

การยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในยุคสังคมไร้เงินสด

ACCEPTANCE OF ELECTRONIC WALLET IN CASHLESS SOCIETY

ปิยพัชร วิมลโสภณกิติ^{1*} และ อารีย์ นัยพินิจ²

Piyapat Wimolsophonkitti^{1*} and Aree Naipinit²

(Received: November 27, 2023; Revised: December 25, 2023; Accepted: December 27, 2023)

บทคัดย่อ

ประเทศไทยเป็นประเทศในระบบเศรษฐกิจของตลาดเกิดใหม่อยู่ในช่วงปรับเปลี่ยนสู่สังคมไร้เงินสด เทคโนโลยีสำหรับธุรกรรมทางการเงินแบบไร้เงินสดมีบทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างไรก็ตาม การยอมรับธุรกรรมการเงินแบบไร้เงินสดอย่างกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน การศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพรวมของกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยและเพื่อศึกษาการยอมรับกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ ภาพรวมการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยพบว่า ภาครัฐและภาคเอกชนขับเคลื่อนสังคมไร้เงินสดส่งผลให้ผู้บริโภคนิยมใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุดในภูมิภาคเอเชีย อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังมีความกังวลเรื่องความปลอดภัยในการใช้งาน สำหรับการศึกษารายการยอมรับกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์จากฐานข้อมูลการวิจัยกลางของประเทศไทยทั้ง 11 บทความอยู่บนพื้นฐานทางทฤษฎี ได้แก่ แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และทฤษฎี UTAUT2 เพื่อศึกษารายการยอมรับของผู้บริโภคในประเด็นความตั้งใจใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นหลัก ตัวแปรอิสระอย่างการรับรู้ประโยชน์ถูกใช้ในการศึกษาจำนวนมาก ตามด้วยการรับรู้ใน ความง่ายและอิทธิพลทางสังคม นอกจากนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีหลายปัจจัย อาทิ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ในความง่าย และอิทธิพลทางสังคม ผลการศึกษาที่ได้เป็นองค์ความรู้ เพื่อเตรียมพร้อมสู่สังคมไร้เงินสดอย่างเต็มรูปแบบ และเป็นการต่อยอดองค์ความรู้ทางวิชาการได้

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ สังคมไร้เงินสด

¹ นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Graduate student, Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Assistant Professor, Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University

* Corresponding author, e-mail: wimolsophonkitti.p@kkumail.com

Abstract

Thailand is in the midst of transitioning towards a cashless society, and electronic wallets play a significant role in daily life. However, acceptance of digital wallets varies among individuals. This study aims to provide an overview of electronic wallets in Thailand and examine the acceptance of these wallets. Through a systematic literature review, it is found that both the public and private sectors drive the cashless society movement, making electronic wallets most popular in Asia. Nevertheless, consumers still have concerns about security. From a study of 11 research articles related to the acceptance of electronic wallets obtained from Thai Journals Online (ThaiJO), it is found that the aforementioned acceptance is theoretically grounded. Two prominent theories, the Technology Acceptance Model (TAM) and the UTAUT2 theory, have been applied to understand and analyze this acceptance. Independent variables, notably perceived usefulness, are commonly associated with frequent usage, followed by perceived ease of use and social influence. Additionally, various factors influence the intention to use e-wallets, including perceived ease of use, perceived usefulness, and social influence. The findings contribute valuable insights to pave the way for a cashless society, offering guidance for future research and expanding academic knowledge.

Keywords: Technology Acceptance, E-Wallet, Cashless Society

1. บทนำ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้การชำระเงินเอื้อต่อการชำระเงินแบบไร้เงินสดผนวกกับผู้บริโภคตอบสนองต่อเทคโนโลยีใหม่มากขึ้นและมีพฤติกรรมคืบคลานต่อการใช้โทรศัพท์มือถือ อีกทั้งการชำระเงินแบบไร้เงินสดพัฒนาอย่างรวดเร็วหลังจากมีเงินดิจิทัลเกิดขึ้น ซึ่งเป็นการเปลี่ยนรูปแบบของเงินสดที่จับต้องได้เป็นเงินในรูปแบบดิจิทัล (Tarathonrungrung & Pattanarangsun, 2021) โดยเฉพาะประเทศที่เป็นระบบเศรษฐกิจของตลาดเกิดใหม่ (Emerging Market) อาทิ รัสเซีย อินโดนีเซีย จีน รวมถึงไทยที่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) พัฒนาอย่างรวดเร็ว ทำให้ปริมาณธุรกรรมออนไลน์เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคต้องการเทคโนโลยีการชำระเงินรูปแบบใหม่ อีกทั้งการแพร่ระบาดของโควิด 19 กระตุ้นให้เกิดธุรกรรมทางการเงินแบบไร้เงินสด เนื่องจากลดการสัมผัสและป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัส (Gorshkov, 2022) นอกจากนี้ พฤติกรรมผู้บริโภคในการทำธุรกรรมทางการเงินเปลี่ยนไปอย่างเห็นได้ชัด เห็นได้จากผู้บริโภคพกเงินสดติดตัวน้อยลงและชำระเงินดิจิทัลแทนการใช้เงินสดมากขึ้น นับเป็นการปรับเปลี่ยนสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) รวมถึงการส่งเสริมและสนับสนุนของภาครัฐจากยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment Master Plan) โดยในช่วงเริ่มต้นของสังคมไร้เงินสด ผู้บริโภคชำระค่าสินค้าและบริการผ่านบัตรเครดิตหรือบัตรเครดิต ใช้โทรศัพท์มือถือสแกนซื้อสินค้าและบริการ ใช้บริการโอนเงินและตรวจสอบยอดเงิน ปัจจุบันมีการใช้แพลตฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ อาทิ กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) ชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ เสมือนเป็นกระเป๋าเงินจริง (Lew et al., 2020)

ผู้บริโภคในประเทศไทยใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยอมรับเทคโนโลยีสำหรับธุรกรรมทางการเงินให้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวัน (Tarathonrungrung & Pattanarangsun, 2021) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกรรมการเงินด้านการเติมเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) เห็นได้จากผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ใช่สถาบันการเงินมีอัตราเติบโตของจำนวนบัญชีสูงกว่าผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงิน เป็นเหตุให้ผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันการเงินหันมาให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ จึงเกิดการแข่งขันที่สูงขึ้น (Wongyara, 2020) ซึ่งมีผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์จำนวนมาก อาทิ True Money, Grab Pay, Samsung Pay, Shopee Pay, Lazada Wallet และ Rabbit Line Pay กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถใช้งานร่วมกับการทำธุรกรรมของธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) หลายภาคส่วนจึงนำมาเป็นหนึ่งช่องทางในการชำระค่าบริการ

เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการและตอบสนองการใช้งานของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม แม้ว่ากระแสเงินสดอิเล็กทรอนิกส์จะให้บริการมากกว่า 10 ปีแล้วก็ตามในประเทศไทย แต่การขยายตัวของการใช้กระแสเงินสดอิเล็กทรอนิกส์ ยังนับว่าเป็นช่วงแรกเริ่มในการสร้างความคุ้นเคยและเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้เงินสดเป็นการใช้เงินสดดิจิทัลและกระแสเงินสดอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ ภาครัฐและภาคเอกชนร่วมกันให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนให้เกิดสังคมไร้เงินสด แม้ว่าจะมีความพยายามอย่างมากในการเปลี่ยนไปใช้การชำระเงินแบบไร้เงินสดผ่านระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ แต่ยังคงเป็นเรื่องยาก เนื่องจากการเปลี่ยนพฤติกรรมขึ้นอยู่กับสังคม ตลอดจนการยอมรับของผู้บริโภคต่อการใช้เทคโนโลยีใหม่ หากผู้บริโภคยอมรับเทคโนโลยีจะนำไปสู่การใช้เทคโนโลยีนั้นได้อย่างประสบความสำเร็จ ดังนั้น การยอมรับเทคโนโลยีจึงเป็นสิ่งที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ (Apasrawirote et al., 2019) อย่างไรก็ตาม Thaker et al. (2022) ชี้ให้เห็นว่า การยอมรับธุรกรรมชำระเงินแบบไร้เงินสดของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน สาเหตุหลักเนื่องจากผู้บริโภคขาดความไว้วางใจในระบบ รวมถึงขาดความเข้าใจและขาดความมั่นใจต่อระบบ ผู้บริโภคบางส่วนมองว่าธุรกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่นี้ขาดความปลอดภัย อาทิ อาจเกิดการโจรกรรมข้อมูลทางการเงิน ความไม่เสถียรของระบบ และอาจเกิดพฤติกรรมใช้จ่ายเกินตัว อีกทั้งผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยยังใช้การรับเงินสด

บทความนี้ผู้วิจัยทำการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบในประเด็นการยอมรับการใช้กระแสเงินสดอิเล็กทรอนิกส์มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพรวมของกระแสเงินสดอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยและเพื่อศึกษาการยอมรับกระแสเงินสดอิเล็กทรอนิกส์ ผลการศึกษาที่ได้สามารถเป็นแนวทางการวิจัยในอนาคตและนำไปใช้ต่อยอดองค์ความรู้ทางวิชาการได้ อีกทั้งเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐ ภาคธุรกิจและผู้ให้บริการกระแสเงินสดอิเล็กทรอนิกส์ที่จะนำองค์ความรู้นี้ไปใช้วางแผนกิจกรรมดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค อันจะส่งผลต่อการยอมรับและการใช้งานกระแสเงินสดอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การใช้งานจริงและเป็นการเตรียมพร้อมสู่สังคมไร้เงินสดอย่างเต็มรูปแบบ

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อศึกษาภาพรวมของกระแสเงินสดอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
- 2.2 เพื่อศึกษาการยอมรับกระแสเงินสดอิเล็กทรอนิกส์ โดยการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ

