล่อยกู้ได้ นั่นหมายความว่า รายได้ในส่วนนี้ของธนาคารพาณิชย์หายไป..” (จिरยუს ทรัพย์ศรีโสภา, สัมภาษณ์, วันที่ 11 กรกฎาคม 2565)

“...ลำดับแรกที่จะได้รับผลกระทบมากที่สุดคือสถาบันการเงิน ธนาคารหลายแห่งทั่วโลก เนื่องจากในอนาคตหากว่าการโอนเงิน Libra ระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่าน Calibra หรือบน Platform อื่น ๆ ไม่มีการเสียค่าธรรมเนียมอีกต่อไป หรืออาจจะเสียแต่ต่ำมาก สถาบันการเงินที่เคยทำหน้าที่เป็นตัวกลางก็จะลดบทบาทลง และอาจถึงขั้นหมดประโยชน์ลงทันทีในวันหนึ่ง ส่วนธนาคารและบริการทางการเงินในหลายประเทศที่อาจจะเคยมีข้อจำกัดในแง่ของการเข้าถึงก็จะได้รับผลกระทบมากเช่นเดียวกัน และมีความเป็นไปได้สูงว่าต้องเริ่มหาแนวทางปรับตัวเพื่อการอยู่รอด..” (ณัฐสิริสา บริสุทธิ์ธาดากุล, สัมภาษณ์วันที่ 11 กรกฎาคม 2565)

“...ในกรณีของ Libra ได้มีการเปิดโอกาสให้ธนาคารแบบ Traditional สามารถเข้าร่วมโครงการนี้กับพวกเขาได้ล่าสุดหน่วยงานหลายแห่งทั่วโลกเริ่มแสดงความกังวล ไม่ว่าจะคณะกรรมการสภาบริการทางการเงินสหรัฐอเมริกา (House Banking Committee) และคณะกรรมการธิการธนาคารประจำวุฒิสภา (Senate Banking Committee) ที่เรียกร้องให้ Facebook ยุติการพัฒนาโครงการจนกว่าสภาองเกรสและผู้กำหนดนโยบายจะดำเนินการตรวจสอบอย่างละเอียด โดยให้นำหน้าความกังวลไปที่ความเสี่ยงจากการถือข้อมูลของผู้ใช้จำนวนมาก...” (กนกพร ประสิทธิ์ผล, สัมภาษณ์, วันที่ 11 กรกฎาคม 2565)

2) ผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 คน มีความคิดเห็นดังนี้

“... ถึงแม้ Libra จะมีเจตนาอันดีที่พยายามเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงบริการทางการเงินให้กับคนทั่วโลก อย่างไรก็ตาม ในมุมมองของหน่วยงานความมั่นคงของชาติและหน่วยงานกำกับดูแล Libra ยังมีอีกหลายมิติที่ต้องพิจารณาให้ถี่ถ้วน โดยเมื่อไม่นานมานี้ สภาองเกรสของสหรัฐอเมริกาได้ส่งหนังสือถึง Facebook เพื่อขอให้หยุดพัฒนา Libra และ Calibri ชั่วคราว จนกว่าหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องจะตรวจสอบผลกระทบและความ

เสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นต่อระบบการเงินโลก โดยให้เหตุผลว่าเอกสาร Whitepaper ของ Libra ยังขาดรายละเอียดที่สำคัญอีกมากที่อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงในการกำกับดูแล บวกกับปัญหาความน่าเชื่อถือของ Facebook ในช่วงที่ผ่านมาเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยและการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล อีกทั้ง Calibri อาจกลายเป็นพื้นที่สำหรับการฟอกเงินและการทำผิดกฎหมายอื่น ๆ ได้...” (นันทิกา ทวีชาติ, สัมภาษณ์, วันที่ 11 กรกฎาคม 2565)

“...มีการประกาศใช้ Libra ในครั้งนี้ นับเป็นก้าวที่ทะเยอทะยานและท้าทายที่สุดของ Facebook แต่ท้าทายที่สุดแล้ว แม้อาจจะมียุทธศาสตร์เกิดขึ้นมากมายเพียงใด แต่หากเรากระโจนเข้ารับสกุลเงินใหม่นี้มาใช้ โดยขาดการศึกษาตรวจสอบ และการออกกฎหมายการกำกับดูแลที่ชัดเจนและรอบคอบแล้ว ก็อาจกลายเป็นความเสี่ยงต่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจการเงินในระดับโลก นี่จึงถือเป็นความท้าทายของหน่วยงานกำกับดูแลและธนาคารกลางทั่วโลก ที่จะต้องเร่งศึกษาให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ และปรับตัวให้ก้าวทันพัฒนาการทางการเงินใหม่ ๆ อย่าง Libra ที่จะเข้าพลิกโฉมโลกการเงินในอนาคต...” (ขวัญตา ศิริวิจนากร, สัมภาษณ์, วันที่ 11 กรกฎาคม 2565)

การใช้สกุลเงิน Libra จะส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพทางการเงิน เท่ากับว่าเงินท้องถิ่นจะถูกดึงออกไปจากระบบการเงินของประเทศนั้น ๆ สามารถแก้ปัญหาค่าเงินเข้าสู่ธุรกรรมจากธนาคารแบบเดิมในกลุ่มคนที่มีข้อจำกัดในด้านรายได้ที่อยู่ในพื้นที่ทุรกันดารเป็นการลดความเหลื่อมล้ำเนื่องจากสกุลเงิน Libra ไม่ถูกควบคุมโดยรัฐบาลใด ๆ ทำให้เกิดความกังวลของธนาคารกลางในประเทศต่าง ๆ ในการบริหารจัดการและตรวจสอบ ทำให้เกิดการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศมีการขยายตัวมากขึ้นโดยเฉพาะในส่วนของการขายย่อยซึ่งแต่เดิมต้องใช้สกุลเงินท้องถิ่นแลกเปลี่ยนเงินทำให้มีต้นทุนสูง

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีตามการตัดสินใจใช้สกุลเงิน Libra ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจใช้งานสกุลเงิน Libra ในกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีในกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากกลุ่มตัวอย่าง ผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงิน Libra จำนวน 4 คน ผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 คน กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม มาวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลที่ศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วยวิธีการสรุปความในรูปแบบของการบรรยายเชิงพรรณนา โดยสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 ผลการวิเคราะห์

