

ปัจจัยด้านทัศนคติของประชาชนต่อสกุลเงินดิจิทัลที่ออกโดย ธนาคารกลาง: กรณีศึกษาในประเทศไทย

อรนารถ วรรณภิญโญ^{1*}, มนตรี โสคติยานุรักษ์²

¹ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์

² คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Received: 15 May 2024

Revised: 9 July 2024

Accepted: 25 July 2024

บทคัดย่อ

สกุลเงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลางเป็นประเด็นใหม่ที่ธนาคารกลางกว่าร้อยละ 90 ทั่วโลกให้ความสนใจ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยด้านทัศนคติของประชาชนที่มีผลต่อการยอมรับสกุลเงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลางในประเทศไทย (บาทดิจิทัล) และ 2) เสนอแนวทางสร้างการยอมรับการใช้บาทดิจิทัลในประเทศไทย ในการนำบาทดิจิทัลมาใช้ให้สอดคล้องกับการยอมรับของบุคคลและสังคมในประเทศไทย การศึกษานี้ใช้ทฤษฎีการแพร่กระจายของนวัตกรรมเป็นพื้นฐานทางทฤษฎีหลัก รวมถึงพิจารณาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 13 รายซึ่งเป็นผู้รู้จักบาทดิจิทัลเป็นอย่างดี ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความสอดคล้องกับความต้องการใช้งาน อิทธิพลจากกลุ่มคนในสังคมและเครือข่าย พฤติกรรมส่วนบุคคลในการยอมรับนวัตกรรม และความเชื่อมั่น มีผลเชิงบวกต่อการยอมรับบาทดิจิทัลในประเทศไทย ในขณะที่ปัจจัยด้านต้นทุนจากการใช้งาน ภัยไซเบอร์ และการขาดความรู้ด้านดิจิทัล มีผลเชิงลบต่อการยอมรับบาทดิจิทัลในประเทศไทย สำหรับข้อค้นพบดังกล่าวจะนำไปใช้ในการพัฒนาแนวทางแก้ไขอุปสรรคที่เกี่ยวกับการยอมรับการใช้บาทดิจิทัลในประเทศไทยต่อไป

คำสำคัญ: สกุลเงินดิจิทัล ธนาคารกลาง การยอมรับ นวัตกรรม

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: oranart.wan@stu.nida.ac.th

Factors Influencing Public Attitudes Towards Central Bank Digital Currency: A Case Study from Thailand

Oranart Wannapinyo^{1,*}, Montree Socratyanurak²

¹ Ph.D. Candidate, Doctor of Philosophy Program in Public Administration

² Faculty of Public Administration, National Institute of Development Administration

Received: 15 May 2024

Revised: 9 July 2024

Accepted: 25 July 2024

Abstract

Central Bank Digital Currency (CBDC) is an emerging topic that has attracted the interests of over 90% of central banks around the world. This research paper aims to explore factors influencing public attitude towards CBDC in Thailand (Digital Baht) and to propose pathways for its adoption that meet both individual and social needs. The study uses the ‘Diffusion of Innovation’ theory as a primary theoretical framework, complemented by other factors, and adopts a qualitative approach to research. Data was collected from in-dept interviews with 13 key experts- all of whom where well-acquainted with the Digital Baht. The findings reveal that relative advantage, compatibility, network externalities, personal innovativeness, and trust positively influence the adoption of Digital Baht. Conversely, transaction cost, cyber security risks, and digital literacy are barriers that can negatively impact the ubiquitous adoption of Digital Baht. These insights and findings will guide the development of strategies to overcome obstacles and promote the widespread adoption of the Digital Baht in Thailand

Keywords: Digital Currency, Central Bank, Adoption, Innovation

* Corresponding Author; E-mail: oranart.wan@stu.nida.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากผลการสำรวจข้อมูลของ Bank for International Settlements (BIS) ปี 2022 พบว่า ธนาคารกลางกว่าร้อยละ 93 ทั่วโลกสนใจศึกษาเงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลาง (Central Bank Digital Currency) โดยธนาคารกลางกว่าร้อยละ 80 เห็นว่า เงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลางประเภทที่ใช้โดยภาคประชาชนมีประโยชน์และสามารถออกแบบให้มีคุณสมบัติพิเศษในการตอบสนองความต้องการใช้งานเฉพาะด้านได้ (Kosse & Mattei, 2023) ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นจาก World Economic Forum 2023 ว่า ปัจจุบันธนาคารกลางส่วนใหญ่ให้ความสนใจและอยู่ระหว่างการศึกษาดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลางในมุมมองของประโยชน์และความเสี่ยง ทั้งนี้ แต่ละประเทศมีความคืบหน้าในการศึกษาและบริบทของความจำเป็นในการใช้ที่แตกต่างกัน (World Economic Forum, 2023)