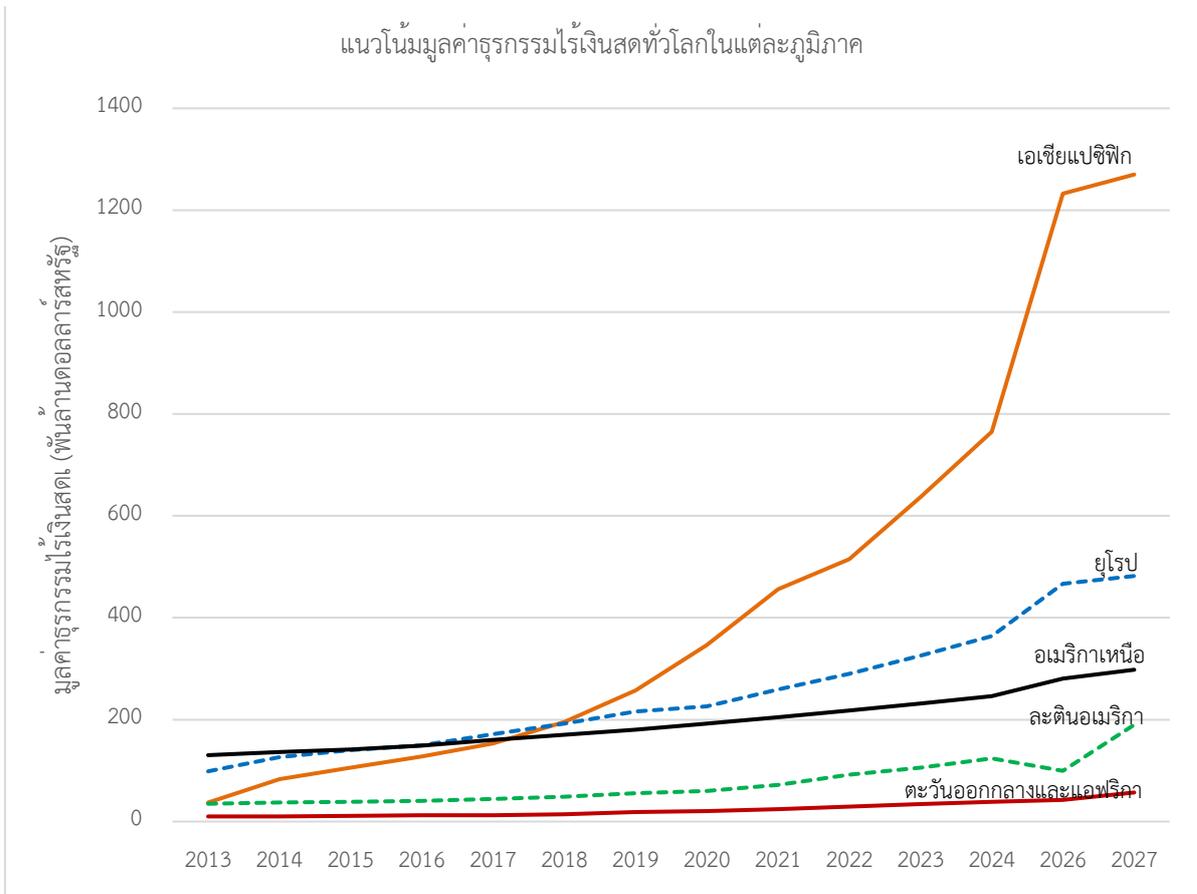
3. การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สังคมไร้เงินสด (Cashless Society)

สังคมไร้เงินสด เป็นแนวคิดทางเศรษฐกิจและสังคมที่ไม่นิยมถือเงินสด กล่าวคือ เป็นสถานการณ์ทางเศรษฐกิจยุคใหม่ที่ธุรกรรมทางการเงินไม่มีเงินในรูปของธนบัตรหรือเหรียญที่จับต้องได้ รูปแบบการชำระเงินเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยีที่รองรับ อาทิ การชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตหรือบัตรเครดิต การสแกนคิวอาร์โค้ด การจ่ายเงินผ่านกระแสเงินสดอิเล็กทรอนิกส์ การใช้แอปพลิเคชันของธนาคาร (Sookto, 2021)

สังคมไร้เงินสดถูกกล่าวถึงเป็นครั้งแรกในวงการธนาคารพาณิชย์ช่วงยุค 1950s โดยมองว่าในอนาคตเงินสดมีบทบาทและความสำคัญลดน้อยลง ระบบคอมพิวเตอร์จะเข้ามาแทนที่ในขั้นตอนต่าง ๆ ของธุรกรรมทางการเงิน หลังจากนั้น John Diebold ที่ปรึกษาเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของธนาคารได้สนับสนุนธุรกรรมการเงินระบบที่ไร้เงินสดแทนที่ระบบขณะนั้น เนื่องจากการประมวลผลของเอกสารธุรกรรมทางการเงินที่มากเกินไปจากธุรกรรมเงินสดและเช็คเงินสด เป็นเหตุให้ธนาคารมีต้นทุนเพิ่มสูงขึ้นโดยไม่จำเป็น ปัจจุบันแม้จะมีการปรับเปลี่ยนจากสังคมเงินสดเป็นการใช้บัตรเครดิตและบัตรเครดิต รวมถึงในหลายประเทศมีบริการการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) แต่ธนาคารพาณิชย์ทั่วโลกยังคงเป็นสังคมเงินสด แม้ว่าแนวคิดสังคมไร้เงินสดจะได้รับการสนับสนุนและมีเทคโนโลยีรองรับ แต่ยังคงเป็นเรื่องยากที่จะทำให้ตัวเลขบนหน้าจอน่าเชื่อถือกว่าเงินสดในมือ ด้วยเหตุนี้การใช้เงินสดยังคงมีความสำคัญในชีวิตประจำวันต่อไป (Therdthaveadej, 2016)

ปัจจุบันผู้บริโภคทั่วโลกปรับตัวและให้ความสำคัญกับสังคมไร้เงินสด เห็นได้จากผลการสำรวจมูลค่าการชำระเงินแบบไร้เงินสดมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องในทุกภูมิภาคทั่วโลกระหว่างปี 2013 ถึง 2027 ดังภาพที่ 1 โดยมูลค่าการชำระเงินแบบไร้เงินสดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกคาดว่าจะสูงกว่าในยุโรปและอเมริกาเหนือรวมกัน



ภาพที่ 1 แนวโน้มมูลค่าธุรกรรมไร้เงินสดทั่วโลกในแต่ละภูมิภาค (Statista, 2023a)

สำหรับสังคมไร้เงินสดในประเทศไทยพบว่า ธุรกรรมทางการเงินเปลี่ยนแปลงอย่างมาก เห็นได้จากบริการพร้อมเพย์ ที่เป็นบริการชำระเงินที่สะดวกและต้นทุนต่ำ จุดรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มีการขยายตัวทั่วประเทศ รวมถึงภาครัฐปรับขั้นตอนการรับจ่ายเงินและพัฒนาบริการชำระเงินที่สะดวกและปลอดภัยต่อการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยยุทธศาสตร์ของรัฐบาลถือเป็นจุดสำคัญในการพัฒนาธุรกรรมทางการเงินให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี จะเห็นว่าทุกภาคส่วนช่วยกันส่งเสริมและพัฒนาประเทศให้เป็นสังคมไร้เงินสด อย่างไรก็ตาม ในส่วนของภาครัฐควรสร้างความเข้าใจและประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบถึงประโยชน์ในของสังคมไร้เงินสดผ่านสื่อออนไลน์ ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความมั่นใจว่าธุรกรรมทางการเงินออนไลน์มีความปลอดภัย ในส่วนของภาครัฐควรก้าวทันตามความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและพัฒนาวิธีการซื้อสินค้าและบริการที่หลากหลาย สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ในส่วนของผู้บริโภคควรใช้จ่ายอย่างรอบคอบและระมัดระวัง (Sripana, 2019)

Bank of Thailand (2021) เสนอแนวทางการส่งเสริมการทำธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์สำหรับแต่ละภาคส่วนไว้ดังนี้ (1) ภาคประชาชน สร้างการจูงใจให้ผู้ใช้งานและผู้ใกล้ชิด โดยให้ความรู้และชี้แจงถึงข้อดีของการทำธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ในด้านของความรวดเร็ว ใช้งานสะดวกและง่าย สามารถใช้จ่ายได้ทุกสถานที่ทุกเวลา การใช้งานมีความปลอดภัย และตอบโต้การใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน (2) ภาคบริษัท นายจ้าง ปรับเปลี่ยนช่องทางการจ่ายค่าตอบแทน โดยใช้ช่องทางอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เนื่องจากช่องทางการรับค่าตอบแทนมีผลต่อพฤติกรรมชำระหนี้ของประชาชน ซึ่งจะช่วยกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมชำระหนี้ของประชาชนในระยะยาว (3) ภาคผู้ประกอบการร้านค้า ส่งเสริมให้ผู้ค้าปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีมากขึ้น เพิ่มช่องทางการรับชำระหนี้ และแสดงให้เห็นถึงความง่ายและ