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งาน Libra

1) อิทธิพลทางสังคมของสกุลเงิน Libra

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงิน Libra และผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีความคิดเห็นว่า การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลร่วมกันต่อทัศนคติการใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงิน Libra ทั้งนี้ เนื่องจากแอปพลิเคชันในการซื้อขายสกุลเงินดิจิทัลนั้นมีประโยชน์ต่อผู้ใช้งานที่ทำให้สามารถใช้งานได้ทุกที่และเวลารวมทั้งสร้างประโยชน์ที่จะทำให้เกิดผลตอบแทนจากการซื้อขายและในแอปพลิเคชันมีรูปแบบการใช้งานที่ง่ายทำให้ผู้ใช้งานนั้นมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้งาน ระดับความเชื่อของบุคคลในการใช้งานเทคโนโลยีและเชื่อว่ามีแนวโน้มที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานได้โดยการรับรู้ประโยชน์จะส่งผลกับทัศนคติของบุคคลต่อการใช้งานเทคโนโลยีและ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ที่เป็นระดับความเชื่อของผู้ใช้งานต่อการใช้เทคโนโลยีนั้นจะสามารถเรียนรู้ได้ง่าย ใช้งานไม่ยากไม่ต้องใช้ความพยายามในการใช้งานมาก และเมื่อผู้ใช้งานรับรู้ความง่ายในรับมาก ก็จะมีอิทธิพลทางตรงที่ส่งผลต่อทัศนคติ

กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นว่า บุคคลที่มีความสำคัญ แนะนำให้ใช้สกุลเงิน Libra มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้เงินดิจิทัล ซึ่งสกุลเงิน Libra นั้นมีผลช่วยทำให้ท่านมีภาพลักษณ์ทางสังคมที่ดีขึ้น ที่สามารถทำให้เลือกใช้สกุลเงิน Libra โดยคนรอบตัวนั้นก็มีการใช้ สกุลเงิน Libra เหมือนกัน และเลือกใช้สกุลเงิน Libra ส่วนใหญ่มาจากบุคคลใกล้ชิดที่ใช้สกุลเงิน Libra เหมือนกัน

2) สิ่งอำนวยความสะดวกของสกุลเงิน Libra

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงิน Libra และผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีความคิดเห็นว่า ความสำคัญในปัจจุบันการยอมรับพื้นฐานทางการตลาด ด้านความรวดเร็วและสะดวกสบายในการทำธุรกรรมเป็นประเด็นสำคัญมากที่สุด และในด้านความสามารถใช้ชำระได้โดยไม่ต้องแลกเปลี่ยนเป็นสกุลเงินท้องถิ่น อีกทั้งความสำคัญกับการใช้ชำระได้โดยไม่ต้องแลกเปลี่ยนไปเป็นสกุลเงินอื่นซึ่งเมื่อสกุลเงิน Libra สามารถใช้งานได้ในทุกพื้นที่โดยไม่ต้องแลกเปลี่ยนเป็นสกุลเงินอื่น ก็จะทำให้ความสนใจที่จะใช้งานนั้นเพิ่มขึ้น เมื่อมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานที่ดี จะส่งผลให้มีการใช้งานสกุลเงิน Libra เพิ่มขึ้น

กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นว่า มีสถานที่ใช้แลกเปลี่ยนสกุลเงิน Libra ได้ง่าย ซึ่งมีความรู้ที่จำเป็นในการใช้เงินดิจิทัล และเมื่อมีข้อสงสัยเกี่ยวกับสกุลเงิน Libra ก็สามารถขอความช่วยเหลือหรือหาข้อมูลได้ง่าย อีกทั้งยังมีทรัพยากรที่จำเป็นที่พร้อมในการใช้สกุลเงิน Libra

3) มูลค่าตามราคาของสกุลเงิน Libra

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงิน Libra และผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีความคิดเห็นว่า จุดแข็งของ Libra คือการเป็นเงินดิจิทัลที่มีมูลค่าคงที่ (Stable Coin) โดยทุก ๆ เหรียญที่ใช้ จะยึดโยงกับสินทรัพย์ที่หนุนหลัง คือ Libra จะมีค่าก็ต่อเมื่อมีสินทรัพย์มาค้ำประกัน แล้วค่อยผลิตเงินออกไปตามมูลค่านั้น เพราะฉะนั้นสินทรัพย์ของ Libra จะต้องมีความมั่นคง ผันผวนต่ำ และมีสภาพคล่องสูง เช่น เงินฝากในธนาคารและพันธบัตรรัฐบาลระยะสั้นของรัฐบาลในแต่ละประเทศ ซึ่งนี่เป็นข้อแตกต่างจากเหรียญคริปโตประเภทอื่น Libra เป็นเหมือนตะกร้าของสินทรัพย์ในสกุลเงินต่าง ๆ เพื่อประกันความเสี่ยงจากการผันผวนของสกุลเงิน

กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นว่าสกุลเงิน Libra มีราคาที่เหมาะสม และสกุลเงิน Libra มีอัตราการแลกเปลี่ยนที่คุ้มค่างับสิ่งที่ได้รับ อีกทั้งค่าธรรมเนียมในการใช้แลกเปลี่ยนสกุลเงิน Libra เป็นราคาที่สมเหตุสมผล ซึ่งค่าใช้จ่ายในการใช้สกุลเงิน Libra เทียบเท่ากับรูปแบบการชำระเงินอื่น ๆ

