พฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR-code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

Behaviors of merit makers who donated their money through the QR code service of Buddha Monthon Office, Nakhon Pathom province

กัญญ์จรินทร์ ละออศรี
สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Kancharin La-orsri
E-mail: ktubbyman@gmail.com
Major: Finance and Banking, Faculty of Business Administration
Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา พฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR-code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ (1) ศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ของผู้มาทำบุญผ่าน QR-code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม (2) ศึกษาพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR-code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม (3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR-code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ (ประชาชนทั่วไป) ผู้มาทำบุญบริจาคเงินผ่าน QR-code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ในช่วงเทศกาลวันวิสาขบูชา เดือนพฤษภาคม 2562 โดยใช้สูตร Yamane ในการคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง จากประชากร จำนวน 87 คน ได้กลุ่มตัวอย่าง 72 คน และกันความคลาดเคลื่อนจึงเพิ่มการแจกแบบสอบถามอีก 10 คน รวม 82 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลและใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานประกอบด้วย t-test (Independent samples) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว F-test (One-way ANOVA)

ผลการศึกษา พบว่า 1. ผู้มาทำบุญบริจาคเงินทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 30-39 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/รับจ้าง และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท

2. ผู้มาทำบุญผ่าน QR-code มีความคิดเห็นด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับเห็นด้วยมาก ผู้มาทำบุญผ่าน QR-code มีการรับรู้ปัญหาในข้อการใช้งานเหมาะสมกับพฤติกรรมการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน ด้านการค้นหาข้อมูล ในการบริจาคจะสอบถามครอบครัวก่อน ด้านประเมินทางเลือก เลือวิธีการใช้งานไม่ซับซ้อน ใช้งานง่าย ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เลือกบริจาคเงินทำบุญผ่าน QR-code เพราะความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลา และด้านการประเมินหลังการใช้ จะเลือกบริจาคเงินผ่าน QR-code ต่อไป

3. การพิสูจน์สมมติฐาน ผู้มาทำบุญที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR-code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ไม่แตกต่างกัน มีเพียงสมมติฐาน ผู้มาทำบุญที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR-code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ : บริจาคเงินทำบุญ; ผู้มาทำบุญ; QR-code

Abstract

This research was conducted to study the behaviors of merit makers who donated their money through the QR code of the Buddha Monthon Office in Nakhon Pathom province. The research objectives were 1) to study demographic characteristics of merit makers who donated their money through the QR code service of the Buddha Monthon Office, Nakhon Pathom province; 2) to study the behaviors of merit makers who donated their money through the QR code of the Buddha Monthon Office, Nakhon Pathom province, and 3) to compare the behaviors of merit makers who donated their money through the QR code of the Buddha Monthon Office, Nakhon Pathom province. Sample group consisted of people who made a merit by donating money through the QR code service of Buddha Monthon Office, Nakhon Pathom province during Visakhabucha Day in May 2019. Yamane formula was calculated to obtain a sample group of 72 out of 87 people. To prevent errors, a questionnaire was used to obtain data from 10 people, which made a total of 82 people. The sample group was selected using Accidental Sampling. The researcher employed a questionnaire to collect data and a package program to analyze the data to find percentage, Mean, Standard Deviation, and inferential statistics, which consisted of T-test (Independent samples) and F-test (One-way ANOVA).

Findings revealed that:

1) the merit makers who donated through the QR code service were more female than male, aged 30-39, had undergraduate level of education or equivalence, worked as business owners, freelance, or employees with a monthly salary ranged from 20,001 to 30,000 baht;

2) the merit makers through QR code agreed with the decision to use the service in a high level. They were aware of problems that related to their daily life. For the donation information search, it showed that they consulted their family first. Regarding options of using the service, they used it because it was simple and easy to use. For decision making

to use the QR code, they reasoned that it was quick and could save time. Concerning the evaluation after using the service, they would continue using the QR code service;

3) Pertaining to hypothesis testing, the merit makers who differed in sex, age, and occupation showed no different behaviors in donating their money through the QR code service. Only the merit makers with differences in education and monthly income showed different behaviors in donating their money through the QR code with a statistical significant level of 0.05

Keywords: donation; merit makers; QR code

บทนำ

การทำบุญกับศรัทธาในการนับถือศาสนาพุทธ เป็นของคู่กันมาตั้งแต่สมัยพุทธกาล จวบจนเข้าสู่ปีที่ 2,600 แห่งการเกิดขึ้นของพระพุทธศาสนา มีการกล่าวถึงการทำบุญทำทานอาทิ นางสุชาดา กวนข้าวมธุปายาส เพื่อนำถวายเทพเทวดาที่โคนต้นไม้ แต่เมื่อไปถึงได้ถวายให้พระพุทธเจ้าเพราะคิดว่าคือเทวดาที่มารับของสักการะจากนาง เป็นต้น