สำหรับมูลเหตุจูงใจในการออกเงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลาง มีหลายเหตุผลแล้วแต่บริบทของประเทศ อาทิ ความกังวลในแง่ความปลอดภัยของระบบการชำระเงินหากถูกรบกวนโดยบริษัทเอกชน ต้นทุนจากการโจมตีทางไซเบอร์ ความกังวลต่อการเกิดขึ้นของเงินดิจิทัลที่ออกโดยภาคเอกชน เช่น คริปโทเคอร์เรนซี การเติบโตของการใช้การชำระเงินด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย รวมถึงการก้าวสู่การเป็นสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ในอนาคต (Bank of Thailand, 2021) ซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทยเห็นว่าการมีเงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลางของประเทศไทย (บาทดิจิทัล) อาจช่วยลดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาเงินสด และตอบสนองมูลเหตุจูงใจตามที่กล่าวข้างต้นได้ อย่างไรก็ตาม นโยบายของธนาคารกลางมักมุ่งเน้นด้านเสถียรภาพทางการเงินเป็นหลัก การสำรวจมุมมองการยอมรับของประชาชนจึงมีความสำคัญในการทำความเข้าใจปัจจัยที่สร้างการยอมรับของประชาชน และหาแนวทางปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้การนำบาทดิจิทัลมาใช้สอดคล้องกับการยอมรับของประชาชนในประเทศไทย ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นเรื่องใหม่ที่ยังไม่พบงานวิจัยในประเด็นนี้มากนักในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติของประชาชนที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บาทดิจิทัลในประเทศไทย
2. เพื่อเสนอแนวทางสร้างการยอมรับการใช้บาทดิจิทัลของประชาชนในประเทศไทย

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. เงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลาง (Central Bank Digital Currency)

เงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลาง คือ “เงิน” ในรูปแบบ “ดิจิทัล” ที่ออกโดย “ธนาคารกลาง” ซึ่งคล้ายกับเงินในรูปแบบเหรียญและธนบัตรที่ใช้ในปัจจุบัน แต่ความเป็นดิจิทัลทำให้มีคุณสมบัติของการใส่เงื่อนไขต่าง ๆ เพิ่มเข้าไปได้ (Programmable Money) ซึ่งถือเป็นวิวัฒนาการของเงินอีกก้าวหนึ่ง ดังนั้น เงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลางมีคุณสมบัติหลัก ๆ ต่อไปนี้ 1) เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน 2) เป็นหน่วยวัดทางบัญชี 3) เป็นสิ่งรักษามูลค่าหรือคงมูลค่า 4) สามารถใส่เงื่อนไขในเงินดิจิทัลได้ จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า สกุลเงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลางประเทศจีน (e-CNY) มีความน่าสนใจในการที่ธนาคารกลางของจีนให้ความสำคัญกับการออกแบบที่ทำให้ประชาชนยอมรับการใช้สกุลเงินดิจิทัลได้โดยง่าย เช่น อำนวยความสะดวกในการใช้งานโดยออกแบบระบบของ e-CNY ให้เชื่อมโยงได้ง่ายกับระบบการชำระเงินที่มีอยู่ในปัจจุบันของจีน เช่น Alipay และ WeChatpay การขยายเครือข่าย

การใช้งานที่กว้างขวางทำให้สะดวกสบายแก่ผู้ใช้ และการสร้างความรู้ (Literacy) แก่ประชาชนได้เข้าใจเงินดิจิทัล รวมถึงการสร้างเชื่อมั่นในเงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลางประเทศจีน (Kiff et al., 2020)

สำหรับประเทศไทย ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ได้พัฒนาและทดสอบเรื่องสกุลเงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลาง มาตั้งแต่ปี 2561 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพของระบบการชำระเงิน ซึ่งพัฒนาภายใต้ชื่อโครงการอินทนนท์ โดยทดสอบการโอนเงินระหว่างสถาบันการเงิน และได้ทดสอบการโอนเงินระหว่างประเทศร่วมกับธนาคารกลางฮ่องกง นอกจากนี้ ธปท. ยังได้ขยายการศึกษาและพัฒนาการใช้งานสำหรับภาคประชาชน เพื่อให้ประชาชนสามารถใช้ชำระค่าสินค้าและบริการได้เหมือนกับธนบัตรที่ทาง ธปท. เป็นผู้ออก แต่อยู่ในรูปแบบเงินดิจิทัล ซึ่งทำให้สะดวก ปลอดภัย สร้างความมั่นใจให้ผู้ใช้ และสามารถนำไปต่อยอดหรือเชื่อมต่อกับนวัตกรรมอื่น ๆ ได้และรองรับการเข้าสู่ยุคดิจิทัล (Bank of Thailand, 2024)