ความสะดวกในการใช้งาน ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคปรับเปลี่ยนตามผู้ประกอบการและร้านค้า (4) ภาคผู้ให้บริการระบบการชำระเงิน ส่งเสริมผู้ให้บริการระบบชำระเงินพัฒนาแอปพลิเคชันหรือแพลตฟอร์มที่ตอบโจทย์แก่ผู้บริโภค ทั้งด้านความปลอดภัย ความสะดวกรวดเร็วและใช้งานง่าย ตลอดจนสามารถใช้จ่ายได้ทุกสถานที่ทุกเวลา และ (5)ภาครัฐ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐออกนโยบายและกระตุ้นประชาชนในการทำธุรกรรมการเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะการใช้ประโยชน์จากพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของประชาชน หลังการระบาดของโควิด 19 ซึ่งเป็นตัวผลักดันสำคัญให้การทำธุรกรรมการเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้รับความนิยมยิ่งขึ้น ทำให้ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา พฤติกรรมการทำธุรกรรมการเงินอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย เพิ่มขึ้น 5 เท่าในปี 2017 จากปีละ 63 ครั้งต่อคน เป็นปีละ 312 ครั้งต่อคน ในปี 2021 ดังนั้น เป้าหมายในการเพิ่มการทำธุรกรรมการเงินอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเปลี่ยนผ่านสู่สังคมไร้เงินสดมีความเป็นไปได้ โดยเฉพาะในประเทศไทย แนวโน้มการทำธุรกรรมการเงินอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศกำลังพัฒนาหลายประเทศกำลังได้รับความนิยม อาทิ เวียดนาม และอินโดนีเซีย (Aji, Berakon, & Husin, 2020) การใช้นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นทั่วโลกในสังคมไร้เงินสด (Fabris, 2019) ผู้บริโภคซื้อสินค้าออนไลน์ ชำระค่าใช้จ่าย จองตั๋วเครื่องบิน และธุรกรรมอื่น ๆ ผ่านบัตรเครดิตหรือกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ถือเป็นจุดเริ่มต้นของสังคมไร้เงินสดที่ปรับพฤติกรรมของผู้บริโภคให้คุ้นชินแบบไม่รู้ตัว มีการชำระเงินแบบไม่ใช้เงินสดมากขึ้น และธุรกรรมทางการเงินแบบไร้เงินสด ส่วนใหญ่มักใช้บัตรหรือช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ (Rahman, Ismail, & BahriRahman, 2020)

การเปลี่ยนผ่านสู่สังคมไร้เงินสดส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม สังคมไร้เงินสดมีทั้งข้อดีและข้อเสีย วิเคราะห์ข้อดีข้อเสียได้ดังนี้ ข้อดีสังคมไร้เงินสดที่เห็นได้ชัด ได้แก่ (1) เศรษฐกิจโลกฟื้นตัวเร็วขึ้น เนื่องจากความนิยมในการใช้บัตรเครดิตและบัตรเดบิต (2) เพิ่มความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศ ธุรกิจต้องเผชิญกับต้นทุนการจัดการเงินสด อาทิ ความเสี่ยงจากการสูญหายระหว่างขนส่งและต้นทุนการเก็บรักษาเงินสด หากเป็นสังคมไร้เงินสด ต้นทุนดังกล่าวจะลดลงอย่างมากและยังช่วยภาครัฐลดงบประมาณในการผลิตธนบัตรและเหรียญกษาปณ์ ในส่วนของข้อเสีย สรุปได้ดังนี้ (1) ธุรกรรมการเงินมีความเป็นส่วนตัวลดลง ผู้บริโภคกังวลเรื่องความปลอดภัย เนื่องจากข้อมูลทางการเงินจัดเก็บในระบบคอมพิวเตอร์ ธนาคาร รัฐบาลและผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวได้ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกสูญเสียอิสรภาพทางการเงิน (2) เกิดการบริโภคฟุ้งเฟ้อ เนื่องจากใช้จ่ายทำได้ง่าย สะดวกและรวดเร็วผ่านโทรศัพท์มือถือ หากบริหารการเงินได้ไม่มีประสิทธิภาพ อาจเกิดการใช้จ่ายเกินตัว ก่อให้เกิดหนี้สิน และมีโอกาสเกิดการกู้ยืมเงินได้ (Therdthaveadej, 2016)

จากพฤติกรรมของคนไทยที่ใช้ธุรกรรมการเงินอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์รวมถึงการสนับสนุนจากรัฐบาล ทุกภาคส่วนจึงควรร่วมกันลดการใช้เงินสด แต่ยังคงต้องคำนึงถึงผู้ที่ไม่พร้อมสำหรับการชำระเงินดิจิทัล โดยดำเนินการควบคู่กับการสร้างความตระหนักรู้ถึงความปลอดภัยของการทำธุรกรรมการเงินอิเล็กทรอนิกส์ แสดงให้ผู้บริโภคเห็นว่าการทำธุรกรรมการเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความปลอดภัยมากกว่าการพกเงินสด เนื่องจากการพกเงินสดมีความเสี่ยงจากการถูกโจรกรรม ขณะที่การทำธุรกรรมการเงินอิเล็กทรอนิกส์มีระบบรองรับการยืนยันตัวตน มากมาย เพื่อเพิ่มความปลอดภัยในการทำธุรกรรม อาทิ การสแกนลายนิ้วมือ ม่านตา หรือเสียง รวมถึงการใช้รหัส OTP หรือ One Time Password

กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Wallet)

เทคโนโลยีพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นผลให้ผู้บริโภคใช้ช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น และนำไปสู่การเกิดขึ้นของกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับชำระค่าสาธารณูปโภค การซื้อสินค้าจากบุคคลที่สาม และการโอนเงินระหว่างบุคคล (P2P) (Gorshkov, 2022) แนวคิดกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ เริ่มต้นจากการชำระเงินดิจิทัล เริ่มในปี 1997 ในเมืองเฮลซิงกิ ประเทศฟินแลนด์ เมื่อบริษัทโคคาโคล่าเปิดตัวตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติให้ผู้บริโภคซื้อเครื่องดื่มผ่านข้อความ แม้จะแตกต่างจากการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบัน แต่เชื่อกันว่าเหตุการณ์นี้เป็นแนวคิดริเริ่มในการใช้อุปกรณ์มือถือในการทำธุรกรรม หลังจากนั้นไม่นานอุปกรณ์มือถือก็กลายเป็นช่องทางในการซื้อตั๋วหนัง การเดินทาง การจองโรงแรม รวมถึงการสั่งอาหาร ในปี 2003 ผู้ใช้โทรศัพท์มือถือประมาณ 95 ล้านคน ซื้อสินค้าและบริการผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ และปี 2011 กูเกิลเป็นบริษัทแรกที่เปิดตัวกระเป๋าเงินดิจิทัลด้วยเทคโนโลยี NFC เป็นเทคโนโลยีการสื่อสารไร้สายระยะสั้น ผู้บริโภคชำระเงิน สะสมคะแนนและแลกคูปองได้ ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมาก แม้ว่าใช้งานกับ

โทรศัพท์รุ่นเดียวกันและผู้ใช้ประกอบการจำนวนไม่มากที่ยอมรับ ต่อมาในปี 2012 บริษัทแอปเปิลเปิดตัว Passbook แม้ไม่ใช้การชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ แต่สามารถใช้เป็นตัวคู่มือและใบอนุญาตให้ผ่านขึ้นเครื่องบินได้ จากนั้นสองปีต่อมา Apple Pay เปิดตัวในสหรัฐอเมริกา และได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วไปยังสหราชอาณาจักรและจีน ต่อมาในปี 2015 เกิด Android Pay และ Samsung Pay ภายหลังมีกระเป๋าเงินดิจิทัลอย่าง GrabPay, Lazada Wallet, PayPal, Touch n Go และ vcash ทำให้รูปแบบการชำระเงินผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้รับความนิยมอย่างมาก คาดการณ์ว่าผู้บริโภคทั่วโลกมีแนวโน้มจะใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ทำธุรกรรมการเงินสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Sachdev, 2019)

กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ เป็นธุรกรรมทางการเงินรูปแบบหนึ่งที่มีความนิยม เป็นทางเลือกของผู้บริโภคในการทำธุรกรรมและช่วยให้การทำธุรกรรมง่ายขึ้น ไม่เพียงแต่ธุรกรรมออนไลน์เท่านั้น กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความยืดหยุ่นสามารถทำธุรกรรม ณ จุดขายผ่านการชำระเงินด้วยโทรศัพท์มือถือ ทำให้ง่ายต่อผู้บริโภคและผู้ประกอบการในการจัดการเงินสดในมือ (Persada et al., 2021) ตลอดจนช่วยให้ผู้บริโภคเก็บใบเสร็จรับเงิน คู่มือ นามบัตร ใบเรียกเก็บเงิน และการชำระเงินแทนที่ฟังก์ชันเกือบทั้งหมดของกระเป๋าเงินรูปแบบเดิม มีความสามารถหลากหลายที่เทคโนโลยีทางการเงินอื่น ๆ ไม่มี รวมถึงผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์บางรายมีบริการสั่งอาหาร จองรถ หรือซื้อตั๋วเครื่องบินผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ บทความวิชาการพบนักวิจัยให้คำจำกัดความกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ไว้หลากหลายดังตาราง 1

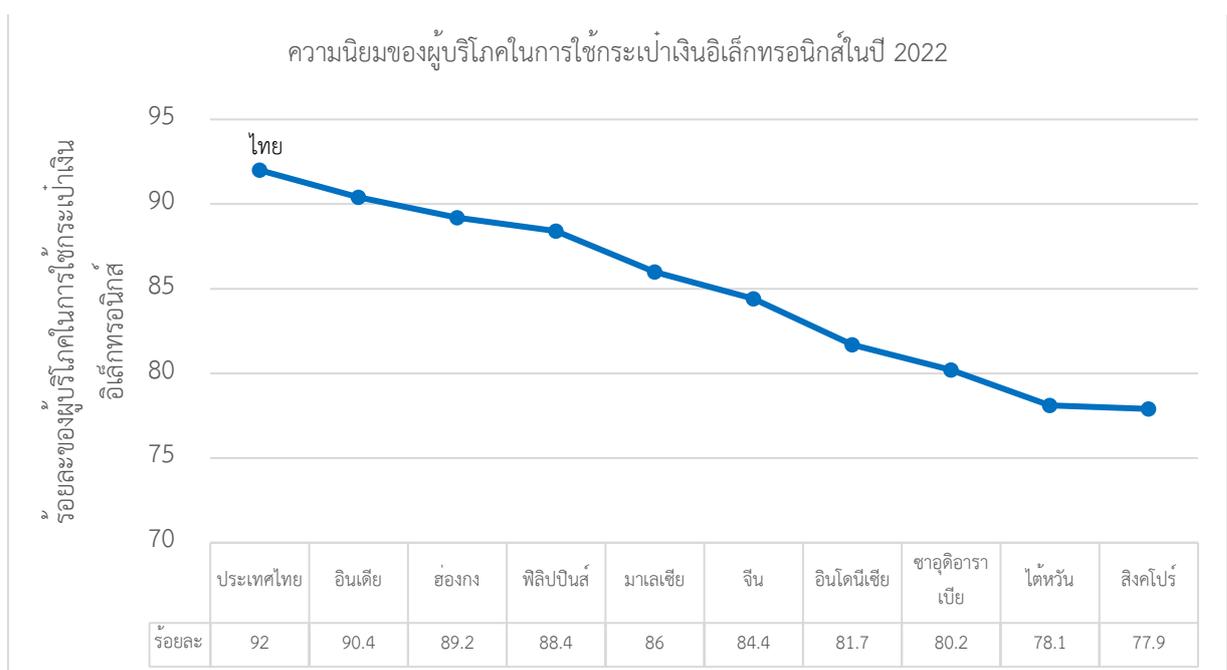
ตารางที่ 1 คำจำกัดความกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