4) ความน่าเชื่อถือของสกุลเงิน Libra

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงิน Libra และผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีความคิดเห็นว่ามีแนวโน้มจะเป็นที่จะสนใจใช้งานสกุลเงิน Libra การเคยซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายบริการของ Facebook จะส่งผลให้เกิดความสนใจใช้งานสกุลเงินเงิน Libra สื่อได้ถึงความภักดีต่อสินค้าและบริการของ Facebook (Brand Loyalty) ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมการใช้ซ้ำในสินค้าและบริการนั้น ๆ การมีองค์กรอิสระเข้ามากำกับดูแลการใช้งาน จะทำให้มีความสนใจใช้งานสกุลเงิน Libra เพิ่มขึ้นร้อยละ 11 เพราะผู้ใช้งานจะเกิดความไว้วางใจว่าจะมีการกำกับดูแล และควบคุมการทำธุรกรรมต่าง ๆ ให้เป็นไปอย่างราบรื่น หรืออีกนัยหนึ่งก็คือเมื่อเกิดข้อผิดพลาดขึ้น ผู้ใช้งานก็ทราบได้ว่าต้องติดต่อกับองค์กรใดเพื่อแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น ซึ่งความไว้วางใจในการเลือกสกุลเงินดิจิทัลนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านของผู้ให้บริการ นอกจากนี้กระบวนการส่งรับเงิน Libra ทำงานอยู่บน Libra Blockchain ซึ่งเป็นระบบกระจายศูนย์ (Decentralized) ข้อมูลทุกอย่างจะถูกเก็บและแชร์บนระบบทั้งหมด และมี Smart Contract ที่เขียนโค้ดด้วยภาษา Move ที่ออกแบบมาเพื่อป้องกันความปลอดภัยสูง รองรับการให้บริการในระดับ 1 พันล้านคนต่อวันยิ่งผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือมากเท่าไรก็จะยิ่งส่งผลต่อการเลือกใช้งานสกุลเงินเงิน Libra ไปในทิศทางที่เป็นบวกมากขึ้น

กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน มีความคิดเห็นว่ามีสกุลเงิน Libra มีระบบรักษาความปลอดภัยที่อยู่ในเกณฑ์สูง อีกทั้งสกุลเงิน Libra ไม่สามารถโจรกรรมทางไซเบอร์ได้และข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งานในการแลกเปลี่ยน สกุลเงิน Libra จะไม่ถูกเปลี่ยนแปลงหรือทำลายไม่ว่าจะโดยอุบัติเหตุหรือเจตนา รวมถึงความผันผวนของค่าสกุลเงิน Libra มีผลต่อการเลือกใช้สกุลเงิน Libra ของตัวผู้ใช้งานเอง

5) ผลกระทบเครือข่ายของสกุลเงิน Libra

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงิน Libra และผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีความคิดเห็นว่ามีปัจจัยด้านอิทธิพลจากเครือข่าย ส่งผลต่อการเลือกใช้งานสกุลเงิน Libra ไปในทิศทางที่เป็นลบ โดยให้เหตุผลด้วยการยกตัวอย่างจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในระดับมหภาคของต่างประเทศ คือเหตุการณ์ที่รัฐบาลสหรัฐอเมริกาประกาศซื้อขาย Future Bitcoin Contract ทำให้เกิดการแก๊งกำไรในมูลค่าของ สกุลเงิน Libra ส่งผลให้ผู้ใช้งาน สกุลเงิน Libra จำนวนมากเลิกใช้งานไปเพราะการแก๊งกำไรทำให้มูลค่าผันผวน จากกรณีนี้ เป็นการได้รับอิทธิพลจากภาครัฐบาลซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด ถ้าหากรัฐบาลให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับประโยชน์และวิธีการใช้งานสกุลเงิน Libra ที่ถูกต้อง ก็จะส่งผลให้ปัจจัยด้านอิทธิพลจากเครือข่ายมีทิศทางที่บวกได้ นอกจากนี้ยังได้ให้ปัจจัยเพิ่มเติมด้านผู้ประกอบการด้วยว่า การที่มีผู้ประกอบการสกุลเงิน Libra มากขึ้นนั้น ทำให้ผู้ที่สนใจเกิดความลังเลว่าจะเลือกใช้สกุลเงิน Libra ของผู้ให้บริการรายไหนถึงจะเหมาะสมที่สุด

กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน มีความคิดเห็นว่าเป็นสื่อและข่าวสารต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อจำนวนผู้ใช้สกุลเงิน Libra รวมไปถึงจำนวนผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้น มีผลต่อการใช้งานของสกุลเงิน Libra

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับการยอมรับสกุลเงิน Libra

1) ประโยชน์ของสกุลเงิน Libra

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงิน Libra และผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีความคิดเห็นว่าเป็น Libra คือสกุลเงินที่ Facebook สร้างขึ้นเพื่อเป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยน โดยมีบริษัทชั้นนำของโลก 27 บริษัท และเป็นสกุลเงินกลางที่ทุกคนใช้กันทั้งในและนอก Facebook การที่จะออก Libra ต้องมีเงินสกุลต่าง ๆ ไปค้ำประกันรวมถึงทองคำ (สินทรัพย์) ด้วย เมื่อมีสินทรัพย์เข้ามา ค้ำประกันส่งผลทำให้ราคาหรือค่าของสกุลเงินไม่ผันผวนมาก หรือ อาจจะคงที่ก็เป็นไปได้ Libra เป็นสกุลเงินใช้ง่ายในยุค 5 จี เพราะคนยุคใหม่ ชื้อขายผ่านทางโทรศัพท์และบุคคลที่มีมือถือสามารถเข้าถึงได้ ไม่ต้องยุ่งยากกับการเปิดบัญชีธนาคาร หาก Libra เข้าถึงได้ง่าย ไม่เหมือนคนยุคก่อนที่ต้องใช้เงินสดจ่ายเป็นค่าสินค้าในตลาด เป็นระบบการชำระเงินที่มีประสิทธิภาพมาก การหมุนเงินเป็นแรงขับเคลื่อนทำให้มีความเร็วในการหมุนของเงินเร็วขึ้นหลายเท่ากว่าการใช้จ่ายด้วยเงินสด ผู้ใช้บริการชำระเงินสามารถโอนเงินข้ามประเทศโดยไม่ต้องเสียค่าบริการหรือมีก็น้อยมากซึ่งจะช่วยลดต้นทุนได้ถึง 6% เมื่อเทียบกับปัจจุบัน ลดความซับซ้อนในการใช้จ่ายออนไลน์และค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าผ่านข้ามพรมแดนที่เงินเป็นคนละสกุลเพราะจะกลายเป็นสกุลเงินเดียวกันทั่วโลกไม่ต้องยุ่งยากในการแลกเปลี่ยนเงินตรา ไม่จำเป็นต้องมีเงินสดอยู่ในมือ ลงขันตอนในการกดใช้แต่ละครั้ง เช่นของเก่าอาจจะไปเปิด App กดโอน เลือกรถยนต์ เลขบัญชี และหลายขั้นตอนกว่าจะจบ Libra อาจจะช่วยลดขั้นตอนในการกดชำระเงิน โดยที่ไม่ต้องออกจาก App Facebook เลย การเก็บภาษีที่รัฐบาลจะต้องขอ Statement จากสถาบันการเงินอาจทำได้ยากและทำให้อำนาจการต่อรองของผู้ใช้มีมากขึ้น ธนาคารพาณิชย์จึงต้องมีการพัฒนาระบบ การให้บริการหรือธุรกรรมทางการเงินที่ทันต่อโลกนั้น หมายความว่าธนาคารต้องให้ความสำคัญกับลูกค้ามากขึ้น

กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นว่าเป็น สามารถใช้ซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้จริงเหมือนสกุลเงินอื่น ๆ เช่น เงินบาท เงินดอลลาร์สหรัฐ หรือเงินยูโร ลดขั้นตอนการเปิดบัญชีที่แต่เดิมไปที่ธนาคารต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่าย การใช้สกุลเงิน Libra เหมือนการส่งข้อความหรือสติ๊กเกอร์ให้กันจึงสะดวกกับการใช้มาก ค่าธรรมเนียมในการส่งหรือโอนเงิน ข้ามเขตหรือ ข้ามประเทศถูกลง

2) ความเสี่ยงของสกุลเงิน Libra

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงิน Libra และผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีความคิดเห็นว่ามีอุปสรรคสำคัญที่ต้องผ่านไปให้ได้คือต้องรับการอนุมัติจากรัฐบาลทั่วโลก เพราะถ้า Libra ไม่ได้รับการยอมรับจากรัฐบาลทั่วโลก หรือมีการต่อต้านจากรัฐบาลประเทศใดประเทศหนึ่ง จุดประสงค์ต้องการให้เป็นสกุลเงินเพื่อคนทั่วโลกก็ไม่อาจเป็นจริงได้ ในส่วนของสถาบันทางการเงินแบบดั้งเดิม เช่น ธนาคารพาณิชย์ นี่ถือเป็นการ Disruption ทางธุรกิจที่ใหญ่มาก เพราะจะทำให้สูญเสียบทบาทการให้บริการทางการเงินกับคนทั่วไปอย่างที่เป็นมา ซึ่งต้องดูสถานการณ์ต่อไปว่า สถาบันทางการเงินจะมีนโยบายต่อ Libra อย่างไร สำหรับในประเทศไทย ยังไม่มีความเห็นจากรัฐบาลว่าจะให้ Libra เข้ามาให้บริการในประเทศไทยหรือไม่ ซึ่งมีขั้นตอนที่สำคัญคือการออกหรือแก้ไขกฎหมายให้รองรับสกุลเงินดิจิทัล ช่วงแรกคาดว่าความเสี่ยงน่าจะผันผวนเป็นตลาดหุ้น เพราะยังไม่มี ความเชื่อมั่นในสกุลนี้ และเงินเข้าออกเป็นจำนวนมากทำให้ค่าเงินผันผวน รวมไปถึงพิจารณาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับค่าเงินบาทด้วยเช่นกัน โดยสรุปแล้ว การเกิดขึ้นของสกุลเงิน Libra คือส่วน หนึ่งของการเปลี่ยนผ่านของโลก ซึ่งจะเป็นไปลักษณะของการเชื่อมต่อกันมากขึ้นและง่ายขึ้น ในอนาคต นอกจากเรื่องของการเงิน เราคนต้องจับตาดูว่า ชีวิตและโลกของเราจะมีการเปลี่ยนแปลงใน แง่ใดเพิ่มเติมอีกบ้าง เพื่อเตรียมตัวในการเป็นพลเมืองของ “โลกใบใหม่” ที่กำลังเข้ามาในชีวิตของ มนุษย์โลกทุกคนในอัตราเร่งที่มากขึ้นกว่าเดิม

กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นว่ามีโอกาสที่ข้อมูลส่วนตัว กลายเป็นภัยคุกคามต่อ สิทธิส่วนบุคคล อธิปไตยและความมั่นคง รัฐบาลอาจจะ ต้องการข้อมูลนี้เพื่อใช้ประโยชน์หลายด้าน การที่ สกุลเงิน Libra จะมีการตรวจสอบ ยืนยันตัวตน แบบเรียลไทม์ ในการลงทะเบียนและป้องกันการฉ้อโกงที่มีมาตรฐานเดียวกับธนาคาร เป็นการเปิด ช่องทางในการฟอกเงิน และการก่ออาชญากรรมทางการเงินทั้งในระดับบุคคลและระดับรัฐบาล มีความน่าเชื่อถือเพราะมีหลักทรัพย์หนุนหลังค่าเงิน Libra

3) ผลกระทบต่อเศรษฐกิจของสกุลเงิน Libra

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสกุลเงิน Libra และผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีความคิดเห็นว่ามีผลต่อธนาคารพาณิชย์ เพราะเมื่อ Libra เข้ามา การชำระสินค้าและบริการ เช่น Uber Visa หรือบริษัทชั้นนำอื่น ๆ ทั้ง 27 บริษัท ก็สามารถชำระด้วย Libra ได้เลย อีกทั้งยังมี ประโยชน์กลับกลุ่มคนที่ปัจจุบันมีข้อแม้ในการเข้าถึงธนาคารได้ยาก สามารถที่จะเปิด หรือ ทำบัตร เครดิตได้ จึงทำให้ฐานลูกค้าของบริษัทชั้นนำเพิ่มมากขึ้น การโอนเงินต่าง ๆ ข้ามประเทศทำได้รวดเร็ว เสมือนกับการส่งสติกเกอร์หรือส่งข้อความผ่าน Messenger และไม่มีค่าใช้จ่ายสำหรับการโอนเงิน ระหว่างบุคคลเงินสกุลต่าง ๆ จะไร้ความหมาย โครงสร้างทางการเงินและระบบเศรษฐกิจโลกจะ เกิดขึ้นได้แน่นอนจากการเพิ่มปริมาณเงินเข้าไปในระบบ ทั้งด้านการแลกเปลี่ยนเงินตรา การใช้จ่าย