2. ทฤษฎีการแพร่กระจายของนวัตกรรม (The Diffusion of Innovation Theory)

ทฤษฎีการแพร่กระจายของนวัตกรรมของ Rogers et al. (2014) เป็นทฤษฎีพื้นฐานหลักในการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรม ซึ่งประกอบด้วยคุณลักษณะดังนี้ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) คุณลักษณะความสอดคล้อง (Compatibility) คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) คุณลักษณะที่สังเกตเห็นได้ (observability) และคุณลักษณะสามารถทดลองใช้ (Trialability) สำหรับงานวิจัยนี้จะใช้ปัจจัยคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบและคุณลักษณะความสอดคล้องเป็นหลัก เนื่องจากงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมและการใช้เทคโนโลยีเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงต่อการยอมรับของประชาชน (Sun & Rizaldy, 2023; Li, 2023)

3. ผลกระทบภายนอกจากเครือข่าย (Network Externalities)

แนวคิดที่ว่าด้วยอุปสงค์ของการบริโภคสินค้าและบริการจะเพิ่มขึ้น เมื่ออุปสงค์ของผู้บริโภคอื่นๆ ที่อยู่ในตลาดเพิ่มมากขึ้น (Katz & Shapiro, 1985) เช่น ประชาชนจะใช้ QR code ในการสแกนจ่ายเงินร้านค้าเพิ่มมากขึ้น เมื่อเห็นบุคคลอื่นในสังคมใช้กันอย่างกว้างขวางแพร่หลาย

4. แนวคิดด้านนวัตกรรมส่วนบุคคล (Personal Innovativeness)

แนวคิดด้านนวัตกรรมส่วนบุคคลกล่าวถึงระดับนวัตกรรมของแต่ละบุคคลมีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมของบุคคลนั้นๆ (Liébana et al., 2015) เช่น ผู้ที่ชอบลองเทคโนโลยีใหม่ๆ มีแนวโน้มจะยอมรับการใช้มือถือสมาร์ทโฟนในการชำระเงินด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ง่ายกว่าผู้ที่ไม่ชอบเทคโนโลยี

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยกล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ สรุปปัจจัยที่สำคัญได้ดังนี้

1) ต้นทุนหรือค่าธรรมเนียมจากการใช้งาน (Transaction Cost) ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งาน (Salmony, 2023)

2) ความปลอดภัยไซเบอร์ (Cyber Security) ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งาน เช่น หากระบบมีประสบการณ์การเกิด cyber attack จะส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (Soderberg et al., 2023)

3) ความเชื่อมั่น (Trust) ส่งผลต่อการยอมรับของประชาชน (Talwar et al., 2020) เช่น การที่ประชาชนเชื่อมั่นธนาคารกลางมีผลต่อการยอมรับเงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลาง (Sun & Rizaldy, 2023)

4) การจัดการความร่วมมือภาครัฐแนวใหม่ (New Public Governance: NPG) ในการสร้างกลไกความร่วมมือระหว่างกันของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ส่งผลต่อการยอมรับสกุลเงินดิจิทัล (Wannapinyo, 2023)

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อทำความเข้าใจปัจจัยด้านทัศนคติของประชาชนที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บาทดิจิทัลในประเทศไทย โดยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีลักษณะตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัยที่มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติของประชาชนที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บาทดิจิทัลในประเทศไทย ทั้งนี้ ผู้วิจัยตระหนักว่าเรื่องสกุลเงินดิจิทัลยังเป็นเรื่องใหม่ที่ประชาชนรับรู้ในวงจำกัด ดังนั้น การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในการสัมภาษณ์เชิงลึกเฉพาะบุคคลที่รู้จักบาทดิจิทัลเท่านั้น โดยคัดเลือกจาก 3 กลุ่มตัวอย่างที่รู้จักบาทดิจิทัลเป็นอย่างดี ได้แก่ ผู้บริหารหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการเงิน ผู้บริหารองค์กรด้านเทคโนโลยีและบล็อกเชน และประชาชนซึ่งรู้จักบาทดิจิทัลและมีประสบการณ์ใช้งาน Mobile Banking มาก่อน