นักวิจัย	คำศัพท์	คำจำกัดความ
Rathore (2016)	mobile wallet หรือ digital wallet	แอปพลิเคชันที่บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ ทำหน้าที่เสมือนเป็นกระเป๋าเงินจริง
Apirungruengsakul and Pooripakdee (2018)	mobile wallet	กระเป๋าเงินดิจิทัลบนโทรศัพท์มือถือที่ผู้ใช้สามารถใช้แทนเงินสดชำระค่าสินค้าผ่านแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการ
Le et al. (2019)	e-wallet	เทคโนโลยีบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่ใช้งานคล้ายกระเป๋าเงินจริง เสมือนบัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ทำธุรกรรมออนไลน์ ใช้งานเหมือนกับบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต
(Aji, Berakon, & Husin, 2020)	e-wallet	เงินอิเล็กทรอนิกส์ประเภทหนึ่งที่เงินจะถูกเก็บไว้ในชิพฟเวออร์ ไม่ได้อยู่ในรูปของชิปการ์ด (Chip Card) เป็นทางเลือกหนึ่งของการชำระเงินผ่านมือถือ
Finance-Rumour (2020)	e-wallet หรือ mobile wallet	การใช้จ่ายเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ไม่มีการกำหนดขั้นต่ำเติมเงินจากบัญชีธนาคารเข้าแอปพลิเคชันเพื่อใช้งาน
Lew et al. (2020)	m-wallet	บริการที่ช่วยเก็บข้อมูลบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต ชำระค่าสินค้าและบริการ เสมือนกับกระเป๋าเงินจริง
Singh, Sinha, and Liébana-Cabanillas (2020)	mobile wallet	เทคโนโลยีในโทรศัพท์มือถือ สามารถเก็บเงินและทำธุรกรรมออนไลน์ได้โดยตรงจากกระเป๋าเงิน
Saetim (2021)	mobile wallet	แอปพลิเคชันในโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟนหน้าที่คล้ายกระเป๋าเงิน สามารถใช้งานโดยการเติมเงินเข้าสู่กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ จากนั้นนำเงินอิเล็กทรอนิกส์ไปทำธุรกรรมได้ทั้งแบบออฟไลน์หรือออนไลน์

ตารางที่ 1 (ต่อ)

นักวิจัย	คำศัพท์	คำจำกัดความ
Uthaipan et al. (2021)	e-wallet	แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือที่ผู้ใช้สามารถใช้แทนเงินสดในการโอนและจ่ายค่าสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันที่เชื่อมต่อกับบัญชีธนาคารบัตรเครดิตบัตรเดบิตของผู้ใช้
Techaworakhunsiri and Pongsamran (2023)	e-wallet	ระบบการชำระค่าสินค้าที่ให้บริการผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือแทนการใช้จ่ายเงินสดจากกระเป๋าเงิน

จากตารางที่ 1 สรุปได้ว่า กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) เป็นธุรกรรมทางการเงินรูปแบบหนึ่งที่สามารถดำเนินการผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ผู้ใช้สามารถเติมเงินจากธนาคารเข้าแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ เสมือนเป็นกระเป๋าสตางค์จริง นอกจากนี้ ผลการสำรวจความนิยมใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในหลายประเทศทั่วโลกในปี 2022 พบว่า ผู้บริโภคในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์สูงกว่าผู้บริโภคในยุโรปอย่างมาก ดังภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่า 9 ใน 10 ประเทศแรกทั่วโลกในการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มาจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยซาอุดีอาระเบียที่อยู่ในอันดับที่ 9 เป็นประเทศเดียวที่ไม่ได้อยู่ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก นอกจากนี้ จะเห็นว่า ผู้บริโภคในประเทศไทยนิยมใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มากถึง 92% ตามด้วยอินเดียและฮ่องกง



ภาพที่ 2 ความนิยมของผู้บริโภคในการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Statista, 2023b)

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและนิยามของกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์พบว่า จุดเริ่มต้นจากแนวคิดการชำระเงินดิจิทัลพัฒนาต่อเนื่องกลายเป็นกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ เป็นเทคโนโลยีให้บริการด้านธุรกรรมการเงินบนอุปกรณ์มือถือ รองรับการทำธุรกรรมออนไลน์ ทำหน้าที่เหมือนกระเป๋าสตางค์จริง เพียงแต่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล สามารถใช้จ่ายเงินที่จุดชำระต่าง ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านค้า รถไฟฟ้า และในประเทศไทยมีผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์จำนวนมาก อาทิ True Money, Grab Pay, Blue Pay, Rabbit Line Pay, Lazada Wallet, Shopee Pay และอื่น ๆ เริ่มต้น

จากปี 2005 True Money เป็นกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์แรกในประเทศไทยที่เป็นผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน ปัจจุบันมีผู้บริโภคใช้บริการมากถึง 17 ล้านคน และมีจุดรับชำระแบบออฟไลน์มากกว่า 200,000 แห่งทั่วประเทศ นอกจากนั้น เกิดการแข่งขันสูงระหว่างผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์พัฒนาการให้บริการมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ให้ผู้บริโภครับรู้ถึงความสะดวกสบายในการใช้งาน ครอบคลุมความต้องการในชีวิตประจำวัน และดึงดูดผู้บริโภคเข้ามาใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำทุกวัน (Wongyara, 2020) อีกทั้งผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์แต่ละรายพัฒนาให้บริการของตนตรงตามความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด นอกจากรองรับการใช้งานพื้นฐานแล้ว ผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต้องสร้างความแตกต่างจากผู้ให้บริการรายอื่น รวมทั้งหาพันธมิตรทั้งร้านค้าและบริการมาเสริม เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคมาใช้บริการ เห็นได้จากจุดแข็งของ Rabbit LINE Pay เป็นบัตรที่ใช้เดินทางกับระบบขนส่งมวลชนรถไฟฟ้าและเป็นพันธมิตรระหว่าง Rabbit และ LINE Pay ในด้านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ Shopee Pay เปลี่ยนชื่อจาก Air Pay เป็นตัวเลือกการชำระเงินในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของช้อปปี้ เป้าหมายคือ เป็นผู้นำในตลาดกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ทั้งในแง่จำนวนผู้ใช้และมูลค่าการทำธุรกรรม (Marketeer Online, 2021) รวมถึงแอปพลิเคชัน Grab ที่พัฒนาจากการให้บริการเรียกรถผ่านแอปพลิเคชันจาก Grab Car หรือ Grab Bike ต่อยอดเป็น Grab Food บริการสั่งและส่งอาหาร รวมถึงมี Grab Delivery ให้บริการจัดส่งของ โดยชำระค่าบริการผ่าน Grab Pay ที่เป็นกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ เรียกว่าเป็นแอปพลิเคชันในรูปแบบซูเปอร์แอป (Super App) จะเห็นว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ใช่สถาบันการเงินได้เปรียบกว่าผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงินและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากกว่า เนื่องจากเข้าถึงข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก อีกทั้งผู้บริโภคสามารถทำหลายกิจกรรมได้ในแอปพลิเคชันเดียว ทำให้เกิดประสบการณ์การใช้งานเหนือกว่าแอปพลิเคชันของสถาบันทางการเงิน และผู้บริโภคบางส่วนเห็นว่าแอปพลิเคชันของสถาบันการเงินใช้ออกแบบไม่น่าใช้งานและใช้งานไม่สะดวก หากผู้บริโภคไม่มีบัญชีธนาคารก็สามารถใช้งานได้ (Wongyara, 2020) ผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสถาบันการเงินจึงจำเป็นต้องปรับตัวให้มีบริการที่หลากหลายเพื่อรองรับตลาดเฉพาะกลุ่ม ซึ่งการให้บริการชำระเงินโดยแอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์มือถือเป็นช่องทางหนึ่งที่มีศักยภาพสามารถเชื่อมโยงโทรศัพท์มือถือได้ในทุกพื้นที่ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต แต่ผู้บริโภคยังกังวลเรื่องความปลอดภัย ผู้ให้บริการจึงต้องตระหนักถึงความปลอดภัยในการใช้งานเป็นสำคัญ เนื่องจากระบบชำระเงินมีความเสี่ยงจากการเจาะระบบและการหลอกลวงเป็นเหตุให้ผู้บริโภคหันไปใช้บริการอื่นที่ปลอดภัยกว่า