อัตราค่าธรรมเนียมและดอกเบี้ยส่งผลกระทบต่อโครงสร้างทางการเงินหาก Libra เข้ามาในอุตสาหกรรมการเงินแล้วบอกว่าต่อไปนี่ไม่มีค่าธรรมเนียม แน่แน่นอนว่าธนาคารพาณิชย์ก็จะต้องได้รับผลกระทบ แต่อาจไม่ได้มองว่าจะเข้ามาทำให้ธนาคารเสียหายแต่มองว่าเรามีโอกาสที่จะสามารถเรียนรู้ อยู่ร่วมกัน และเดินไปด้วยกันอย่างไรทำให้เสถียรภาพทางการเงินแย่ง ตัวอย่างเช่นหากมองในการปล่อยกู้ของธนาคารพาณิชย์เมื่อประชาชนไปซื้อสกุลเงินลิบราทั้งหมด ส่งผลทำให้เงินบาทที่มีอยู่ในระบบไม่สามารถหมุนเวียนในระบบได้ เนื่องจาก ประชาชนไม่เอาเงินไปฝาก เมื่อไม่มีการฝากเงินทำให้ธนาคารพาณิชย์ไม่สามารถปล่อยกู้ได้ นั่นหมายความว่า รายได้ในส่วนนี้ของธนาคารพาณิชย์หายไป

กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นว่า การใช้สกุลเงิน Libra จะส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพทางการเงิน เท่ากับว่าเงินทองถิ่นจะถูกดึงออกไปจากระบบการเงินของประเทศนั้น ๆ สามารถแก้ปัญหาการเข้าถึงธุรกรรมจากธนาคารแบบเดิมในกลุ่มคนที่มีข้อจำกัดในด้านรายได้ที่อยู่ในพื้นที่ทุรกันดารเป็นการลดความเหลื่อมล้ำ เนื่องจากสกุลเงิน Libra ไม่ถูกควบคุมโดยรัฐบาลใด ๆ ทำให้เกิดความกังวลของธนาคารกลางในประเทศต่าง ๆ ในการบริหารจัดการและตรวจสอบ ทำให้เกิดการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศมีการขยายตัวมากขึ้นโดยเฉพาะในส่วนของการขายซึ่งแต่เดิมต้องใช้สกุลเงินท้องถิ่นแลกเปลี่ยนโอนเงินทำให้มีต้นทุนสูง

5.2 อภิปรายผลของการศึกษา

1) อิทธิพลทางสังคมของสกุลเงิน Libra ผลจากการสัมภาษณ์ สรุปได้ว่า บุคคลที่มีความสำคัญแนะนำให้ใช้สกุลเงิน Libra มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้เงินดิจิทัล ซึ่งสกุลเงิน Libra นั้นมีผลช่วยทำให้ท่านมีภาพลักษณ์ทางสังคมที่ดีขึ้น ที่สามารถทำให้เลือกใช้สกุลเงิน Libra โดยคนรอบตัวนั้นก็มีการใช้ สกุลเงิน Libra เหมือนกัน และเลือกใช้สกุลเงิน Libra ส่วนใหญ่มาจากบุคคลใกล้ชิดที่ใช้สกุลเงิน Libra เหมือนกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิตา วีระกุล (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจคลิกโฆษณาที่เป็นผลลัพธ์จากการค้นหาด้วยคำสำคัญบนกูเกิลเสิร์ช จากการศึกษา พบว่า ประเด็นส่วนใหญ่จากแบบสอบถามที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุดคือ การที่โฆษณาในกูเกิลปรากฏขึ้นบ่อยครั้งเกินไป อันดับสองคือ โฆษณาปรากฏในตำแหน่งที่ไม่เหมาะสม ปิดบังข้อมูล สร้างความรำคาญแก่ผู้ใช้งาน และอาจเกิดทัศนคติในด้านลบต่อแบรนด์ที่ปรากฏในโฆษณาที่ขึ้นมาบ่อยครั้งจนเกินไปทำให้ไม่อยากจะใช้

2) สิ่งอำนวยความสะดวกของสกุลเงิน Libra ผลจากการสัมภาษณ์ สรุปได้ว่า มีสถานที่ใช้แลกเปลี่ยนสกุลเงิน Libra ได้ง่าย ซึ่งมีความรู้ที่จำเป็นในการใช้เงินดิจิทัล และเมื่อมีข้อสงสัยเกี่ยวกับสกุลเงิน Libra ก็สามารถขอความช่วยเหลือหรือหาข้อมูลได้ง่ายอีกทั้งยังมีทรัพยากรที่จำเป็นที่พร้อม

ในการใช้สกุลเงิน Libra ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริชัยแสงสุวรรณ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการใช้งานผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้งานคือ การไลค์ จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาคือ การโพสต์ จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และการแชร์จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 แตกต่าง

3) มูลค่าตามราคาของสกุลเงิน Libra ผลจากการสัมภาษณ์ สรุปได้ว่า สกุลเงิน Libra มีราคาที่เหมาะสม และสกุลเงิน Libra มีอัตราการแลกเปลี่ยนที่คุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับ อีกทั้งค่าธรรมเนียมในการใช้แลกเปลี่ยนสกุลเงิน Libra เป็นราคาที่สมเหตุผล ซึ่งค่าใช้จ่ายในการใช้สกุลเงิน Libra เทียบเท่ากับรูปแบบการชำระเงินอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทราเรืองสวัสดิ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจคลิกโฆษณาที่เป็นผลลัพธ์ จากการค้นหาด้วยคำสำคัญบนกูเกิลเสิร์ช จากการศึกษา พบว่า ความต้องการของการใช้สื่อและความพึงพอใจในประโยชน์ของสื่อ มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งแนวคิดนี้ ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของแต่ละบุคคลด้วย ตัวแปรด้านลักษณะประชากรส่งผลต่อพฤติกรรมการรับข้อมูลที่แตกต่างกัน และมีผลต่อการยอมรับสื่อใหม่ ๆ อย่างสื่ออินเทอร์เน็ต