ในประเทศไทย พบว่าพระพุทธศาสนาได้เข้ามาตั้งแต่สมัยสุโขทัย เข้ามาหลายสายทั้งตอนบนของประเทศ และตอนล่างของประเทศ อีกทั้งมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิต แนวคิด และวัฒนธรรมไทยเป็นอย่างมาก ช่วยจรรโลงให้สังคมอยู่ในความสงบสุข โดยหลักธรรม คำสอน ขององค์พระสัมมา สัมพุทธเจ้า ศาสนาพุทธเป็นหนึ่งในศาสนาต่างๆ บนโลกที่มีผู้ให้ความนับถือเป็นจำนวนมาก จากประเทศอินเดีย แหล่งกำเนิดของศาสนาและเข้าสู่ประเทศไทยซึ่งเป็นช่วงเดียวกันที่เข้าสู่ประเทศศรีลังกา ด้วยการส่งพระสมณทูตไปเผยแผ่พระพุทธศาสนาในประเทศต่าง ๆ 9 สาย โดยการอุปถัมภ์ของพระเจ้าอโศกมหาราช กษัตริย์อินเดีย ในขณะนั้นประเทศไทยรวมอยู่ในดินแดนที่เรียกว่า สุวรรณภูมิ ซึ่งมีขอบเขตกว้างขวาง มีประเทศรวมกันอยู่ในดินแดนส่วนนี้ไม่น้อยกว่า ๗ ประเทศ ได้แก่ ไทย พม่า ศรีลังกา ญวน กัมพูชา ลาว มาเลเซีย ซึ่งสันนิษฐานว่า มีใจกลางอยู่ที่จังหวัดนครปฐมของไทย เนื่องจากได้พบโบราณวัตถุที่สำคัญ เช่น พระปฐมเจดีย์ และรูปธรรมจักรกวางหมอบ เป็นหลักฐานสำคัญ แต่พม่าก็สันนิษฐานว่า มีใจกลางอยู่ที่เมืองสะเทิม ภาคใต้ของพม่า พระพุทธศาสนาเข้ามาสู่สุวรรณภูมิในยุคนี้ นำโดยพระโสณะและพระอุตตระ พระเถระชาวอินเดีย เดินทางมาเผยแผ่พระพุทธศาสนาในแถบนี้ (“พระพุทธศาสนาในประเทศไทย”, 2560) จนเจริญรุ่งเรืองมาตามลำดับมาถึงปัจจุบัน และในการทำนุบำรุงพระพุทธศาสนาในแต่ละยุคสมัยมีหลายองค์ประกอบ พุทธศาสนิกชนผู้มีใจเมตตานำสิ่งของมาทำบุญและถวาย ผ้าไตร ไทยธรรม การถวายสิ่งของ เครื่องใช้ รวมถึงปัจจัย เพื่อให้มีศาสนทายาทสืบทอดต่อไป

และในปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตประจำวันของคนในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือหรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีการใช้งานอย่างแพร่หลาย การใช้งานผ่านระบบ อินเทอร์เน็ท รวมทั้งโปรแกรมเมอร์ในยุคปัจจุบันพัฒนาแอพพลิเคชั่นที่เกี่ยวเนื่องกับกิจกรรมการใช้ชีวิตของคนและนำมาใช้งานบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ว่าจะเป็นการบริการธนาคารออนไลน์ ผ่านอินเตอร์เน็ทแบงก์กิ้ง (Internet Banking) นำมาสู่ โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) และการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR – code รหัสคิวอาร์ หรือบาร์โค้ดสองมิติ โดยอาศัยโทรศัพท์เคลื่อนที่ และระบบอินเทอร์เน็ทเป็น

สื่อกลางในการทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ประสบความสำเร็จมากจาก โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking)