ข้อดีของกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ (1) ใช้งานง่ายและสะดวกในทุกสถานที่ ทุกเวลาผ่านโทรศัพท์มือถือ (2) ชำระค่าบริการได้สะดวกและรวดเร็ว (3) เชื่อมต่อกับเงินผ่านบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต เพื่อเติมเงินได้ (4) ลดการพกเงินสดจำนวนมากและลดการสัมผัสเงินสด (5) มีกิจกรรมทางการตลาด เช่น สะสมแต้ม ได้ส่วนลด หรือได้เงินคืน (6) ควบคุมงบประมาณได้ และ (7) ระบบมีความปลอดภัยที่มั่นใจได้ เนื่องจากใช้การยืนยันตัวตน 2 ชั้น และการตั้งรหัส Pin ไปจนถึงการใช้รหัส OTP ในส่วนของข้อควรระวังเบื้องต้นในการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ มีดังนี้ (1) ผู้ประกอบการหลายรายยังไม่รับชำระเงินด้วยระบบกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (2) ผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์บางรายยังไม่สามารถโอนเงินเข้าธนาคารได้โดยตรง (3) เติมเงินเท่าที่จำเป็น เพื่อลดโอกาสที่เงินสูญหายหากมีผู้อื่นนำไปใช้

ผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างพัฒนากระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของตนให้รองรับการใช้บริการของผู้บริโภคที่หลากหลาย ซึ่งกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ให้บริการแต่ละรายมีจุดเด่น จุดด้อยแตกต่างกัน ดังตาราง 2 ดังนั้น ผู้บริโภคควรเลือกใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตน Kasikorn Research Center (2022) เสนอแนะว่าการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ แม้ว่าจะระบบจะปลอดภัยด้วยเทคโนโลยี แต่ยังมีช่องโหว่จากตัวผู้ใช้เอง การป้องกันปัญหาในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ควรรักษาโทรศัพท์มือถือของตนไว้ให้ดี ตรวจสอบให้ถี่ก่อนเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว หมั่นเปลี่ยนรหัสโทรศัพท์มือถือ ไม่ควรตั้งรหัสผ่านคาดเดาได้ง่าย และการทำธุรกรรมออนไลน์ ควรยืนยันตัวตน 2 ชั้นตอน เนื่องจากระบบการเงินออนไลน์ที่แข็งแกร่ง ทำให้ผู้ก่อการร้ายทางการเงินเลือกที่จะหลอกล่อเอาข้อมูลของเหยื่อแทนที่จะเจาะ ระบบโดยตรง ซึ่งทำได้ยากกว่ามาก และหมั่นหาความรู้ใหม่เสมอ เพื่อรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง

ตารางที่ 2 กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย (HuaPoed, 2021)

ผู้ให้บริการ	จุดเด่น	จุดด้อย
True Money Wallet	<ul style="list-style-type: none"> - ร้านค้ารองรับเยอะ โดยเฉพาะ 7-Eleven - ใช้ได้กับทุกเครือข่ายสัญญาณโทรศัพท์ - มีเจ้าหน้าที่ช่วยเหลือตลอด 24 ชั่วโมง - เชื่อมต่อบัญชีธนาคารและบัตรเครดิตได้ - มีช่องทางการเติมเงินหลากหลาย - ชำระค่า ค่าน้ำ ค่าไฟ เติมบัตรรถไฟฟ้า - โอนและถอนเงินได้ - มีกิจกรรมทางการตลาดมาก สะสมแต้มได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ยอดชำระบัตรเครดิตและบิลจะปรับช้ากว่าบิลในเครือทรู
Rabbit LINE Pay	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้ร่วมกับบัตรรถไฟฟ้าบีทีเอส เพื่อหักค่าโดยสาร - เชื่อมต่อบัญชีธนาคารและบัตรเครดิตได้ - ชำระค่าตั๋วหนัง ค่าบริการต่าง ๆ ของ LINE - ร้านค้ารองรับ ได้ส่วนลดและโปรโมชั่นเยอะ 	<ul style="list-style-type: none"> - เมื่อผูกบัตรกับ Rabbit LINE Pay กับบัตร รถไฟฟ้าบีทีเอส แล้วจะเติมเงินที่เคาน์เตอร์บีทีเอสไม่ได้ - ใช้โปรโมชั่นบัตรเครดิตของรถไฟฟ้าไม่ได้
GrabPay Wallet	<ul style="list-style-type: none"> - ชำระค่าบริการในแอปพลิเคชัน Grab - ชำระค่าอาหารในร้านอาหารต่าง ๆ - เติมเงินค่าโทรได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - เติมเงินผ่านแอปพลิเคชัน K+ เท่านั้น ใช้กับบัตรเครดิตไม่ได้ - มีร้านค้ารองรับไม่มาก
Samsung Pay	<ul style="list-style-type: none"> - เชื่อมต่อบัตรเครดิตได้ - สะสมคะแนน มีส่วนลดและโปรโมชั่นพิเศษ - จ่ายได้ทุกร้านที่รับชำระด้วยบัตรเครดิต - ใช้ที่ เกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกา จีน สเปน ออสเตรเลีย เปรู ตรีโก บราซิล และสิงคโปร์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้ได้เฉพาะโทรศัพท์มือถือซัมซุง - ผูกบัญชีธนาคารไม่ได้ - จ่ายค่าน้ำ ค่าไฟ บิลต่าง ๆ ไม่ได้
Shopee Pay	<ul style="list-style-type: none"> - มีโปรโมชั่นพิเศษสำหรับลูกค้า Shopee - มีโปรโมชั่นคืนเงิน - เติมเงินค่าโทร ชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าตั๋วหนัง - เชื่อมต่อบัญชีธนาคารและบัตรเครดิตได้ - เติมเงินได้หลายช่องทาง 	<ul style="list-style-type: none"> - มีร้านค้ารองรับไม่มาก
เป๋าตัง	<ul style="list-style-type: none"> - ชำระหนี้ กยศ. - ร่วมโครงการต่าง ๆ ของภาครัฐ - มีร้านที่ร่วมรายการจำนวนมาก - เติมค่าทางด่วน Easy Pass และ M-Pass - ชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ และค่าบัตรเครดิต 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องมีบัญชีกรุงไทย - ผูกบัตรเครดิตไม่ได้

แม้ว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้พัฒนาระบบให้มีความปลอดภัย และผู้บริโภคปรับตัวมาใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น แต่ยังมีผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยยังคงทำธุรกรรมแบบเงินสด เนื่องจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมขึ้นอยู่กับสังคมและการยอมรับการใช้เทคโนโลยีใหม่ หากผู้บริโภคยอมรับเทคโนโลยีจะทำให้การใช้เทคโนโลยีนั้นประสบความสำเร็จ การยอมรับเทคโนโลยีจึงเป็นสิ่งที่ไม่อาจมองข้ามได้ (Apasrawirote et al., 2019)

สถานการณ์กระแสเป่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จากผลการสำรวจของ Crowdbout (2022) แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคในประเทศไทยมากกว่า 90% ใช้สมาร์ตโฟนและใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ โดยกระแสเป่าเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมการใช้จ่ายที่เปลี่ยนไปและได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นจากร้านค้าต่าง ๆ จากที่ในอดีตจะใช้เงินสด บัตรเครดิต หรือเดบิต นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังคงนิยมที่จะใช้เงินสดในการชำระค่าสินค้าและบริการในชีวิตประจำวันและพบผู้บริโภคมากถึง 80% เคยใช้งานกระแสเป่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในการชำระค่าสินค้าและบริการต่างในชีวิตประจำวันและมีผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้กระแสเป่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากมีขั้นตอนการใช้งานที่ยุ่งยากและกังวลข้อมูลส่วนตัวรั่วไหล อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการใช้งานกระแสเป่าเงินอิเล็กทรอนิกส์พบว่า ผู้บริโภคใช้กระแสเป่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อใช้จ่ายซื้อของทั่วไปในร้านสะดวกซื้อ อาทิ เซเว่นอีเลฟเว่น แฟมิลีมาร์ท ปัจจุบันการใช้จ่ายผ่านกระแสเป่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมากเท่าที่คาดการณ์ไว้ เมื่อเปรียบเทียบกับวิธีการชำระเงินรูปแบบอื่น โดยจะเห็นว่า ผู้บริโภคนิยมใช้เงินสดในการชำระค่าสินค้าหรือบริการคิดเป็น 39% ตามมาด้วยการสแกนจ่ายเงินด้วย QR Code 36% การโอนเงินด้วยเลขบัญชีหรือเบอร์พร้อมเพย์ 18% ขณะที่การใช้จ่ายผ่านกระแสเป่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้รับความนิยมในการใช้งานเพียง 5% เท่านั้น ด้วยเหตุผลหลักคือมีขั้นตอนการใช้งานที่ยุ่งยาก อีกทั้งผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงสะดวกในการใช้เงินสดหรือสแกนจ่ายผ่าน QR Code ของร้านค้าโดยตรงเลย

การยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model)