4) ความน่าเชื่อถือของสกุลเงิน Libra ผลจากการสัมภาษณ์ สรุปได้ว่า สกุลเงิน Libra มีระบบรักษาความปลอดภัยที่อยู่ในเกณฑ์สูง อีกทั้งสกุลเงิน Libra ไม่สามารถโจรกรรมทางไซเบอร์ได้ และข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งานในการแลกเปลี่ยน สกุลเงิน Libra จะไม่ถูกเปลี่ยนแปลงหรือทำลายไม่ว่าจะโดยอุบัติเหตุหรือเจตนา รวมถึงความผันผวนของค่าสกุลเงิน Libra มีผลต่อการเลือกใช้สกุลเงิน Libra ของตัวผู้ใช้งานเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จักรพันธ์ ตันตัยย์ (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การศึกษาความพึงพอใจ ในการใช้งานแอปพลิเคชันสิทธิพิเศษ ต่อความภักดีต่อตราสินค้า กรณีศึกษาแอปพลิเคชันกาแล็กซี่ กีฟท์” จากการศึกษา พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15-24 ปี ส่วนใหญ่อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชันเฉลี่ยต่อเดือน 1-2 ครั้ง โดยใช้สิทธิพิเศษในหมวดเครื่องดื่มและของหวานมากที่สุด รองลงมาคือหมวดร้านอาหาร และ หมวดความบันเทิงตามลำดับ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจคือ ด้านคุณค่าของสิทธิประโยชน์และได้รับ ด้านรูปแบบการนำเสนอและกิจกรรมพิเศษ และ ด้านความง่ายในการใช้งาน โดยความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันสิทธิพิเศษมีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราสินค้าอย่างมีนัยสำคัญ

5) ผลกระทบเครือข่ายของสกุลเงิน Libra ผลจากการสัมภาษณ์ สรุปได้ว่า สื่อและข่าวสารต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อจำนวนผู้ใช้สกุลเงิน Libra รวมไปถึงจำนวนผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้น มีผลต่อการใช้งานของสกุลเงิน Libra รวมไปถึงนโยบายของรัฐบาลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้สกุลเงิน Libra

และการเปลี่ยนรูปแบบการชำระเงินที่ใช้อยู่เป็นสกุลเงิน Libra มีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลธิดา ศรีสินสมุทร (2558) ศึกษาเรื่อง “ความคาดหวัง พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อแอปพลิเคชันมือถือ LINE TV” จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังจากการเปิดรับแอปพลิเคชันมือถือ LINE TV ทุกด้านในระดับปานกลาง ทั้งในด้านคุณลักษณะของสื่อใหม่ ด้านความบันเทิง ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และ ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 15-45 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000บาทขึ้นไป โดยมีความคาดหวังในการเปิดรับด้านคุณลักษณะของสื่อใหม่มากที่สุด ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจจากการเปิดรับแอปพลิเคชันมือถือ LINE TV ด้านความบันเทิงมากที่สุด โดยมีความถี่โดยเฉลี่ยจำนวน 1 วันต่อสัปดาห์

6) ประโยชน์ของสกุลเงิน Libra ผลจากการสัมภาษณ์ สรุปได้ว่า สามารถใช้ซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้จริงเหมือนสกุลเงินอื่น ๆ เช่น เงินบาท เงินดอลลาร์สหรัฐ หรือเงินยูโร ลดขั้นตอนเปิดบัญชีที่แต่เดิมไปที่ธนาคารต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่าย การใช้สกุลเงิน Libra เหมือนการส่งข้อความหรือสติ๊กเกอร์ให้กันจึงสะดวกกับการใช้มาก ค่าธรรมเนียมในการส่งหรือโอนเงินข้ามเขตหรือข้ามประเทศถูกลง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตรมณฑน์ ตั้งกิจถาวร (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูลที่ถูกแชร์ (Shared) ผ่านเฟซบุ๊ก จากการศึกษา พบว่า เพศหญิงและเพศชายมีการเปิดรับข้อมูลที่ถูกแชร์ในโลกออนไลน์ แตกต่างกัน โดยที่เพศชายจะใช้เฟซบุ๊กในการรับข่าวสารจากทางหน้า Fan Page มากที่สุด ส่วนเพศหญิง นั้นมีแนวโน้มที่ใช้เฟซบุ๊กในการติดตามข้อมูลความเคลื่อนไหวของเพื่อนเป็นส่วนใหญ่

7) ความเสี่ยงของสกุลเงิน Libra ผลจากการสัมภาษณ์ สรุปได้ว่า อาจมีการรั่วไหลของข้อมูลส่วนตัว กลายเป็นภัยคุกคามต่อสิทธิส่วนบุคคล อธิปไตยและความมั่นคง รัฐบาลอาจจะต้องการข้อมูลนี้เพื่อใช้ประโยชน์หลายด้าน การที่สกุลเงิน Libra จะมีการตรวจสอบ ยืนยันตัวตนแบบเรียลไทม์ ในการลงทะเบียนและป้องกันการฉ้อโกงที่มีมาตรฐานเดียวกับธนาคาร เป็นการเปิดช่องทางในการฟอกเงิน และการก่ออาชญากรรมทางการเงินทั้งในระดับบุคคลและระดับรัฐบาล มีความน่าเชื่อถือเพราะมีหลักทรัพย์หนุนหลังค่าเงิน Libra ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาส อมรรัตนศิริกุล (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงภาพยนตร์ เอสเอฟ ซีเนม่าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงภาพยนตร์เอสเอฟ ซีเนม่า อีกด้วย ซึ่งมีปัจจัยด้านกายภาพและผลิตภัณฑ์ เช่น เรื่องความสะอาด จำนวนโรงภาพยนตร์ จำนวนรอบที่มีความเหมาะสม ระบบแสงเสียงที่ทันสมัย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น โปรโมชั่นต่าง ๆ รวมไปถึงการทำโปรโมชั่นร่วมกับองค์กรธุรกิจต่าง ๆ ด้านราคาที่มีความเหมาะสม ในเรื่องของราคาบัตรชมภาพยนตร์ ราคา

อาหารและเครื่องดื่ม และด้านช่องทางจัดจำหน่าย เช่นการให้บริการสั่งจองหรือซื้อบัตรผ่านแอปพลิเคชันโทรศัพท์ หรือบริการซื้อบัตรที่เคาน์เตอร์มีความสะดวกรวดเร็ว