สำนักงานพุทธมณฑล เป็นหน่วยงานราชการในสังกัด สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ มีหน้าที่ สนองงานคณะสงฆ์ ดูแล บำรุงรักษาพุทธมณฑล บนเนื้อที่ 2,500 ไร่ ตั้งอยู่ที่ ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม นอกจากการดูแล บำรุงรักษา ได้จัดให้มีพื้นที่ส่งเสริมพระพุทธศาสนาและกิจกรรมวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา อาทิ การฟังเทศน์ในวันพระ การถวายสังฆทาน การปฏิบัติธรรมของพระสงฆ์และคฤหัสถ์ ตลอดทั้งปี เพื่อส่งเสริมให้พุทธมณฑลเป็นศูนย์กลางพระพุทธศาสนาโลก กิจกรรมต่างๆ มีประชาชนเข้าร่วมเป็นจำนวนมาก และร่วมกันบริจาคเงินทำบุญเข้ากองทุนบำรุงรักษาพุทธมณฑลผ่านกิจกรรมต่างๆ เพื่อเป็นการรองรับจิตศรัทธาผู้มาทำบุญ ในปี 2560 สำนักงานพุทธมณฑล ได้ติดต่อธนาคารไทยพาณิชย์ เพื่อนำ QR – code มาให้บริการบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code เป็นการเพิ่มช่องทางและความรวดเร็ว ลดการแออัดให้กับผู้มาร่วมกิจกรรมและประสงค์จะทำบุญ เมื่อเทียบกับการใช้งานโทรศัพท์มือถือ และจำนวนผู้มาทำบุญมีการตอบรับบริจาคเงินผ่าน QR – code จำนวนน้อย

ดังนั้น การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR - code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจ เนื่องจากเป็นการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ร่วมกับธุรกรรมทางการเงิน ที่ใช้ในหน่วยงานมาทำการวิจัย ทั้งนี้ สามารถนำผลการวิจัย ไปเป็นแนวทางในการพัฒนางานในด้านอื่น ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR-code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ของผู้มาทำบุญผ่าน QR-code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม
2. ศึกษาพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR-code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR-code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา พฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR-code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนทั่วไป (ผู้มาทำบุญ) ที่มาทำบุญโดยบริจาคเงินทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ในช่วงสงกรานต์ เดือนเมษายน 2562 จำนวน 87 คน (อ้างอิง จากกลุ่มช่วยอำนวยการ สำนักงานพุทธมณฑล)

2. ตัวแปรที่ศึกษา แบ่งเป็น 2 ประเภท

2.1 ตัวแปรอิสระ คือ สถานภาพลักษณะทางประชากรของผู้มาทำบุญกับสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

2.2 ตัวแปรตาม พฤติกรรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR - code

สมมติฐานการวิจัย

การค้นคว้าอิสระนี้ ได้ตั้งสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR-code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้มาทำบุญที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้มาทำบุญที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ผู้มาทำบุญที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ผู้มาทำบุญที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ผู้มาทำบุญที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ที่แตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

จากการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึง พฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR-code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม เพื่อนำผลไปใช้ประโยชน์ได้ดังนี้

1. เพื่อทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ในลักษณะทางประชากร เกี่ยวกับพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR-code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

2. เพื่อช่วยผู้ที่เกี่ยวข้องนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการให้บริการบริจาคเงินผ่าน QR - code ในด้านภาพรวม ของแอพพลิเคชั่น ลักษณะการให้บริการ และรูปแบบการใช้งาน เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะประชากร และพฤติกรรมการใช้งาน

3. เพื่อผู้ที่สนใจนำผลการวิจัยไปเป็นองค์ความรู้และเป็นแนวทางให้แก่ผู้ที่สนที่จะศึกษาทำการวิจัยที่ใกล้เคียง เรื่อง พฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฤทัยภัทร ทำว่อง (2557) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอพพลิเคชั่นบนสมาร์ทโฟนของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตลำปาง 1 ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าธนาคารมีกระบวนการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่าน แอพพลิเคชั่นบนสมาร์ทโฟนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ขั้นตอนที่มีระดับการตัดสินใจมากที่สุดคือ ขั้นการประเมินหลัง การซื้อ รองลงมาคือ ขั้นการ

ตัดสินใจใช้บริการ และขั้นการประเมินทางเลือก ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอพลิเคชั่นบนสมาร์ทโฟนของลูกค้า ธนาคารออมสินตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่าแตกต่างกันตามอายุ ระดับการศึกษาและอาชีพ