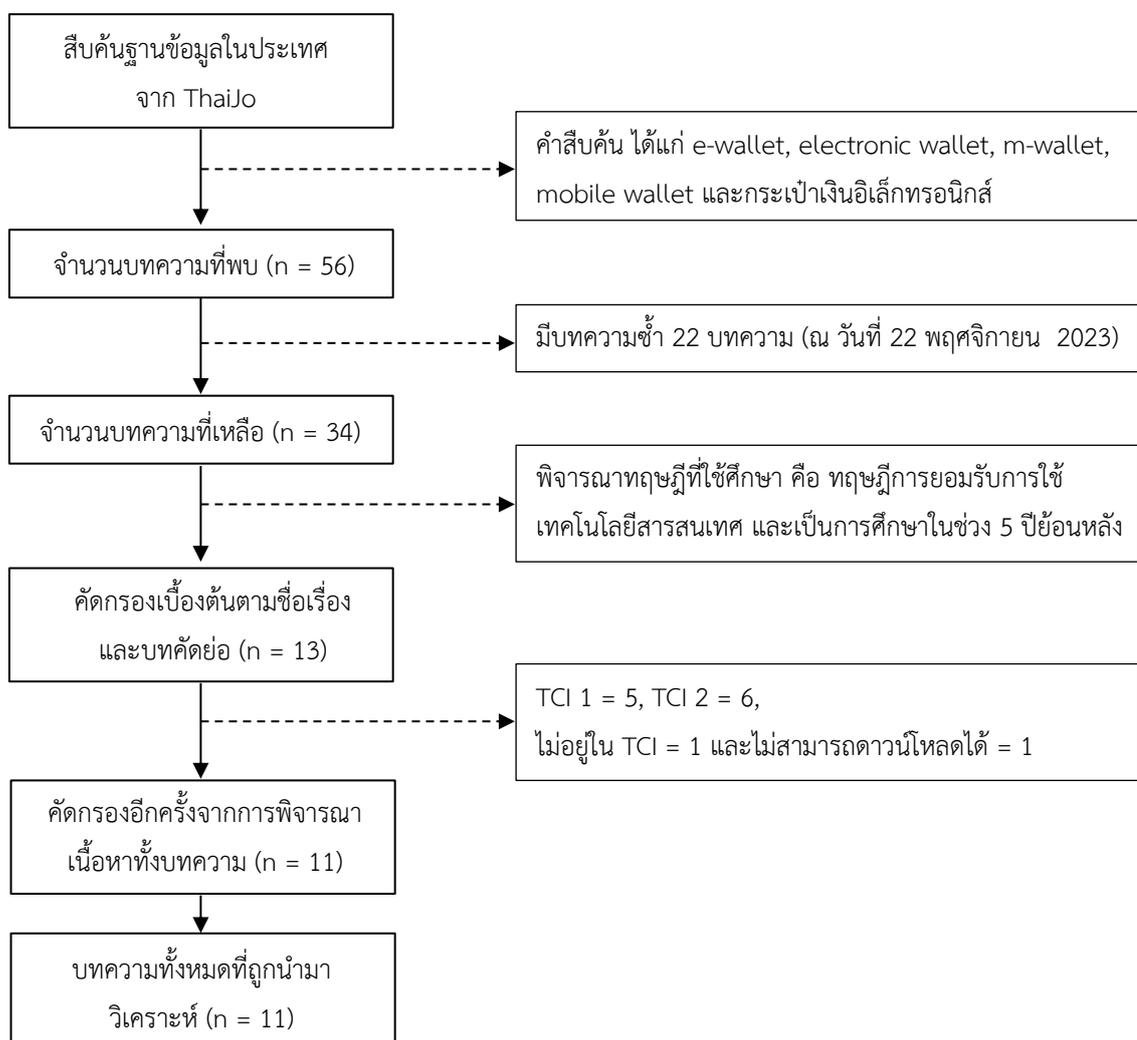
แนวคิดของการยอมรับการใช้เทคโนโลยี เป็นการศึกษาวิจัยถึงพฤติกรรมมนุษย์ อธิบายเหตุผลและความเชื่อของบุคคลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี หรือ TAM เป็นทฤษฎีที่มีบทบาทและเป็นที่ยอมรับทางวิชาการ เป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จในการใช้เทคโนโลยี คิดค้นขึ้นโดย Davis ในปี 1989 ปรับมาจากทฤษฎีการกระทำตามหลักและเหตุผล (The Theory of Reasoned Action หรือ TRA) พัฒนามาเป็นแบบจำลองการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อศึกษาการยอมรับการใช้เทคโนโลยี โดยไม่นำบรรทัดฐานของบุคคลเข้ามาเป็นตัวทำนายพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยี หลักการของ TAM ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ (1) การรับรู้ประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี (2) การรับรู้ว่าเทคโนโลยีใช้งานง่าย (3) ทศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี และ (4) ตัวแปรภายนอก จากนั้นพัฒนาต่อยอดเป็นทฤษฎีรวมของการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT) ศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีที่เกิดจากความตั้งใจของผู้ใช้ เพื่ออธิบายการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคล หลักการของทฤษฎี UTAUT ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ (1) ความคาดหวังต่อประสิทธิภาพของเทคโนโลยี (2) ความคาดหวังในความพยายาม และ (3) อิทธิพลทางสังคม ต่อมาทฤษฎี UTAUT มีการพัฒนาขอบเขตให้ครอบคลุมถึงผู้ใช้งาน จึงนำไปสู่แบบจำลอง Modified UTAUT หรือ UTAUT2 โดยมีปัจจัยเพิ่มจาก UTAUT อีก 4 ปัจจัย ได้แก่ (4) สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (5) แรงจูงใจด้านความชอบ (6) มูลค่าราคา และ (7) ความเคยชิน เพื่ออธิบายความตั้งใจใช้และครอบคลุมพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีได้ดียิ่งขึ้น (Chaveesuk & Vongjaturapat, 2012)

การยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นการอธิบายว่าเหตุใดแต่ละบุคคลจึงยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อคาดการณ์พฤติกรรมบุคคลที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ถือเป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนั้น หากภาครัฐ ภาคธุรกิจ ตลอดจนผู้ให้บริการกระแสเป่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ทำให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับกระแสเป่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้นำไปสู่การใช้กระแสเป่าเงินอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ผู้วิจัยใช้วิธีทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ สืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูลการวิจัยกลางของประเทศไทย (Thai Journals Online หรือ Thaijo) ดำเนินการสืบค้นในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2023 โดยการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบมีขั้นตอนดังนี้ (1) สืบค้นบทความในฐานข้อมูลการวิจัยกลางของประเทศไทย โดยใช้คำสำคัญ คือ e-wallet, electronic wallet, m-wallet, mobile wallet และกระแสเป่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผลการสืบค้นพบว่า มีบทความทั้งหมด 56 บทความ (2) หลังจากได้บทความจากการสืบค้นตามคำสำคัญดังกล่าวแล้ว ผู้วิจัยตรวจสอบพบว่า มีบทความซ้ำกัน 22 บทความจึงตัดบทความที่ซ้ำกันออก ทำให้เหลือบทความ 34 บทความ จากนั้น (3) ผู้วิจัยคัดกรองเบื้องต้นทั้ง 34 บทความ

โดยพิจารณาจากชื่อเรื่องและบทคัดย่อของบทความที่มีประเด็นการศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและเป็นการศึกษาในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ผลการคัดกรองเบื้องต้นพบบทความที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 13 บทความ จากนั้น (4) ผู้วิจัยคัดเลือกบทความที่ได้มาตรฐานของ TCI พบบทความอยู่ในมาตรฐาน TCI กลุ่ม 1 จำนวน 5 บทความ และ TCI กลุ่ม 2 จำนวน 6 บทความ อีกทั้งมี 1 บทความที่ไม่อยู่ในมาตรฐานของ TCI และไม่สามารถดาวน์โหลดได้อีก 1 บทความ ผู้วิจัยจึงเลือกบทความที่ในมาตรฐาน TCI กลุ่ม 1 และ 2 จำนวน 11 บทความ เพื่ออ่านบทความโดยละเอียดและวิเคราะห์ในขั้นตอนสุดท้าย (5) สรุปรายชื่อบทความที่เกี่ยวข้องทั้ง 11 บทความ และวิเคราะห์เนื้อหาแต่ละบทความจัดหมวดหมู่ตามประเด็นเนื้อหา อาทิ ทฤษฎีที่ใช้ ตัวแปรที่นำมาศึกษา ตลอดจนบริบทพื้นที่ โดยขั้นตอนการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแสดงดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ขั้นตอนการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ

5. ผลการวิจัย

ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบในประเด็นการยอมรับกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์จากการสืบค้นในฐานข้อมูลการวิจัยกลางของประเทศไทยคงเหลือ 11 บทความที่เป็นไปตามเกณฑ์การคัดกรองพบว่า บทความดังกล่าวอยู่ในวารสารระบบสารสนเทศด้านธุรกิจ วารสารดุซงกีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ Engineering Journal วารสารปัญญาภิวัฒน์ วารสารปริชาต วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์ วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่นและวารสารวิทยาลัยดุสิตธานี การศึกษาที่พบในฐานข้อมูลการวิจัยกลางของประเทศไทยส่วนมากศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยการศึกษาการยอมรับกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 11 บทความมีรูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณทั้งหมดและใช้แบบสอบถามในการสำรวจข้อมูลจากผู้บริโภคที่ใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในหลายพื้นที่ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ทฤษฎีที่นำมาใช้ในการศึกษาส่วนมากใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) จำนวน 8 บทความและใช้ทฤษฎี UTAUT2 จำนวน 3 บทความ ดังตาราง 3 โดยแบบจำลอง TAM และทฤษฎี UTAUT2 เป็นทฤษฎีที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและเป็นสิ่งบ่งชี้ความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยี นอกจากนี้ ยังเป็นทฤษฎีที่เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับในแวดวงวิชาการ เน้นย้ำถึงความสำคัญของทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในบริบทของกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 3 การศึกษาที่พบในฐานข้อมูลการวิจัยกลางของประเทศไทยเกี่ยวกับการยอมรับกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

นักวิจัย	บริบท	ทฤษฎีที่ใช้	ประเทศ
Wongyara (2020)	e-wallet	TAM	ไทย
Jensathien and Chaichotchuang (2023)	e-wallet	TAM	ไทย (กรุงเทพฯ)
Sukwadi, Caroline, and Chen (2021)	mobile wallet	TAM	อินโดนีเซีย
Lwin and Thanabordeekij (2019)	mobile wallet	UTAUT2	พม่า
Saetim (2021)	mobile wallet	UTAUT2	ไทย (ตรัง)
Apirungruengsakul and Pooripakdee (2018)	mobile wallet	TAM	ไทย (กรุงเทพฯ)
Techaworakhunsiri and Pongsamran (2023)	e-wallet	TAM	ไทย (กรุงเทพฯ)
Sammasut and Witoonphan (2021)	true money wallet	TAM	ไทย (พัททยา)
Sittitham and Sangmahachai (2021)	e-wallet	UTAUT2	ไทย (กรุงเทพฯ และปริมณฑล)
Suksrichavalit and Intuluck (2020)	true money wallet	TAM	ไทย (กรุงเทพฯ)
Uthaipan et al. (2021)	e-wallet	TAM	ไทย (มหาสารคาม)