ทั้งนี้ ก่อนการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความรู้ด้านบาทดิจิทัล รวมถึงประสบการณ์การใช้งาน Mobile Banking เพื่อให้แน่ใจว่ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาเป็นผู้มีความรู้เพียงพอในการให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก นอกจากนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อให้ได้ความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น โดยใช้เทคนิคหลายวิธีในการเก็บรวบรวมข้อมูลในเรื่องเดียวกัน ถ้าข้อมูลที่ได้จากเทคนิควิธีต่างๆ มีความแตกต่างหรือขัดแย้งกัน ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมซ้ำอีก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกัน จนกระทั่งได้ข้อมูลที่ตรวจสอบแล้วมีความเชื่อถือได้ จึงจะถือว่าเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง (Chantavanich, 2014)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ในการสัมภาษณ์เชิงลึก 13 คน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ (1) ผู้บริหารจากธนาคารแห่งประเทศไทยและผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบหลักเกี่ยวกับการเงิน จำนวน 5 คน (2) ผู้บริหารจากหน่วยงานเอกชนที่รับผิดชอบหลักเกี่ยวกับการเงิน และผู้บริหารองค์กรด้านเทคโนโลยีและบล็อกเชนที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบระบบชำระเงินที่สำคัญ จำนวน 5 คน และ (3) ประชาชนที่รู้จักบาทดิจิทัลและคุ้นเคยกับการใช้งานธุรกรรมการเงินด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์จำนวน 3 คน

สำหรับการกำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 13 คนจาก 3 กลุ่มในการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าและพิจารณาจากความอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation) พบว่า ข้อมูลที่ได้รับจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความสอดคล้องกัน นอกจากนี้ จากงานวิจัยของ Guest et al. (2006) เห็นว่า จำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เหมาะสมสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกในการวิจัยเชิงคุณภาพอยู่ที่จำนวน 6-12 คน ดังนั้น การสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 13 คนจึงอยู่ในระดับที่เชื่อถือได้สำหรับวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นเครื่องมือที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อให้สอดคล้องเหมาะสมกับการวิจัย โดยการนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และภาษาที่ใช้ เพื่อหาข้อคำถามที่มี

ความตรงสูงและมีความชัดเจนมาใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ จากนั้นนำมาหาค่า Index of Item Objective Congruence (IOC) ของเครื่องมือ (Turner & Carlson, 2003) โดยค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามต้องค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป จึงจะถือว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย และสามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้ จากการทดสอบพบว่าข้อคำถามของงานวิจัยนี้มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00 สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) และใช้เวลาประมาณ 1 ถึง 2 ชั่วโมงสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกแต่ละราย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) โดยใช้โปรแกรม ATLAS.ti ในการจับกลุ่มข้อมูลเพื่อช่วยในการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย ประเภทกลุ่มของผู้ให้ข้อมูลหลัก เพศ อายุ อาชีพ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ประเภทกลุ่มหลัก	ประเภทกลุ่มย่อย	เพศ	อายุ (ปี)	อาชีพ
ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.)	ด้านนโยบาย	หญิง	46	ผู้บริหาร ธปท.
	ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	ชาย	50	ผู้บริหาร ธปท.
	ด้านออกแบบระบบ	ชาย	45	ผู้บริหาร ธปท.
หน่วยงานราชการและองค์กรของรัฐ	กระทรวงการคลัง	หญิง	45	ข้าราชการ กระทรวงการคลัง
	กระทรวงพาณิชย์	หญิง	44	ข้าราชการ กระทรวงพาณิชย์
บุคลากรภาคการเงินและ IT	ภาคการเงิน	ชาย	52	ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์
	ภาค IT (Block chain) และมีประสบการณ์เทรด Cryptocurrency	ชาย	30	พนักงานด้าน Block chain
บุคลากรหน่วยงานเอกชน/เจ้าของกิจการ	ธุรกิจขนาดใหญ่- ธุรกิจก่อสร้าง	ชาย	46	เจ้าของกิจการ
	ธุรกิจขนาดเล็ก- ขายของ online	ชาย	46	เจ้าของกิจการ
	นักวิจัย	หญิง	33	นักวิจัย
กลุ่มประชาชนทั่วไปที่รู้จักสกุลเงินดิจิทัลจากการรับฟังข่าวสาร	ประชาชนทั่วไป	ชาย	77	เจ้าของธุรกิจส่วนตัว
	ประชาชนทั่วไป	หญิง	66	อดีตข้าราชการ
	ประชาชนทั่วไป	ชาย	16	นักเรียนมัธยมปลายที่เชี่ยวชาญดิจิทัล

จากข้อมูลในตารางที่ 1 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 8 คน รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 5 คน อายุอยู่ระหว่าง 16-77 ปี มีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 46 ปี

2. ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติที่มีผลต่อการยอมรับบาทดิจิทัล

2.1 วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติของประชาชนที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บาทดิจิทัลในประเทศไทย จากการศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติของประชาชนที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บาทดิจิทัลในประเทศไทย พบว่า คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความสอดคล้องกับความต้องการใช้งาน อิทธิพลจากกลุ่มคนในสังคมและเครือข่าย พฤติกรรมส่วนบุคคลในการยอมรับนวัตกรรม และความเชื่อมั่น มีผลเชิงบวกต่อการยอมรับบาทดิจิทัลในประเทศไทย

ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ความสำคัญกับประโยชน์เชิงเปรียบเทียบของบาทดิจิทัล (Relative Advantage) โดยเห็นว่า ปัจจุบันประเทศไทยมีระบบการชำระเงินที่มีประสิทธิภาพดี สามารถทำธุรกรรมการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และแทบจะไม่เสียค่าธรรมเนียมการโอนเงินในการทำธุรกรรมที่ยอดเงินไม่สูงมาก ดังนั้น ประชาชนจะยอมรับบาทดิจิทัลหากบาทดิจิทัลมีประโยชน์เชิงเปรียบเทียบที่มากกว่าการใช้งานระบบปัจจุบัน เช่น สามารถทำธุรกรรมเชื่อมโยงกับระบบภาครัฐได้ครบวงจรในการออกเอกสารรับรอง ใบเสร็จรับเงิน และใบกำกับภาษี เป็นต้น

ความคุ้นชินในการใช้งานที่สอดคล้องกับความต้องการใช้งาน (Compatibility) และอิทธิพลจากกลุ่มคนในสังคมและเครือข่าย (Network Externalities) มีผลเชิงบวกต่อการยอมรับบาทดิจิทัล เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลหลักเห็นว่า การที่คนมีพฤติกรรมคุ้นชินกับการใช้ดิจิทัล เช่น ชื้อของในชีวิตประจำวันโดยการสแกน QR Code จ่ายร้านค้าเป็นปกติทุกวัน จะทำให้พฤติกรรมการยอมรับบาทดิจิทัลง่ายขึ้นหากบาทดิจิทัลมีความใกล้เคียงกับสื่อการชำระเงินที่คุ้นเคย รวมถึงการที่คนใกล้ชิดในสังคมเช่น เพื่อนสนิท สมาชิกในครอบครัว ยอมรับการใช้บาทดิจิทัล ย่อมมีผลทางบวกต่อการยอมรับบาทดิจิทัล

ผู้ให้ข้อมูลหลักเห็นว่า บาทดิจิทัลที่จะออกโดยธนาคารกลางนั้นไม่ได้ออกมาเพื่อใช้ทดแทนการใช้เงินสดอย่างสมบูรณ์ แต่เป็นการออกมาใช้เพื่อเป็นทางเลือกแก่บุคคลในการชำระค่าสินค้าและบริการตามความสะดวก หากเป็นบุคคลที่มีพฤติกรรมส่วนบุคคลในการยอมรับนวัตกรรม (Personal Innovativeness) จะมีแนวโน้มยอมรับการใช้บาทดิจิทัลสูงและเป็นบุคคลกลุ่มแรกเริ่มในสังคมที่ยอมรับการใช้บาทดิจิทัล ในขณะที่บุคคลที่ไม่ชอบดิจิทัล ไม่มีความรู้หรือความถนัดทางดิจิทัล รวมถึงความกลัวภัยไซเบอร์ย่อมมีผลทางลบต่อการยอมรับบาทดิจิทัล

ความเชื่อมั่น (Trust) ต่อธนาคารกลางมีผลทางบวกต่อการยอมรับบาทดิจิทัล เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลหลักเห็นว่า ธนาคารกลางของประเทศไทยเป็นหน่วยงานอิสระที่น่าเชื่อถือ มีเป้าหมายในการดูแลเสถียรภาพของระบบการเงินในประเทศโดยไม่หวังผลกำไร ดังนั้น การที่ธนาคารแห่งประเทศไทยในฐานะธนาคารกลางของประเทศออกบาทดิจิทัลสำหรับประชาชนในประเทศย่อมมีความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับสกุลเงินคริปโทเคอเรนซีของเอกชนที่มีความผันผวนของมูลค่าและมีความเสี่ยงมากกว่าเงินที่ออกโดยธนาคารกลาง

2.2 วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อเสนอแนวทางแก้ไขอุปสรรคที่เกี่ยวกับการยอมรับการใช้บาทดิจิทัลในประเทศไทย ปัญหาและอุปสรรคที่เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลทางลบต่อการยอมรับการใช้บาทดิจิทัลในประเทศไทย แบ่งออกได้เป็น 3 เรื่องหลัก ได้แก่ ปัจจัยด้านต้นทุนจากการใช้งาน ภัยไซเบอร์ และการขาดความรู้ด้านดิจิทัล ดังนี้

เนื่องจากปัจจุบันการทำธุรกรรมในระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย เช่น การจ่ายชำระร้านค้าโดยการสแกน QR Code หรือการชำระโดยโอนเงินพร้อมเพย์แทบจะไม่เสียค่าธรรมเนียมการโอนหรือเสียในอัตราที่ต่ำมาก ดังนั้น ผู้ให้ข้อมูลหลักเห็นว่า ค่าธรรมเนียมการโอนหรือต้นทุนจากการใช้งานถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลทางลบต่อการยอมรับบาทดิจิทัล กล่าวคือ หากการใช้บาทดิจิทัลจะต้องเสียค่าธรรมเนียมการโอน จะทำให้เป็น