จิรวัฒน์ วงศ์ธงชัย (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติของผู้ใช้งานกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้งานกลุ่มเจเนอเรชั่นวายมี ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นด้านความได้เปรียบเหนือเทคโนโลยีเดิม ความสนุกในการใช้งาน ความสอดคล้องกับคุณค่า ความต้องการ และประสบการณ์ ในอดีต ความง่ายในการใช้งานและความมีประโยชน์ ตามลำดับ ยิ่งไปกว่านั้นผู้ใช้งานกลุ่มเจเนอเรชั่นวายมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นด้านการยืนยันในเทคโนโลยีและการใช้งานจริง ตามลำดับ การวิจัยพบว่า ปัจจยัด้านการรับรู้มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ ยิ่งไปกว่านั้น ปัจจัยด้านการรับรู้มีผลกระทบต่อการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติของผู้ใช้งานกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย โดยปัจจัยการรับรู้มีผลกระทบต่อการยอมรับในเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติของผู้ใช้งานกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในด้านความสอดคล้องกับคุณค่า ความต้องการ และประสบการณ์ในอดีต ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านความมีประโยชน์ และด้านความสนุกในการใช้งาน ตามลำดับ ผู้ใช้งานกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อาชีพ และรายได้ แตกต่างกันมีการรับรู้ในเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติแตกต่างกัน อีกทั้งผู้ใช้งานกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่ มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อาชีพ และรายได้ แตกต่างกันมีการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ด สองมิติแตกต่างกัน

พิมพ์นริญต์ เอกสุภักดิ์ (2558) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความเชื่อมั่นในการใช้บริการรหัสคิวอาร์ทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ในด้านพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินทั่วไป ส่วนใหญ่มีการใช้บริการ 2 - 5 ครั้ง ต่อเดือน ใช้เวลาน้อยกว่า 5 นาทีต่อครั้ง จำนวนเงินเฉลี่ยที่ ทำรายการอยู่ระหว่าง 1,001 – 5,000 บาทต่อครั้ง โดยทำธุรกรรมประเภทถอนและใช้บริการผ่านตู้ ATM ส่วนพฤติกรรมการใช้บริการผ่านรหัสคิวอาร์ พบว่า ส่วนใหญ่มี การใช้บริการน้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน ในการชำระค่าสินค้า ใช้เวลาน้อยกว่า 5 นาที และเหตุผลที ใช้บริการ คือ ความรวดเร็วในการใช้บริการ สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการ ในส่วนที่รู้จักและไม่รู้จักบริการมีสัดส่วน ใกล้เคียงกัน กลุ่มที่ รู้จักจะรับรู้บริการผ่านทางโฆษณาทางโทรทัศน์หรือหนังสือพิมพ์ ในด้านความเชื่อมั่นในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ เคยใช้บริการโดยเฉลี่ยมีความเชื่อมั่นในบริการ มากกว่ากลุ่มที่ ไม่เคยใช้บริการทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความปลอดภัยของข้อมูล ด้านเทคโนโลยี และด้านผลกระทบ จากความผิดพลาดของเทคโนโลยี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01, 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ แสดงว่า ความเชื่อมั่นในบริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการดังกล่าว ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ มีอายุน้อยมักใช้บริการประเภท ฝาก ถอน หรือโอน ในขณะที่ อายุมากจะใช้บริการประเภทจ่ายบิลหรือชำระค่าสินค้ามากกว่า กลุ่มที่มีรายได้สูงจะใช้ บริการบ่อยกว่าด้วยบริการประเภทชำระค่าสินค้าหรือจ่ายบิล อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีแนวโน้มใช้บริการ ประเภทโอน จ่ายบิล หรือชำระค่าสินค้ามากกว่าอาชีพอื่น การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีแนวโน้มใช้บริการ ประเภทโอน จ่ายบิล หรือชำระค่าสินค้ามากกว่ากลุ่มที่ มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีที่ใช้บริการประเภทฝาก หรือถอน ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์ระดับทั่วไปหรือเชี่ยวชาญจะมีการใช้บริการรหัสคิวอาร์มากกว่ากลุ่มที่ เริ่มต้นใช้งานหรือไม่เคยใช้งานเลย ด้วยบริการประเภทโอน จ่ายบิล หรือชำระค่าสินค้าเป็นส่วนมาก ในด้าน ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความเชื่อมั่นในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ พบว่า ปัจจยัส่วนบุคคลด้านเพศ, อาชีพ และระดับการศึกษา มีผลอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ต่อความเชื่อมั่น ทั้ง 3 ด้าน ในขณะที่ ปัจจัยด้านอายุ, รายได้, สถานภาพสมรส และระดับความเชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์ มีผลต่อ ความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของข้อมูลและด้านเทคโนโลยี