นอกจากนี้ การศึกษาที่พบในฐานข้อมูลการวิจัยกลางของประเทศไทยเกี่ยวกับการยอมรับกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 11 บทความพบว่า ศึกษาการยอมรับกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในประเด็นความตั้งใจใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มากถึง 8 บทความ โดยพิจารณาหลากหลายปัจจัยตามบนพื้นฐานทางทฤษฎีของแบบจำลอง TAM และทฤษฎี UTAUT2 พบว่า ตัวแปรอิสระอย่างการรับรู้ประโยชน์ถูกนำมาใช้ในการศึกษาจำนวนมาก ตามด้วยตัวแปรการรับรู้ในความง่าย และอิทธิพลทางสังคม ตามลำดับ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับกระแสเป่าเงินอิเล็กทรอนิกส์

ตัวแปรที่ศึกษา	Wongyara (2020)	Jensathien and Chaichotchuang (2023)	Sukwadi, Caroline, and Chen (2021)	Lwin and Thanabordeekij (2019)	Saetim (2021)	Apirungruengsakul and Pooripakdee (2018)	Techaworakhunsiri and Pongsaman (2023)	Sammasut and Witoonphan (2021)	Sittitham and Sangmahachai (2021)	Suksrichavalit and Intuluck (2020)	Utthaijan et al. (2021)	รวม
การรับรู้ในความง่าย	✓	✓	✓			✓		✓		✓		6
การรับรู้ประโยชน์	✓	✓	✓			✓		✓		✓	✓	7
การรับรู้ความเสี่ยง	✓		✓									2
ทัศนคติ	✓					✓		✓				3
ความไว้วางใจ	✓	✓						✓	✓			4
การรับรู้ถึงความสะดวกสบาย		✓										1
ความคาดหวังในประสิทธิภาพ				✓	✓		✓		✓			4
ความคาดหวังในความพยายาม				✓	✓		✓		✓			4
อิทธิพลทางสังคม	✓		✓	✓	✓		✓		✓			6
สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน				✓	✓		✓	✓	✓			5
แรงจูงใจด้านความบันเทิง				✓	✓				✓			3
การรับรู้ความปลอดภัย					✓				✓		✓	3
ความอ่อนไหวต่อราคา			✓									1
มูลค่าตามราคา				✓	✓				✓			3
ความเคยชิน				✓	✓				✓			3
นวัตกรรมส่วนบุคคล					✓							1
สิทธิประโยชน์ทางการตลาด	✓											1

ผลการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับกระแสเป่าเงินอิเล็กทรอนิกส์สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ถูกนำมาใช้ในการศึกษามากที่สุด ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ในความง่าย อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ความไว้วางใจ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม แรงจูงใจด้านความบันเทิง การรับรู้ความปลอดภัย ทัศนคติ มูลค่าตามราคา ความเคยชิน การรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้ถึงความสะดวกสบาย ความอ่อนไหวต่อราคา นวัตกรรมส่วนบุคคล และสิทธิประโยชน์ทางการตลาด ตามลำดับ นอกจากนี้ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้กระแสเป่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ในความง่าย อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ความไว้วางใจ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม การรับรู้ความปลอดภัย ทัศนคติ มูลค่าตามราคา ความเคยชินและนวัตกรรมส่วนบุคคล ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับกระแสเป่าเงินอิเล็กทรอนิกส์

ผลการศึกษา	นักวิจัย
การรับรู้ประโยชน์ -> ความตั้งใจใช้	Apirungruengsakul and Pooripakdee (2018); Suksrichavalit and Intuluck (2020); Uthaipan et al. (2021)
การรับรู้ในความง่าย -> ความตั้งใจใช้	Lwin and Thanabordeekij (2019); Sukwadi, Caroline, and Chen (2021)
อิทธิพลทางสังคม -> ความตั้งใจใช้	Lwin and Thanabordeekij (2019); Sittitham and Sangmahachai (2021); Sukwadi, Caroline, and Chen (2021)
สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน -> ความตั้งใจใช้	Lwin and Thanabordeekij (2019); Sittitham and Sangmahachai (2021)
ความไว้วางใจ -> ความตั้งใจใช้	Jensathien and Chaichotchuang (2023)
ความคาดหวังในประสิทธิภาพ -> ความตั้งใจใช้	Sittitham and Sangmahachai (2021)
ความคาดหวังในความพยายาม -> ความตั้งใจใช้	Sittitham and Sangmahachai (2021)
การรับรู้ความปลอดภัย -> ความตั้งใจใช้	Saetim (2021); Sittitham and Sangmahachai (2021); Uthaipan et al. (2021)
ทัศนคติ -> ความตั้งใจใช้	Apirungruengsakul and Pooripakdee (2018); Sittitham and Sangmahachai (2021); Jensathien and Chaichotchuang (2023)
มูลค่าตามราคา -> ความตั้งใจใช้	Sittitham and Sangmahachai (2021)
ความเคยชิน -> ความตั้งใจใช้	Lwin and Thanabordeekij (2019); Saetim (2021); Sittitham and Sangmahachai (2021)
นวัตกรรมส่วนบุคคล -> ความตั้งใจใช้	Saetim (2021)

6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ปัจจุบันผู้บริโภคทั่วโลกปรับตัวและให้ความสำคัญกับสังคมไร้เงินสด อีกทั้งการชำระเงินแบบไร้เงินสดมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องในทุกภูมิภาคทั่วโลก ในช่วงเริ่มต้นของสังคมไร้เงินสด ผู้บริโภคชำระค่าสินค้าและบริการผ่านบัตรเครดิตหรือบัตรเครดิต ใช้โทรศัพท์มือถือสแกนซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงใช้บริการโอนเงินและตรวจสอบยอดเงิน ปัจจุบันมีการใช้แพลตฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์อย่างกระแสเป่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือเสมือนเป็นกระแสเป่าเงินจริงสำหรับประเทศไทยเป็นประเทศในระบบเศรษฐกิจของตลาดเกิดใหม่ที่อยู่ในช่วงปรับเปลี่ยนสู่สังคมไร้เงินสดโดยการสนับสนุนของภาครัฐผ่านยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติถือเป็นจุดสำคัญในการพัฒนาธุรกรรมทางการเงินให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

การศึกษาภาพรวมของกระแสเป่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยพบว่า ภาครัฐและภาคเอกชนร่วมกันให้ความสำคัญและขับเคลื่อนให้เกิดสังคมไร้เงินสดเห็นได้จากจุดรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มีการขยายตัวทั่วประเทศและกระแสเป่าเงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถใช้งานร่วมกับการทำธุรกรรมของธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ หลายภาคส่วนจึงนำมาเป็นหนึ่งในช่องทางในการชำระค่าบริการ เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการและตอบสนองการใช้งานของผู้บริโภค รวมถึงภาครัฐปรับขั้นตอนการรับจ่ายเงินและพัฒนาบริการชำระเงินที่สะดวกและปลอดภัยต่อการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติถือเป็นจุดสำคัญที่ส่งผลให้พฤติกรรมชำระเงินของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด ผู้บริโภคในประเทศไทยนิยมใช้กระแสเป่าเงินอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกส่งผลให้ผู้ให้บริการกระแสเป่าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีการแข่งขันที่สูงทั้งผู้ให้บริการที่เป็น

สถาบันการเงินและผู้ให้บริการที่ไม่ใช่เป็นสถาบันการเงิน ผู้ให้บริการต่างแข่งขันกันพัฒนาระบบของตนให้เกิดความปลอดภัย น่าเชื่อถือและตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ผู้ให้บริการแต่ละรายมีข้อดีและข้อเสียแตกต่างกัน ผู้บริโภคจึงควรเลือกใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง นอกจากนี้ ความปลอดภัยในการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคยังมีความกังวล ดังนั้น ผู้ให้บริการต้องตระหนักถึงความปลอดภัยในการใช้งานเป็นสำคัญ หากผู้ให้บริการทำให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์จะนำไปสู่การใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้นและเป็นการเตรียมพร้อมสู่สังคมไร้เงินสดอย่างเต็มรูปแบบ เช่นเดียวกับผู้บริโภคที่ไม่ใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีสาเหตุจากความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยในการใช้งาน กลัวข้อมูลรั่วไหลและผู้บริโภคบางส่วนดาวน์โหลดกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ไว้ในโทรศัพท์มือถือ แต่ไม่ได้ใช้งานจริง สาเหตุจากไม่มีความไว้วางใจในระบบ ดังนั้น หากภาครัฐและผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถทำความเข้าใจให้ผู้บริโภครับรู้ว่าการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ใช้งานง่ายและสะดวก ระบบมีความปลอดภัยในการใช้งานก็จะส่งผลต่อการยอมรับการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น รวมถึงส่งเสริมให้ผู้ประกอบการหันมาใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เพื่อเพิ่มช่องทางการรับชำระเงิน ซึ่งช่วยผลักดันให้ผู้บริโภคเปลี่ยนพฤติกรรมได้ และในบริบทของนักการตลาดหากต้องการให้ผู้บริโภคหันมาใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของตนก็ควรให้ความรู้ สร้างความเข้าใจหรือให้ทักษะที่จำเป็นต่อการใช้งานแก่ผู้บริโภค รวมถึงวางแผนและจัดกิจกรรมทางการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้มาใช้งาน ในส่วนของผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์และนักพัฒนาซอฟต์แวร์ควรพัฒนาให้ให้ระบบของตนเข้าใจง่าย ใช้งานง่ายและน่าเชื่อถือที่สุด เนื่องจากเทคโนโลยีที่ซับซ้อนเกินไปส่งผลให้ผู้บริโภคไม่ยอมรับเทคโนโลยีและควรนำเทคโนโลยีพิสูจน์ตัวตนบุคคล โดยใช้ลักษณะทางกายภาพ อาทิ ลายนิ้วมือ ฝ่ามือตาหรือโครงสร้างใบหน้ามาใช้ร่วมกับกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าการใช้รหัสผ่านเพียงอย่างเดียว เพื่อเพิ่มระดับการรับรู้ความปลอดภัยของกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น

การศึกษาการยอมรับกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบด้วยการสืบค้นจากฐานข้อมูลการวิจัยกลางของประเทศไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาพบบทความที่เป็นไปตามเงื่อนไขการสืบค้นจำนวน 11 บทความ ล้วนเป็นการวิจัยเชิงปริมาณและใช้แบบสอบถามในการสำรวจข้อมูลจากผู้บริโภคที่ใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์บนพื้นฐานทางทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และทฤษฎี UTAUT2 โดยศึกษาการยอมรับกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในประเด็นความตั้งใจใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มากถึง 8 บทความ ตัวแปรอิสระอย่างการรับรู้ประโยชน์ ถูกนำมาใช้ในการศึกษาจำนวนมาก ตามด้วยตัวแปรการรับรู้ในความง่าย และอิทธิพลทางสังคม นอกจากนี้ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีหลากหลาย ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ในความง่าย อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ความไว้วางใจ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม การรับรู้ความปลอดภัย ทัศนคติ มูลค่าตามราคา ความเคยชินและนวัตกรรมส่วนบุคคล อีกทั้งทัศนคติยังมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง นอกจากนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ในความง่าย ทัศนคติ และความไว้วางใจ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ในประเทศไทยเคยใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์และนิยมใช้ เพื่อชำระค่าสินค้าและบริการในร้านสะดวกซื้อ อย่างไรก็ตาม การใช้จ่ายผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้รับความนิยมไม่มากนักเมื่อเปรียบเทียบกับชำระค่าสินค้าและบริการด้วยรูปแบบอื่น อาทิ การสะกนจ่ายเงินด้วย QR Code การโอนเงินด้วยเลขบัญชีหรือเบอร์พร้อมเพย์ เนื่องจากผู้บริโภคเห็นว่าขั้นตอนการใช้งานที่ยุ่งยากและกังวลเรื่องความปลอดภัยกลัวข้อมูลส่วนตัวรั่วไหล ภาครัฐและภาคเอกชนจึงควรสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคว่า การใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความปลอดภัย ใช้งานง่ายและสะดวก รวมถึงผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ควรคำนึงถึงระบบรักษาความปลอดภัยเป็นสำคัญ สอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมที่พบว่า การรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ในความง่ายมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยผลการศึกษาที่ได้สามารถเป็นแนวทางการวิจัยในอนาคตและนำไปใช้ต่อยอดองค์ความรู้ทางวิชาการได้ อีกทั้งเป็นองค์ความรู้ให้ภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนผู้บริโภคให้เกิดความเข้าใจและการยอมรับกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะนำไปสู่การใช้งานจริงและเป็นการเตรียมพร้อมสู่สังคมไร้เงินสดอย่างเต็มรูปแบบ

7. เอกสารอ้างอิง

- Aji, H. M., Berakon, I., & Husin, M. M. (2020). COVID-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1-16.
- Apasrawirote, D., Chemsripong, S., Rurkwaruk, W., & Asawasakulson, A. (2019). The moderating effect of small business staff's perception on the intention to use cloud computing technology, using SEM. *Journal of Business, Economics and Communications*, 14(3), 85-104.
- Apirungruengsakul, N., & Pooripakdee, S. (2018). A Confirmatory Factor Analysis Of Factors Affecting The Intention to Use Mobile Wallet. *Panyapiwat Journal*, 11(2), 30-43.
- Bank of Thailand. (2021). *Payment behavior through Payment Diary*. Retrieved 29 October 2023, from https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/payment_insight/Documents/Bi-monthly_report_Vol11-2021_October.pdf
- Chaveesuk, S., & Vongjaturapat, S. (2012). Theory of the acceptance of use information technology. *KMITL Information Technology Journal*, 1(1), 1-21.
- Crowdabout. (2022). *พฤติกรรมการใช้จ่ายผ่าน E-wallet ของปี 2565*. Retrieved 27 December 2023, from <https://crowdabout.io/blog/electronic-wallet/>
- Fabris, N. (2019). Cashless society—the future of money or a utopia?. *Journal of Central Banking Theory and Practice*, 8(1), 53-66.
- Finance-Rumour. (2020). *What is an e-Wallet (Electronic Wallet)? How does it work?* Retrieved 20 October 2023, from <https://www.finance-rumour.com/money/what-is-e-wallet/>
- Gorshkov, V. (2022). Cashless payment in emerging markets: The case of Russia. *Asia and the Global Economy*, 2(1), 1-10.
- HuaPood. (2021). *What is an e-Wallet in Thailand, which ones are worth using in 2021?* Retrieved 20 September 2023, from <https://www.huapood.com/เงิน/แรงบันดาลใจการเงิน/การเงินรู้แล้วดี/e-Wallet-คืออะไร-ในไทยมีเจ้าไหนบ้างที่น่าใช้>
- Jensathien, T., & Chaichotchuang, Y. (2023). An analysis of path analysis causal relationship of intention on use electronic payment technology (E-Wallet) in Bangkok. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 13(2), 369-383.
- Kasikorn Research Center. (2022). *How to use mobile banking and E-Wallet to keep (money) safe?* Retrieved 3 November 2023, from <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Mo-BK-Ewallet-Vid-14-02-22.aspx>
- Lew, S., Tan, G. W. H., Loh, X. M., Hew, J. J., & Ooi, K. B. (2020). The disruptive mobile wallet in the hospitality industry: An extended mobile technology acceptance model. *Technology in Society*, 63, 101430. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101430>
- Lwin, T. H. H., & Thanabordeekij, P. (2019). Factors Influencing The use of mobile wallets in Myanmar. *Panyapiwat Journal*, 11(3), 30-41.
- Marketeer Online. (2021). *e-Wallet: Online wallet using without cash*. Retrieved 26 September 2023, from <https://marketeeronline.co/archives/212889>
- Rahman, M., Ismail, I., & Bahri, S. (2020). Analysing consumer adoption of cashless payment in Malaysia. *Digital Business*, 1(1), 1-11.

- Rathore, H. S. (2016). Adoption of digital wallet by consumers. *BVMSR's Journal of Management Research*, 8(1), 69-75.
- Sachdev, N. (2019). *The evolution of ewallets: history, benefits and withdrawals*. Retrieved 26 October 2023, from <https://sociable.co/mobile/evolution-ewallets-history-benefits-withdrawals/>
- Saetim, S. (2021). Factors affecting behavioral intention to use the mobile wallet of students in prince of Songkla University, Trang Campus. *Parichart Journal Thaksin University*, 34(3), 87-104.
- Sammasut, T., & Witoonphan, N. (2021). The factors that influence the decision using electronic money (E-Money) TrueMoney Wallet at Pattaya City. *Humanities and Social Sciences Journal, Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 12(2), 296-308.
- Singh, N., Sinha, N., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2020). Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence. *International Journal of Information Management*, 50, 191-205.
- Sittitham, S., & Sangmahachai, K. (2021). The influence in acceptance and use E-Wallet system on the behavior of using financial services. *KKBS Journal of Business Administration and Accountancy*, 6(1), 138-154.
- Sookto, A. (2021). *Cashless society*. Retrieved 26 September 2023, from <https://library.parliament.go.th/th/radioscript-rr2564-may5>
- Sripana, M. (2019). *The cashless society situation in Thailand*. Retrieved 15 October 2023, from https://www.senate.go.th/document/Ext22526/22526772_0002.PDF
- Statista. (2023a). *Number of cashless transactions worldwide from 2013 to 2021, with forecasts from 2022 to 2027, by Region*. Retrieved 17 October 2023, from <https://www.statista.com/statistics/265767/number-of-cashless-transactions-worldwide-by-region/>
- Statista. (2023b). *Share of respondents who indicated they use mobile wallet in different countries and territories in the world in 2022*. Retrieved 17 October 2023, from <https://www.statista.com/statistics/1391056/mobile-wallet-penetration-worldwide-by-country/>
- Suksrichavalit, K., & Intuluck, W. (2020). The influence of online marketing factors and technology adoption factors on acceptance of payment services via the True Money Wallet application of subscribers in Bangkok. *Dusit Thani College Journal*, 14(1), 404-418.
- Sukwadi, R., Caroline, L. S., & Chen, G. Y. H. (2021). Extended technology acceptance model for Indonesian mobile wallet: Structural equation modeling approach. *Engineering and Applied Science Research*, 49(2), 146-154.
- Tarathonrungrung, J., & Pattanarangsun, P. (2021). Factors affecting the interest in using libra cryptocurrency. *Journal of Business, Economics and Communications*, 16(2), 107-122.
- Techaworakhunsiri, T., & Pongsamran, S. (2023). The E-Wallet use behavior of the elderly. *Journal of Administration and Social Science Review*, 6(3), 129-140.
- Thaker, H. M. T., Subramaniam, N. R., Qoyum, A., & Hussain, H. I. (2022). Cashless Society, E-wallets and Continuous Adoption. *International Journal of Finance & Economics*. 28(3), 3349-3369.
- Therdthaveadej, N. (2016). *Cashless society: Preparing to cashless society*. Retrieved 20 October 2023, from <https://www.scbec.com/th/detail/product/2602>

- Uthaipan, K., Bantao, N., Sirisom, P., & Suwanna, N. (2021). Factors affecting usage behavior of electronic wallet for the goods purchasing of consumer in Maha Sarakham Province. *Southeast Bangkok Journal*, 7(2), 139-155.
- Wongyara, W. (2020). Factors affecting actual usage of E-Wallet through super apps: Case study of rabbit line pay and grab pay. *Journal of Information Systems in Business (JISB)*, 6(3), 11-28.