ภาระแก่ผู้ใช้งานและผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งอาจทำให้ประชาชนไม่ยอมรับการใช้บาทดิจิทัล แต่อาจเลือกใช้สื่อการชำระ
เงินอื่นๆ ที่ไม่เสียค่าธรรมเนียมแทนการใช้บาทดิจิทัล ดังนั้น การออกบาทดิจิทัลของธนาคารแห่งประเทศไทยควร
พิจารณาถึงปัจจัยด้านต้นทุนจากการใช้งานที่มีผลต่อการตัดสินใจยอมรับหรือไม่ยอมรับการใช้บาทดิจิทัลของ
ประชาชน

การขาดความรู้ด้านดิจิทัล (Lack of Digital literacy) และความกลัวภัยไซเบอร์ เป็นเหตุผลสำคัญที่มี
ผลทางลบต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้บาทดิจิทัลของประชาชน ผู้ให้ข้อมูลหลักเห็นว่า ธนาคารแห่งประเทศไทย
ควรร่วมมือกับภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนในการให้ความรู้ประชาชน เพื่อลดช่องว่างของการขาดความรู้
บางอย่าง เช่น ความรู้ด้านการเงิน ความรู้ด้านภัยไซเบอร์ ความรู้ด้านมาตรการความปลอดภัยในการใช้อุปกรณ์มือถือ
ตลอดจนควรเร่งรัดปราบปรามเรื่องภัยไซเบอร์ บัญชีม้า และแก๊งคอลเซ็นเตอร์ เพื่อลดช่องโหว่จากระบบปัจจุบันและ
สร้างความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมทางการเงินด้วยดิจิทัล

3. ผลการวิเคราะห์เนื้อหา และการวิเคราะห์แก่นสาระ จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จาก
การสัมภาษณ์ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก สามารถสรุปผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับสกุลเงินดิจิทัลที่ออกโดย
ธนาคารกลาง (บาทดิจิทัล) ของประชาชนในประเทศไทยได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบาทดิจิทัล

ปัจจัย	รายละเอียด	ทัศนคติที่มีต่อปัจจัย	แนวโน้ม การยอมรับ	ความสอดคล้อง กับงานวิจัยอื่น
1. คุณลักษณะประโยชน์ เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage)	1.1 สะดวก รวดเร็ว 1.2 ใช้งานง่าย	ทัศนคติเชิงบวก (Positive Attitude)	ยอมรับ	สอดคล้อง
2. ความสอดคล้องกับความต้องการใช้ (Compatibility)	2.1 ความเคยชินในการ โอนเงินด้วยวิธีการ ทางอิเล็กทรอนิกส์	ทัศนคติเชิงบวก (Positive Attitude)	ยอมรับ	สอดคล้อง
3. อิทธิพลจากกลุ่มคนใน สังคมและเครือข่าย (Network externality)	3.1 เพื่อนๆ และ ครอบครัวใช้กัน 3.2 มีจุดรับของร้านค้า มากมาย	ทัศนคติเชิงบวก (Positive Attitude)	ยอมรับ	สอดคล้อง
4. พฤติกรรมส่วนบุคคลใน การยอมรับนวัตกรรม (Personal innovativeness)	4.1 ความชอบนวัตกรรม และเทคโนโลยีใหม่ๆ	ทัศนคติเชิงบวก (Positive Attitude)	ยอมรับ	สอดคล้อง
	4.2 ความอยากใช้ อยากเรียนรู้			
	4.3 ขัดจำกัดจากความ ไม่ชอบเรียนรู้ นวัตกรรมและ เทคโนโลยีใหม่ๆ	ทัศนคติเชิงลบ (Negative Attitude)	ไม่ยอมรับ	สอดคล้อง
	4.4 ขัดจำกัดจากอายุ			

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัย	รายละเอียด	ทัศนคติที่มีต่อปัจจัย	แนวโน้มการยอมรับ	ความสอดคล้องกับงานวิจัยอื่น
5. ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับธนาคารกลาง (Trust)	5.1 ความเชื่อมั่นในธนาคารกลาง 5.2 ความเชื่อมั่นในบาทดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลาง	ทัศนคติเชิงบวก (Positive Attitude)	ยอมรับ	สอดคล้อง
6. ต้นทุนจากการใช้งาน (Transaction cost)	6.1 การเสียค่าธรรมเนียมการใช้งาน	ทัศนคติเชิงลบ (Negative Attitude)	ไม่ยอมรับ	สอดคล้อง
7. ความปลอดภัยไซเบอร์ (Cyber security)	7.1 ความไม่มั่นใจต่อระบบดิจิทัล 7.2 ความกังวลเรื่องแอฟต์แวร์ 7.3 ความกังวลกลัวถูกโกงจากระบบ	ทัศนคติเชิงลบ (Negative Attitude)	ไม่ยอมรับ	สอดคล้อง
8. การขาดความรู้ด้านดิจิทัล (Digital literacy)	8.1 การขาดความรู้ความชำนาญด้านดิจิทัล	ทัศนคติเชิงลบ (Negative Attitude)	ไม่ยอมรับ	สอดคล้อง