สรธารา ทองต่อ (2556) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมคิวอาร์โค้ด : กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยมหิดล ผลการวิจัย พบว่า นักศึกษามีการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมคิวอาร์โค้ดโดยรวมอยู่ในระดับปาน กลาง และมีการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมคิวอาร์โค้ด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อ จำแนกตามเพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แต่มีการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมคิวอาร์โค้ดที่แตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อจำแนกตามจำนวนชั่วโมงโดยเฉลี่ยในการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ ต่อวัน และจากการสัมภาษณ์ พบว่า นักศึกษารู้จักและทราบถึงวิธีการใช้งานคิวอาร์โค้ด โดยพบเจอคิวอาร์โค้ด บ่อยครั้งจากสื่อสิ่งพิมพ์ ตัวผลิตภัณฑ์ และสื่อออนไลน์ นักศึกษาคิดเห็นว่าคิวอาร์โค้ดเป็นสิ่งที่น่าสนใจ และมี ประโยชน์ทำให้เข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว แต่เนื่องจากยังไม่มีการนำมาใช้งานที่เกี่ยวข้องกับ นักศึกษาโดยตรง อีกทั้งยังมีทางเลือกการสื่อสารด้วยวิธีอื่นอีกมากมายที่คุ้นเคย และสะดวกกว่า นักศึกษาจึงยังไม่ ค่อยใช้งานคิวอาร์โค้ดมากนัก แต่เมื่อใดที่มีความจำเป็นต้องใช้งาน หรือมีบุคคลในสังคมใช้งานคิวอาร์โค้ดอย่าง แพร่หลายมากกว่าปัจจุบัน นักศึกษาก็พร้อมที่จะใช้งานคิวอาร์โค้ดมากขึ้น

นาตยา ศรีสว่างสุข (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชั่นมายโมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ : กรณีศึกษา ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าการยอมรับแอปพลิเคชั่นมายโมด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในความพยายาม ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก และภาพรวมมีความสำคัญในระดับมาก ส่วนด้านอิทธิพลของสังคมมีความสำคัญในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า อายุ อาชีพ และฟังก์ชั่นการใช้งานเป็นประจำที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชั่นมายโมด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในความพยายาม ด้านอิทธิพลของสังคม ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก และในภาพรวม ส่วนความถี่ในการใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชั่นมายโมในทุกๆ ด้าน ยกเว้นด้านอิทธิพลของสังคม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) มุ่งศึกษาพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนทั่วไป (ผู้มาทำบุญ) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane (1976, p.125) ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 72 คน เพื่อกันความคลาดเคลื่อน เพิ่มเติมอีก จำนวน 10 คน ทำให้การแจกแบบสอบถามในครั้งนี้รวมทั้งสิ้น จำนวน 82 ชุด

เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ช่วงสัปดาห์ส่งเสริมการเผยแผ่พระพุทธศาสนา เนื่องในเทศกาลวันวิสาขบูชา วันสำคัญสากลของโลก ประจำปี 2562

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขออนุญาตแจกแบบสอบถามรายบุคคลแบบสุ่มแบบบังเอิญภายในพื้นที่พุทธมณฑล

2. แจกแบบสอบถาม แบบสุ่มแบบบังเอิญ จำนวน 82 ชุด ในช่วงสัปดาห์ส่งเสริมการเผยแผ่พระพุทธศาสนา เนื่องในเทศกาลวันวิสาขบูชา วันสำคัญสากลของโลก ประจำปี 2562 เดือนพฤษภาคม 2562 และเก็บรวบรวมแบบสอบถามได้คืน จำนวน 82 ชุด

3. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ นับจำนวนและทำการจัดเก็บเพิ่มเติมให้ครบตามจำนวนที่ต้องการ

4. นำข้อมูลไปประมวลผลผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บแบบสอบถามที่ได้แจกไปกลับมาตรวจสอบ และคัดเลือกฉบับที่มีความสมบูรณ์สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีขั้นตอนดำเนินงาน ดังนี้

1. นำข้อมูลจากแบบสอบถาม ตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้มาทำบุญที่บริจาคเงินทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ที่มีการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามแบบเลือกตอบวิเคราะห์ข้อมูล โดยหาค่าร้อยละ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม ตอนที่ 2 โดยการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (arithmetic mean -- $\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation -- SD) ซึ่งแปรค่าเฉลี่ยของความคิดเห็น เกณฑ์ความหมายของค่าเฉลี่ย โดยผู้วิจัยได้กำหนดโดยใช้สูตรต่อไปนี้ (Best,1977:174)

สูตรการกำหนดช่วงคะแนน

ช่วงคะแนน (I) = <u>คะแนนสูงสุด – คะแนนต่ำสุด</u>

จำนวนช่วง

$$I = \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.8$$

จะได้ช่วงคะแนนเฉลี่ยและระดับความความคิดเห็น ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก
คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของแบบสอบถาม ได้แก่