8) ผลกระทบต่อเศรษฐกิจของสกุลเงิน Libra ผลจากการสัมภาษณ์ สรุปได้ว่า การใช้สกุลเงิน Libra จะส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพทางการเงิน เท่ากับว่าเงินท้องถิ่นจะถูกดึงออกไปจากระบบการเงินของประเทศนั้น ๆ สามารถแก้ปัญหาการเข้าถึงธุรกรรมจากระบบเดิมในกลุ่มคนที่มีข้อจำกัดในด้านรายได้ที่อยู่ในพื้นที่ทุรกันดารเป็นการลดความเหลื่อมล้ำ เนื่องจากสกุลเงิน Libra ไม่ถูกควบคุมโดยรัฐบาลใด ๆ ทำให้เกิดความกังวลของธนาคารกลางในประเทศต่าง ๆ ในการบริหารจัดการและตรวจสอบ ทำให้เกิดการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศมีการขยายตัวมากขึ้นโดยเฉพาะในส่วนของรายย่อยซึ่งแต่เดิมต้องใช้สกุลเงินท้องถิ่นแลกเปลี่ยนโอนเงินทำให้มีต้นทุนสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วศิน อุ่นเติกเค่ง (2558) ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ของธุรกิจภาพยนตร์ออนไลน์รูปแบบสตรีมมิงในประเทศไทย” จากการศึกษา พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ให้บริการสตรีมมิงภาพยนตร์ ออนไลน์ในไทยนั้น ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ต่างให้ความสำคัญเห็นไปในทางเดียวกันคือ ปัญหาเรื่องของสินค้าแบบผูกสิทธิ์และสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ ส่งผลให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องขายบริการที่ดีกว่า โดยใช้ช่องทางตลาดออนไลน์เป็นหลัก เพื่อดึงดูด และซื้อใจผู้บริโภคให้หันมาเลือกใช้บริการที่ถูกลิขสิทธิ์ เพราะด้วยรูปแบบสินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ รวมถึงมีคู่แข่งค่อนข้างสูง การใช้กลยุทธ์จึงเน้นให้ความสำคัญในเรื่องของการบริการ ซึ่งมีโมเดลการขายภาพยนตร์แบบสตรีมมิงที่เป็นสูตรสำเร็จมาจากต่างประเทศอยู่ 4 แบบ

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้นี้ดังนี้

1) ผู้ให้บริการด้านสกุลเงิน Libra ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐบาล สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปพัฒนาระบบสกุลเงิน Libra ของตนเองได้ ดังนั้นผู้ให้บริการสกุลเงิน Libra ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐบาล ต้องสร้างความเข้าใจใหม่ให้กับประชาชน ผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อที่จะได้เกิดความเข้าใจอย่างแท้จริง ถึงจะเกิดความสนใจและใช้งานสกุลเงิน Libra อย่างจริงจัง

2) การมีองค์กรอิสระมากำกับดูแล จะยิ่งทำให้ความสนใจใช้สกุลเงินดิจิทัลนั้นเพิ่มขึ้น ดังนั้นถ้าองค์กรอิสระดังกล่าวมีการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ก็จะทำให้เพิ่มความสนใจในการใช้งานด้วย อย่างไรก็ตาม ในขณะที่ทำการศึกษาอยู่ในขณะนี้ สกุลเงินเงิน Libra ยังอยู่ในระยะแรกของการพัฒนา จึงยังทำให้ไม่เห็นการดำเนินงานขององค์กรอิสระนี้ได้ชัดเจนนัก แต่ใน

เบื้องต้นคาดการณ์ว่านโยบายหลักที่องค์กรควรจะมี ได้แก่ ความโปร่งใสในการดำเนินงาน และความปลอดภัยของข้อมูลในการทำธุรกรรม

5.3.2 ข้อเสนอแนะของการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะของการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปดังนี้

- 1) ควรศึกษาถึงประสบการณ์ ที่ใช้สกุลเงิน Libra ของตัวผู้ตอบแบบสอบถามเพิ่มเติม เพื่อทราบถึงทัศนคติที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีให้กับสกุลเงิน Libra
- 2) ด้วยเทคโนโลยีนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ผู้ที่สนใจจะทำการศึกษาในครั้งต่อไป จึงควรอ้างอิงข้อมูลของสกุลเงินที่เปลี่ยนไปในขณะนั้น แต่เสนอแนะให้มีการศึกษาในช่วงที่มีการเปิดใช้งานสกุลเงินอย่างแพร่หลายแล้ว จะทำให้งานศึกษามีความน่าสนใจมากขึ้น สามารถสะท้อนผลลัพธ์ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น หรืออาจจะทำการศึกษาเปรียบเทียบกับสกุลเงิน Libra อื่นที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกันในขณะนั้นเช่น เทียบกับสกุลเงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลางของประเทศ เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กรณษา แสนละเอียด, พีรภาว์ ทวีสุข, และศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล. (2017). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความตั้งใจในการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 9(3), 3-15.
- กฤตยา อรรถนาถ และเสกสรร สุทธิสงค์. (2558). พฤติกรรมของผู้โดยสารที่ใช้บริการออนไลน์กับสายการบินนกแอร์. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย*, 9(3), 55-71.
- กุลธิดา ศรีสินสมุทร. (2558). ความคาดหวัง พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อแอปพลิเคชันมือถือ LINE TV (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์. (2559). การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- เกียรติกร เทียนธรรมชาติ. (2561). อิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับใช้เงินดิจิทัลบิตคอยน์ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ในกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- คุณिता เทพวงศ์. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Bualuang m Banking ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ ในเขตจังหวัดชลบุรี (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- จักรพงษ์ สื่อประเสริฐสิทธิ์. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี: กรณีศึกษาการใช้บริการ การสื่อสารระหว่างกันผ่านข้อความและรูปภาพแบบทันทีผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- จักรพันธ์ ตันพิชัย. (2558). การศึกษาความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันสิทธิพิเศษต่อความภักดีต่อตราสินค้า กรณีศึกษาแอปพลิเคชันกาแล็กซี่ กีฟท์ (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- จุฑามาส อมรัตน์ศิริกุล. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงภาพยนตร์เอสเอฟซีเนมาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