อภิปรายผล

ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบาทดิจิทัลสำหรับประชาชนในประเทศไทย ได้แก่ (1) คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantages) การอำนวยความสะดวกให้สามารถทำธุรกรรมดิจิทัลได้อย่างครบวงจร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sun & Rizaldy (2023) (2) ความสอดคล้องกับความต้องการใช้งาน (compatibility) เช่น มีความคุ้นชินกับการใช้งานโอนเงินด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Li (2023) (3) อิทธิพลจากกลุ่มคนในสังคมและเครือข่าย (Network Externalities) เช่น ใช้เพราะเพื่อนรอบข้างใช้ ครอบครัวใช้ หรือมีเครือข่ายที่ใช้กันกว้างขวาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Abass (2022) (4) พฤติกรรมส่วนบุคคลในการยอมรับนวัตกรรม (Personal Innovativeness) ช่วยผลักดันให้เกิดความอยากทดลองนวัตกรรมใหม่และบอกต่อคนรู้จักให้มาใช้งานมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Gupta et al. (2023) และงานของ Maryaningsih et al. (2022) (5) ความเชื่อมั่นต่อธนาคารกลาง (Trust) การที่ประชาชนเชื่อมั่นในธนาคารกลางมีผลต่อการยอมรับเงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bijlsma et al. (2021) (6) ต้นทุนจากการใช้งาน (Transaction Cost) เช่น การเลือกที่จะไม่ยอมใช้งานถ้าต้องเสียค่าธรรมเนียมการใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Xia et al. (2023) (7) ความปลอดภัยไซเบอร์ (Cyber Security) เช่น กลัวแอฟต์แวร์ทำให้ไม่ยอมใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ

Kiff et al. (2020) (8) การขาดความรู้ด้านดิจิทัล (Lack of Digital Literacy) เช่น ไม่เก่งเทคโนโลยี ทำให้ไม่อยากใช้ดิจิทัล สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wu et al. (2022)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ธนาคารกลาง ภาครัฐ และภาคเอกชน ควรร่วมมือกันสร้างเครือข่ายความร่วมมือ (Collaboration) ระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ในการสร้างการยอมรับบาทดิจิทัลที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนในสังคมไทย เช่น การสร้างเครือข่ายที่แพร่หลายในการใช้งานบาทดิจิทัล อาทิ ขยายจุดรับของร้านค้าให้รับได้แพร่หลาย ใช้งานได้สะดวก รวดเร็ว ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรม และมีความมั่นคงปลอดภัยของระบบ

1.2 การพิจารณาแนวทางการสร้างความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) และการสร้างความรู้ทางดิจิทัล (Digital Literacy) แก่ประชาชน รวมถึงการให้ความรู้ความเข้าใจเฉพาะด้านเกี่ยวกับบาทดิจิทัล และความตระหนักรู้ทางการป้องกันภัยไซเบอร์ เพื่อยกระดับความรู้ของประชาชนให้เท่าเทียมกันและสร้างความเชื่อมั่นใจในการใช้บาทดิจิทัลแก่ภาคประชาชนในประเทศไทย

1.3 การสร้างความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการใช้งานบาทดิจิทัล เช่น เทคโนโลยีและสัญญาณเครือข่ายในประเทศไทยควรพร้อมรองรับการใช้งานของประชาชนในประเทศไทยอย่างทั่วถึง เนื่องจากหากมีความไม่เท่าเทียมในการเข้าถึงเครือข่ายสัญญาณ เช่น ไม่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต ไม่มีแพคเกจอินเทอร์เน็ต อาจเป็นอุปสรรคต่อการยอมรับการใช้งานบาทดิจิทัลของประชาชนในประเทศไทย