1.1 การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา

1.2 การวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในตอนที่ 2 ซึ่งเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ตามวิธีของลิเคอร์ท โดยใช้สถิติแอลฟ่าของคอนบาค

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณา (descriptive statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติ ดังนี้

2.1 ค่าร้อยละ

2.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต

2.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน

3.1 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ t - test

3.2 การทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว F - test (one – way ANoVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม” สรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะประชากรของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code

1.1 ประชาชนทั่วไปที่ทำบุญผ่าน QR – code เพศหญิงมากกว่าเพศชาย เป็นเพศหญิง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 64.6 และเป็นเพศชาย จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 35.4

1.2 อายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 40 - 49 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9 และอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6

1.3 ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ระดับ ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 รองลงมาคือ การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 และการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 15.9

1.4 อาชีพ ประกอบอาชีพเป็น ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/รับจ้าง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1 รองลงมาคือ พนักงานเอกชน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 ข้าราชการ/พนักงานราชการ/ลูกจ้างภาครัฐ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 8 คนและนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4

1.5 รายได้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001–30,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมาคือ 10,001 -20,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 36.6 รายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 11 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 6 คน รายได้ 20,000 บาทขึ้นไป จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 11.90 บาท และ40,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 5 คน
คิดเป็นร้อยละ 6.1

2. ศึกษาพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code

2.1 ผู้มาทำบุญมีปัจจัยและเหตุผลเกี่ยวกับพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 เมื่อพิจารณา รายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 รองลงมาคือ ด้านการประเมินทางเลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .50 ส่วนด้านอื่น ๆ กลุ่มตัวอย่างมีระดับเห็นด้วยมาก เรียงลำดับค่ามากไปหาค่าน้อย ได้แก่ ด้านการประเมินหลังการใช้, ด้านการรับรู้ปัญหา และด้านการค้นหาข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69, 3.66 และ 3.63

2.2 ผู้มาทำบุญมีปัจจัยและเหตุผลเกี่ยวกับพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน

QR – code มีการรับรู้ปัญหาสูงสุดคือ การใช้งานเหมาะสมกับพฤติกรรมการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 รองลงมาคือ ท่านมีความถนัดและสนใจในการใช้เทคโนโลยีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 และป้ายประกาศประชาสัมพันธ์ทำให้ท่านต้องการบริจาคเงินทำบุญผ่าน QR – code มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ท่านพบเห็นป้ายประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการบริจาคเงินทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล และท่านเข้าใจคำแนะนำวิธีการบริจาคเงินทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49

2.3 ผู้มาทำบุญมีปัจจัยและเหตุผลเกี่ยวกับพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code มีความรู้ด้านการค้นหาข้อมูลโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และมีความรู้ด้านการค้นหาข้อมูลที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ในการบริจาคท่านสอบถามครอบครัวก่อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 รองลงมาคือ ท่านได้สอบถามข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้งานมาก่อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านได้หาข้อมูลโดยสอบถามข้อมูลจากพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

2.4 ผู้มาทำบุญมีปัจจัยและเหตุผลเกี่ยวกับพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code มีความรู้ด้านการประเมินทางเลือกโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วิธีการใช้งานไม่ซับซ้อน ใช้งานง่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 รองลงมาคือ การบริจาคเงินทำบุญผ่าน QR – code ที่ใช้มีความน่าเชื่อถือ, มีลักษณะของการใช้งานทันสมัยกับปัจจุบัน, การบริจาคเงินทำบุญผ่าน QR – code มีความปลอดภัยสูง ตามลำดับ ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.78 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การบริจาคเงินทำบุญผ่าน QR – code ต้องมีผู้อื่นแนะนำขั้นตอนเพิ่มเติมจึงสำเร็จ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54

2.5 ผู้มาทำบุญมีปัจจัยและเหตุผลเกี่ยวกับพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code มีความรู้ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เลือกบริจาคเงินทำบุญผ่าน QR – code เพราะความสะดวกรวดเร็วประหยัดเวลา มีค่าเฉลี่ยสูงสูด คือ 3.83 รองลงมาคือ ครอบครัวมีส่วนร่วมในการตัดสินใจบริจาคเงินทำบุญผ่าน QR – code และเลือกบริจาคเงินทำบุญผ่าน QR – code เพราะมีความปลอดภัยในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.80 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ผู้อื่น(ที่ไม่ใช่คนในครอบครัว) มีส่วนร่วมในการตัดสินใจบริจาคเงินทำบุญผ่าน QR – code มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72