- ฉัฐมณฑล ตั้งกิจถาวร. (2557). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูลที่ถูกแชร์ (Shared) ผ่านเฟสบุ๊ค (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ชนิดา วีระกุล. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจคลิกโฆษณาที่เป็นผลลัพธ์จากการค้นหาด้วยคำสำคัญบนกูเกิลเสิร์ช (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ชานน ลิ้มปรีประสิทธิ์พร. (2564). DCEP สกุลเงินดิจิทัลในแดนมังกรที่ทั่วโลกจับตามอง. สืบค้นจาก <http://www.fpojourn.com/dcep-digital-currency-electronic-payment-china/>
- ณัฐนันท์ พิธีวัชโชติกุล. (2558). การยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ศุริยภัทร ศรีรัตนพงศ์. (2564). การรับรู้แบรนด์ต้องค์กร การรับรู้ความเสี่ยงเรื่องพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และความตั้งใจในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ธนพัทธ์ เอมะบุตร. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ ของประชาชนในกรุงเทพมหานครปี 2558. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ธาวินี จันทร์คง. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ธีรศักดิ์ คำแก้ว. (2557). การศึกษาความพึงพอใจของพนักงานที่ใช้แอปพลิเคชัน สั่งสินค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือ: กรณีศึกษาร้านโซล จังหวัดชลบุรี (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- นพเดช อยู่พร้อม. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีระบบ eDLTV ของบุคลากรทางการศึกษาในจังหวัดจันทบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร, กรุงเทพฯ.
- นันท์ธิดา ทองดี. (2561). ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

- ปราโมทย์ ลือนาม. (2554). แนวความคิด และวิวัฒนาการของแบบจำลองการยอมรับการใช้เทคโนโลยี. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 9(1), 15-16.
- พรเพ็ญ งามวัฒน์. (2562). ปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้ามือสองของผู้หญิงผ่านออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพฯ.
- ภาณุพงศ์ เสกทวีลาภ. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมการใช้ Cloud Storage ในระดับSoftware-as-a-Service (SaaS) ของพนักงานองค์กรเอกชน ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ภาวินีย์ หิงห์ห้อย. (2559). การยอมรับเทคโนโลยี Facebook Live และความน่าเชื่อถือของเจ้าของ Page ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบน Facebook (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- รัตติกาล อิมเอม. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- วศิน อุ่นเต็กเค่ง. (2558). การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ของธุรกิจ ภาพยนตร์ออนไลน์รูปแบบสตรีมมิ่งในประเทศไทย (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- วศินี อิมธรรมพร. (2559). การยอมรับเทคโนโลยี ความสะดวกในการใช้บริการ และการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Gen Y) ในกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- วันทนี มงคลทรัพย์กุล, อัญญา ดิษฐานนท์, อรพรรณ คงมาลัย, และจันทร์จิรา นพคุณธรรมชาติ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ : กรณีศึกษาการยื่นแบบและชำระภาษีออนไลน์. *วารสารวิจัยและพัฒนา มจร.*, 39(1), 4-5.
- วิทวัส จันทร์ลาภ. (2558). ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีและทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้เว็บไซต์สำเร็จรูปของผู้ประกอบการเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ศศิจันทร์ ปัญญาทิ. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศ กรณีศึกษา สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตเชียงใหม่ (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, เชียงใหม่.

- ศักรินทร์ ต้นสุพงษ์. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันไลน์* (การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: อีระฟิล์ม และไซเท็ก.
- สรุปสาระสำคัญของพระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ. 2561. สืบค้นจาก https://www.sec.or.th/TH/Documents/DigitalAsset/digitalasset_summary.pdf
- สัญญา อูปะเดย์. (2553). *ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร* (การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- สายชล เลิศพิทักษ์ธรรม. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจและการใช้โมบายแอปสำหรับเรียกใช้บริการผู้รับส่งสิ่งของของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร* (การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- สิริสุดา รอดทอง. (2556). *ความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มสมาร์ทโฟน* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- สุดาพร กุณทลบุตร. (2549). *หลักการตลาดสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- อนัญญา บุนรอด. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขอคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านบริการพร้อมเพย์ ของผู้ยื่นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่จังหวัด นครปฐม* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- อลิสสา อีระศักดิ์พงษ์. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งาน Bitcoin* (การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- Bourdeau, L. B. (2005). *A new examination of service loyalty: Identification of the antecedents and outcomes of additional loyalty framework* (Unpublished doctoral dissertation). Florida University, Gainesville, Florida.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Kemp, S. (2020). Digital 2020: Global digital overview. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>
- Littler, D. & Melanthiou, D. (2006). Consumer perceptions of risk and uncertainty and the implications for behavior towards innovative retail services: the case of internet banking. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 13(6), 431-443.

Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision Sciences*, 39(2), 273-315.

Xu, H., Teo, H-H. & Tan, B. (2005). Predicting the adoption of location-based services: The role of trust and perceived privacy risk. In *ICIS 2005 Proceedings*.
<https://aisel.aisnet.org/icis2005/71>





แบบสัมภาษณ์ (Interview Guide)

เรื่อง การศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีตามการตัดสินใจใช้สกุลเงิน Libra ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขต
กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้ จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิจัยเรื่อง การศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีตามการตัดสินใจใช้สกุลเงิน Libra ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยจะนำเทปบันทึกเสียงสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างมาถอดเทป และสกัดประเด็นที่ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ตอบไว้ตรงกัน และคัดแยกประเด็นที่ให้ไว้ไม่เหมือนกัน โดยนำข้อมูลเหล่านี้มาวิเคราะห์อธิบายตีความ และสังเคราะห์อย่างเป็นระบบเพื่อจัดทำและนำเสนอเป็นงานวิจัยที่สมบูรณ์ในโอกาสต่อไป

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....
เพศ.....
อายุ.....
ระดับการศึกษา.....
ตำแหน่ง.....
วันที่ทำการสัมภาษณ์..... เวลา.....
สถานที่ทำการสัมภาษณ์.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งาน Libra

1. ท่านคิดว่าสกุลเงิน Libra มีอิทธิพลทางสังคม อย่างไรบ้าง

.....
.....
.....
.....
.....

2. ท่านคิดว่าสิ่งอำนวยความสะดวกของสกุลเงิน Libra เป็นอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่ามูลค่าตามราคาของสกุลเงิน Libra เป็นอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่าความน่าเชื่อถือของสกุลเงิน Libra เป็นอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

5. ท่านคิดว่าผลกระทบเครือข่ายของสกุลเงิน Libra เป็นอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับการยอมรับสกุลเงิน Libra

1. ท่านคิดว่าสกุลเงิน Libra มีประโยชน์อย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าสกุลเงิน Libra มีความเสี่ยงอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่าสกุลเงิน Libra มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นามสกุล

นายดนภัทร เพียรธรรม

ประวัติการศึกษา

คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกริก

ประสบการณ์การทำงาน

Asiasoft co.
Hong Factory
Ministry of Education
ผู้จัดการโครงการ Major Cineplex