1.4 การมีแผนสำรองสำหรับบาทดิจิทัลในรูปของ Card รองรับ รวมถึงยังมีเงินสดแบบธนบัตรและเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนอยู่เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับประชาชนที่ไม่สะดวกใช้ดิจิทัล รวมถึงภาครัฐควรมีบทบาทและมาตรการสนับสนุนการใช้งานบาทดิจิทัลของประชาชนโดยการมีนโยบายภาครัฐที่มีความต่อเนื่อง เช่น การใช้บาทดิจิทัลเป็นช่องทางจ่ายสวัสดิการจากภาครัฐ และมีมาตรการส่วนลดที่จูงใจกระตุ้นการใช้งานของประชาชนอย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การเก็บข้อมูลวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก การศึกษาครั้งต่อไปอาจใช้วิธีการที่ต่างออกไป เช่น การเก็บข้อมูลแบบสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) หรือใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ เช่น การส่งแบบสอบถามและประมวลผลด้วยวิธีการทางสถิติ เพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพงานวิจัยและขยายผลออกไปวงกว้าง (Generalization) มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Abass, D. (2022). *A Study on Public Perception on the Adoption of Central Bank Digital Currency (CBDC) in Ireland*. Thesis of the Degree of Doctor Program. Dublin: National College of Ireland.
- Bank of Thailand. (2024). *Retail CBDC Pilot Program – Conclusion Report*. [Online]. Retrieved from: https://www.bot.or.th/en/financial-innovation/digital-finance/central-bank-digital-currency/_/Pilot-CBDC-2024.html

- Bank of Thailand. (2021). *The way forward for retail central bank digital currency in Thailand*. [Online]. Retrieved from: https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/financial-innovation/cbdc/20210402_BOT_RetailCBDCPaper.pdf
- Bijlsma, M., van der Crujisen, C., Jonker, N., & Reijerink, J. (2021). What triggers consumer adoption of CBDC? *De Nederlandsche Bank Working Paper*, 709.
- Chantavanich, S. (2014). *Qualitative research methods*. 22nd ed. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai)
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field methods*, 18(1), 59-82.
- Gupta, S., Pandey, D. K., El Ammari, A., & Sahu, G. P. (2023). Do perceived risks and benefits impact trust and willingness to adopt CBDCs? *Research in International Business and Finance*, 66(1), 1-17.
- Katz, M. L., & Shapiro, C. (1985). Network externalities, competition, and compatibility. *The American economic review*, 75(3), 424-440.
- Kiff, M. J., Alwazir, J., Davidovic, S., Farias, A., Khan, M. A., Khiaonarong, M. T., & Zhou, P. (2020). A survey of research on retail central bank digital currency. *International Monetary Fund*.
- Kosse, A., & Mattei, I. (2023). Making Headway-Results of the 2022. BIS survey on central bank digital currencies and crypto. *BIS Papers*.
- Li, J. (2023). Predicting the demand for central bank digital currency: A structural analysis with survey data. *Journal of Monetary Economics*, 134(1), 73-85.
- Liébana-Cabanillas, F., Ramos de Luna, I., & Montoro-Ríos, F. J. (2015). User behaviour in QR mobile payment system: the QR Payment Acceptance Model. *Technology Analysis & Strategic Management*, 27(9), 1031-1049.
- Maryaningsih, N., Nazara, S., Kacaribu, F. N., & Juhro, S. M. (2022). Central Bank digital currency: What factors determine its adoption? *Bulletin of Monetary Economics and Banking*, 25(1), 1-24.
- Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2014). Diffusion of innovations. In *An integrated approach to communication theory and research*. 432-448. Routledge.
- Salmony, D. M. (2023). Do we really need another dollar, euro, pound or yuan? How to create the right ecosystem for a successful central bank digital currency? *Journal of Payments Strategy & Systems*, 17(1), 8-25.
- Soderberg, G., Kiff, M. J., Tourpe, H., Bechara, M. M., Forte, S., Kao, K., & Yoshinaga, A. (2023). *How Should Central Banks Explore Central Bank Digital Currency?* International Monetary Fund.
- Sun, T., & Rizaldy, R. (2023). Some Lessons from Asian E-Money Schemes for the Adoption of Central Bank Digital Currency. *International Monetary Fund*.

- Talwar, S., Dhir, A., Khalil, A., Mohan, G., & Islam, A. N. (2020). Point of adoption and beyond. Initial trust and mobile-payment continuation intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102086.
- Turner, R. C., & Carlson, L. (2003). Indexes of item-objective congruence for multidimensional items. *International journal of testing*, 3(2), 163-171.
- Wannapinyo, O. (2023). Collaborative Governance Approach among Public, Private, and Civil Society in Designing of Central Bank Digital Currency in Thailand. *PAAT Journal*, 5(10), 132-142. (in Thai)
- World Economic Forum. (2023). *Central Bank Digital Currency Global Interoperability Principles*. [Online]. Retrieved from: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Central_Bank_Digital_Currency_Global_Interoperability_Principles_2023.pdf
- Wu, G., Yang, J., & Hu, Q. (2022). Research on factors affecting people's intention to use digital currency: Empirical evidence from China. *Frontiers in Psychology*, 13(1), 928735.
- Xia, H., Gao, Y., & Zhang, J. Z. (2023). Understanding the adoption context of China's digital currency electronic payment. *Financial Innovation*, 9(1), 1-27.