2.6 ผู้มาทำบุญมีปัจจัยและเหตุผลเกี่ยวกับพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code มีความรู้ด้านการประเมินหลังการใช้โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านจะบริจาคเงินผ่าน QR – code ต่อไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 รองลงมาคือเมื่อเกิดปัญหาในการใช้งานท่านทำการติดต่อ ธนาคารผู้ให้บริการได้ทันที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านจะแนะนำการบริจาคเงินทำบุญผ่าน QR – code หากมีความพอใจในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

3. เปรียบเทียบพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

3.1 ผู้มาทำบุญเพศชายและเพศหญิง มีพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

3.2 ผู้มาทำบุญจำแนกตามอายุ พฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

3.3 ผู้มาทำบุญที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ส่วนในการประเมินหลังการใช้ และการประเมินทางเลือกผู้มาทำบุญที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านระดับการศึกษาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 ค่า sig = 0.03 และ0.01

3.4 ผู้มาทำบุญที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

3.5 ผู้มาทำบุญที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ส่วนในด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการประเมินทางเลือก และด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้มาทำบุญที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านรายได้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 ค่า sig = 0.02, 0.03 และ0.007

4. ผลทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้มาทำบุญที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้มาทำบุญที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ผู้มาทำบุญที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ผู้มาทำบุญที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ผู้มาทำบุญที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย “พฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม” ได้ทำการอภิปรายผลแบ่งออกได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะประชากรของผู้มาทำบุญบริจาคเงินทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ช่วงอายุ 30-39 ปี จำนวน 35 คน การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 49 คน ปัจจัยหรือเหตุผลในด้านการรับรู้ปัญหาโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากมีค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมา คือ ท่านมีความถนัดและสนใจในการใช้เทคโนโลยีมาก และป้ายประกาศประชาสัมพันธ์ทำให้ท่านต้องการบริจาคเงินทำบุญผ่าน QR-code ตามลำดับ สอดคล้องกับสรุปผลการศึกษาของ พิมพ์นริญต์ เอกสุภักดิ์ (2558) กลุ่มตัวอย่างที่สอบถาม มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า เหตุผลที่ใช้บริการ คือ ด้านความรวดเร็ว ในการใช้บริการ กลุ่มที่รู้จักจะรับรู้บริการผ่านทางโฆษณาทางโทรทศัน์หรือหนังสือพิมพ์ ความเชื่อมั่น ของกลุ่มตัวอย่างโดย

รวมอยู่ในระดับมากจึงสรุปได้ว่า ความเชื่อมั่นในการใช้บริการรหัสคิวอาร์ทำธุรกรรมทางการเงินของธนาคารไทยพาณิชย์ มีส่วน สำคัญในการตัดสินใจใช้บริการดังกล่าว

2. พฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ด้านการค้นหาข้อมูล โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 3.68 รองลงมาคือ ท่านได้สอบถามข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้งานมาก่อน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จิรวัฒน์ วงศ์ธงชัย (2555) ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้งานกลุ่มเจเนอเรชั่นวายมี ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นด้านความได้เปรียบเหนือเทคโนโลยีเดิม ความสนุกในการใช้งาน ความสอดคล้องกับคุณค่าความต้องการ และประสบการณ์ในอดีต ความง่ายในการใช้งานและความมีประโยชน์ ตามลำดับ

3. เปรียบเทียบพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ตามลักษณะประชากรศาสตร์ รายได้ กับพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญ โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พิมพ์นริญต์ เอกสุภักดี (2558) ผลการศึกษาพว่าในด้านพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยมักใช้บริการประเภท ฝาก ถอน หรือโอน ในขณะที่ อายุมากจะใช้บริการประเภทจ่ายบิลหรือชำระค่าสินค้ามากกว่ากลุ่มที่มีรายได้สูงจะใช้บริการย่อยกว่าด้วยบริการประเภทชำระค่าสินค้าหรือจ่ายบิล อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีแนวโน้มใช้บริการประเภทโอน จ่ายบิล หรือชำระค่าสินค้ามากกว่าอาชีพอื่น

ข้อเสนอแนะ

จากอภิปรายผลการวิจัย “พฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม” มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากอภิปรายผลการวิจัย ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะประชากรของผู้มาทำบุญบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ที่มีช่วงอายุ 30 – 39 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีปัจจัยหรือเหตุผลในด้านการรับรู้ปัญหา ความถนัดและสนใจในการใช้เทคโนโลยีมาก และเมื่อเห็นป้ายประกาศประชาสัมพันธ์ทำให้ต้องการบริจาคเงินทำบุญผ่าน QR-code ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้สำนักงานพุทธมณฑล จัดทำสื่อที่เหมาะกับช่วงวัย และให้เกิดความน่าสนใจ เพราะเป็นช่วงวัยที่ตอบรับสิ่งเร้าที่สะดวก ง่าย รวดเร็ว เนื่องจากมีประสบการณ์และความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ประสบการณ์และการรู้วิธีในการใช้งาน จะเป็นตัวกระตุ้นในการที่อยากจะใช้งานการบริจาคเงินทำบุญผ่าน QR-code รวมถึงรายได้มีผลต่อการทำบุญ

2. จากอภิปรายผลการวิจัย พฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ด้านการค้นหาข้อมูล การสอบถามข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้งานมาก่อน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้สำนักงานพุทธมณฑล มีจุดให้บริการแนะนำหรือบริการสอบถามข้อมูลที่ชัดเจน มีป้ายแสดงขั้นตอนที่ชัดเจน มีผู้ให้คำแนะนำต่อผู้มาทำกิจกรรมอื่นที่ใช้เวลาในพุทธมณฑลเป็นเวลานานต่อเนื่องเช่น โครงการค่ายคุณธรรมฯ โครงการแหล่งเรียนรู้ฯ เป็นต้น เพื่อให้ผู้เข้าร่วมโครงการเป็นสื่อกลางแนะนำบุคคลอื่นต่อไป

3. จากอภิปรายผลการวิจัย เปรียบเทียบพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ตามลักษณะประชากรศาสตร์ รายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมบริจาคเงินทำบุญของผู้มาทำบุญผ่าน QR – code ของสำนักงานพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม แตกต่างกัน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้สำนักงานพุทธมณฑล ในส่วนการทำกิจกรรมที่หลากหลาย ควบคู่กับป้าย

คำแนะนำที่ชัดเจนเกี่ยวกับการทำบุญผ่าน QR – code ไม่ได้จำกัดยอดในการบริจาคในแต่ละครั้งจะบริจาคเท่าไหร่ก็ได้ เพื่อไม่ให้เป็นข้อจัดต่อศรัทธาของผู้มาทำบุญ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยในครั้งถัดไป ควรเพิ่มระยะเวลาในการแจกแบบสอบถาม และเพิ่มการวิจัยด้านปัญหาส่วนบุคคล หรือปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการใช้งานบริจาคเงินทำบุญผ่าน QR – code เพื่อให้ทราบปัญหาที่เกิดจากการบริจาคเงินทำบุญผ่าน QR – code แล้วสามารถนำไปปรับปรุงในการให้บริการ หรือนำไปปรับปรุงเพื่อใช้งานในส่วนงานอื่นของหน่วยงานต่างๆ ของผู้ที่ต้องการนำไปเป็นข้อมูลในการวิจัยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงวัฒนธรรม. **ความหมายและวิธีการการทำบุญของคนไทย** (ออนไลน์). (2559). สืบค้นจาก : https://www.m-culture.go.th/young/ewt_news.php?nid=662 &filename=index

กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2550. **การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับบริหารและวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คณะกรรมการอำนวยการจัดสร้างพุทธมณฑล. **พุทธมณฑล เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชฯ มหาราช**. กรุงเทพฯ. บริษัท วิคตอรี่เพาเวอร์พอยท์ จำกัด, 2531. 488 หน้า. ภาพประกอบ.

จิรวัฒน์ วงศ์ธงชัย. 2555. **ปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติของผู้ใช้งานกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย**. วิทยานิพนธ์ การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

ธรรมไทย.**พระพุทธศาสนาในประเทศไทย** (ออนไลน์). (2560). สืบค้นจาก : http://www.dhammathai.org/thailand/thailand.php [14 เมษายน 2562]

นาตยา ศรีสว่างสุข. 2558. **ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชั่นมายโมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ : กรณีศึกษา ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร.** การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล-ธัญบุรี.

พิมพ์นริญต์ เอกสุภักดิ์. 2558. **พฤติกรรมและความเชื่อมั่นในการใช้บริการรหัสคิวอาร์ทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)**. การศึกษาค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฤทัยภัทร ทำว่อง. 2557. **การตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอพพลิเคชั่นบนสมาร์ทโฟนของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตลำปาง 1**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเนชั่น.

สรธารา ทองต่อ. 2556. **การตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมคิวอาร์โค้ด : กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยมหิดล**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการสื่อสารและการพัฒนา) บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหิดล.