

**ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment
ของประชากรในกรุงเทพมหานคร**
Factors affecting intention to use of QR Code Payment in Bangkok.

ปิยวรรณ วรรณขาว
สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Piyawan Wannakhao
E-mail: 6514060095@rumail.ru.ac.th
Faculty of Business Administration Program in Accounting
Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร รวมถึงการศึกษาโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร เคยใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ใช้บริการผ่านผู้ให้บริการรายใด และความถี่ในการใช้บริการ ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพ ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับปัจจัยด้านบัญชี ได้แก่ รายได้ ค่าใช้จ่าย และสัดส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ ส่วนที่ 4 เกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน และส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษา พบว่า ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครที่เคยใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ที่มี เพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษา ต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครที่เคยใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ที่มี อาชีพ ต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านบัญชี ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านหนี้สิน ในขณะที่ด้านรายได้ และค่าใช้จ่าย ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ที่นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ในขณะที่ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ที่นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยด้านบัญชี, ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และการตัดสินใจใช้บริการ

Abstract

This research examines Factors affecting intention to use QR Code Payment Services among the population in Bangkok. The objectives of this research are to study the decision-making of the population in Bangkok to use QR Code Payment by personal factors, accounting factors, and technology acceptance factors. The research methodology involved questionnaires developed by the researcher, divided into 5 sections, which are Part 1: The basic screening questions for the respondent's residency in Bangkok, their experience using QR Code payment services, the service provider they use, and the frequency of usage. Part 2: Questions about the personal data of the respondent, such as gender, age, status, education level, and occupation. Part 3: Questions about accounting factors, this section covers gross monthly income, gross monthly expenses, and the debt-to-assets ratio. Part 4: Questions about technology acceptance factors, this includes perceived usefulness, perceived ease of use, and attitudes toward usage. Part 5: Questionnaire about intention to use of QR Code Payment in Bangkok.

The study found significant statistical differences (at the 0.05 level) in the decision to use QR Code payment services among the population in Bangkok based on gender, age, marital status, and educational level. However, there were no significant statistical differences (at the 0.05 level) based on occupation. In terms of accounting factors, debt was found to have a significant influence on the decision to use QR Code payment services, while income and expenses did not show significant statistical influence (at the 0.05 level). Regarding technology acceptance factors, perceived usefulness and attitudes toward usage significantly influenced the decision to use QR Code payment services, whereas perceived ease of use did not show a significant statistical influence (at the 0.05 level).

Keyword: Accounting factors, Technology acceptance factors and Intention to use

บทนำ

สังคมไร้เงินสด หรือ Cashless Society คือ สังคมที่ลดการใช้เงินสดด้วยการชำระเงินสด แล้วหันมาใช้จ่ายเงินด้วยสมาร์ทโฟน ผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ โดยปัจจุบันประเทศไทยเริ่มพกเงินสดสำหรับใช้จ่ายในชีวิตประจำวันน้อยลง โดยหันมาใช้จ่ายเงินผ่านการสแกน QR Code ด้วยโทรศัพท์มือถือเพื่อทำการชำระเงินค่าสินค้าและบริการผ่านแอปพลิเคชันธนาคารมากขึ้นเรื่อย ๆ รวมไปถึงร้านค้าปลีกเล็กๆ ร้านอาหารตามสั่ง หรือกระทั่งรถเข็นข้างทางมีการให้บริการชำระเงินผ่าน QR Code สำหรับสแกนจ่ายให้บริการแล้ว (บมจ.บัตรกรุงไทย จำกัด, 2567)

ระบบ Prompt pay นับเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ผลักดันประเทศไทยก้าวขึ้นสู่การเป็นสังคมดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงการแพร่ระบาดของโควิด 19 ประชาชนปรับพฤติกรรมมาทำธุรกรรมผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้นมาก ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) จึงมุ่งต่อยอดบริการพร้อมเพย์ให้เกิดประโยชน์ในวงกว้างขึ้น ด้วยการเชื่อมโยงการโอนเงินและการชำระเงินระหว่างประเทศโดยเฉพาะจากธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยว ซึ่งปี 2566 ที่ผ่านมา ไทยและลาวมีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างกันสูงถึง 2 ล้านคน และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในอนาคต (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566)

จากความสำคัญที่ได้กล่าวมาเบื้องต้นผู้วิจัยมีความต้องการทราบว่ามีการใช้จ่ายบ้างที่มีผลต่อการใช้งานระบบ QR Code Payment เช่น ใช้จ่ายด้านบุคคลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค, ใช้จ่ายด้านบัญชีเกี่ยวกับรายได้ ค่าใช้จ่าย หนี้สินของผู้บริโภค, ใช้จ่ายการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับ ประโยชน์ของการใช้งาน ความสะดวกในการใช้งาน และทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ความพึงพอใจของผู้บริโภคหลังการใช้งานระบบ QR Code Payment เป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยคาดว่าผลการวิจัยในครั้งนี้ จะสามารถให้ผู้ประกอบการเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายมากขึ้น ปรับปรุงการให้บริการระบบ QR Code Payment ให้ตรงความต้องการของผู้บริโภคในครั้งต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาใช้จ่ายด้านบัญชี และใช้จ่ายการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของงานวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ได้การศึกษาในครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 5,459,374 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2567)

2. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการวิจัย

การทำวิจัยเรื่องใช้จ่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร มีระยะเวลาดำเนินการตั้งแต่เดือนมีนาคม 2567 ถึงเดือนมิถุนายน 2567

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

1. ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย (1) ใช้จ่ายส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพ (2) ใช้จ่ายด้านบัญชี ได้แก่ รายได้ ค่าใช้จ่าย และหนี้สิน (3) ใช้จ่ายการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้ถึงความมีประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ และทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน

2. ตัวแปรตาม คือ ใช้จ่ายการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

สมมุติฐานของการวิจัย

ใช้จ่ายด้านบัญชี และใช้จ่ายด้านการยอมรับเทคโนโลยี น่าจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับใช้จ่ายทางด้านบัญชี

สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2563 ได้ให้ความหมายของรายได้ ค่าใช้จ่าย และหนี้สิน ตามรายละเอียดดังนี้

รายได้ (Income) คือ การเพิ่มขึ้นของประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในช่วงเวลารายงาน ซึ่งปรากฏในรูปของการเข้ามาของกระแสเงินสด การเพิ่มขึ้นของมูลค่าทรัพย์สิน หรือการลดลงของหนี้สิน ซึ่งทั้งหมดนี้ส่งผลให้ส่วนของเจ้าของมีมูลค่าเพิ่มขึ้น ยกเว้นเงินทุนที่ได้รับจากผู้ถือหุ้น รายได้อาจมาในหลายรูปแบบ ซึ่งหมายความว่ารายได้สามารถมาจากกิจกรรมหลักของธุรกิจ (Revenue) หรือกำไรที่เกิดจากกิจกรรมอื่น ๆ เช่น กำไรจากการขายทรัพย์สิน (Gain)

หนี้สิน (Liabilities) หมายถึง ภาระผูกพันในปัจจุบันของกิจการ ซึ่งเกิดจากเหตุการณ์ในอดีต กิจการคาดว่าจะต้องสูญเสียทรัพยากรที่มีประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในอนาคตเพื่อชำระภาระผูกพันเหล่านี้ การชำระหนี้สินอาจเกิดขึ้นได้ในหลายรูปแบบ เช่น การจ่ายเงินสด การให้บริการ การโอนทรัพย์สินอื่น การเปลี่ยนภาระผูกพันเดิมเป็นภาระผูกพันใหม่ หรือการแปลงหนี้เป็นทุน โดยการชำระหนี้สินเหล่านี้เป็นการคาดการณ์การสูญเสียทรัพยากรในอนาคตที่มีผลกระทบเชิงเศรษฐกิจต่อกิจการ

Davis (1985) เป็นผู้นำเอาแนวคิดพื้นฐานมาพัฒนาแบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (A technology acceptance model หรือ TAM) เพื่อการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี โดยได้พิจารณาตัวแปรปัจจัยภายนอก (External Variables) ต่างๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับรู้ของผู้ใช้ใน 2 ลักษณะ ได้แก่ (1) การรับรู้ถึงควมมีประโยชน์ (2) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ส่งผลกับทัศนคติต่อการใช้งาน จะก่อให้เกิดพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน และส่งผลให้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้จริง

Kotler and Keller (2006) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคสามารถพิจารณาตามขั้นตอนต่างๆ ได้เป็น 5 ขั้นตอนโดยเริ่มจากเหตุการณ์ก่อนที่จะมีการใช้บริการสินค้าจริงๆ จนถึงเหตุการณ์ภายหลังจากการใช้บริการซึ่งสรุป ขั้นตอนที่สำคัญ ดังนี้ (1) การรับรู้ถึงความต้องการ (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินทางเลือกในการตัดสินใจการใช้บริการ (4) การตัดสินใจการใช้บริการ (5) พฤติกรรมหลังการใช้บริการ

```
graph LR; A[ปัจจัยส่วนบุคคล  
1. เพศ 2. อายุ 3. สถานภาพ  
4. ระดับการศึกษา 5. อาชีพ] --> D[การตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่าน  
QR Code Payment  
ของประชากรในกรุงเทพมหานคร]; B[ปัจจัยด้านบัญชี  
1. รายได้ 2. ค่าใช้จ่าย 3. หนี้สิน] --> D; C[ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี (TAM)  
1. การรับรู้ถึงประโยชน์  
2. การรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้  
3. ทศนคติที่มีต่อการใช้งาน] --> D;
```

ปัจจัยส่วนบุคคล

1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพ
4. ระดับการศึกษา
5. อาชีพ

ปัจจัยด้านบัญชี

1. รายได้
2. ค่าใช้จ่าย
3. หนี้สิน

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี (TAM)

1. การรับรู้ถึงประโยชน์
2. การรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้
3. ทศนคติที่มีต่อการใช้งาน

การตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. การออกแบบการวิจัย

การศึกษาเป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental research design) ซึ่งเป็นการวิจัยที่ศึกษาหาคำตอบด้วยการเก็บข้อมูลจากสิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ที่เกิดขึ้นจริง โดยที่ผู้วิจัยไม่ได้เปลี่ยนแปลงข้อมูลใดๆ หรือสร้างขึ้นมาใหม่ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย เพื่อสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการวิเคราะห์ผลข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ

2. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 5,459,374 คน โดยคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีของทาโร ยามาเน (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ค่าความคาดเคลื่อนที่ 0.05 จะได้ขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน โดยการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 400 คน และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คำถามเบื้องต้นเพื่อคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับการคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อความจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถาม การใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment การเลือกผู้ให้บริการ และความถี่ในการใช้บริการ โดยเป็นข้อความแบบตรวจสอบรายการ (check-list) กำหนดให้เลือกตอบแบบสอบถามเพียงแค่ 1 คำตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 คำถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพ โดยเป็นข้อความแบบตรวจสอบรายการ (check-list) กำหนดให้เลือกตอบแบบสอบถามเพียงแค่ 1 คำตอบ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านบัญชี มีข้อความจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท/เดือน) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน (บาท/เดือน) และสัดส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (ประมาณการเป็นร้อยละ) เป็นคำถามปลายเปิด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ ด้านการรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้ และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน โดยมีข้อความจำนวน 9 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment มีข้อความจำนวน 3 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยต่างๆ รวมถึงตัวแปรงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านบัญชี ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และ การตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร เพื่อใช้กำหนดกรอบแนวคิดในงานวิจัย

2. จัดทำนิยามศัพท์ของกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยให้ความหมายของตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในกรอบแนวคิด เพื่อให้สามารถวัดผลได้อย่างชัดเจนขึ้น

3. นำนิยามศัพท์เฉพาะด้านที่ได้มาเป็นแนวทางในการสร้างข้อความ โดยต้องครบคลุม และสอดคล้องกับนิยามศัพท์ของตัวแปรทั้งหมด

4. จัดทำแบบสอบถาม โดยประกอบด้วยโครงสร้าง 5 ส่วน ดังนี้
 - ส่วนที่ 1 คำถามเบื้องต้นเพื่อคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อคำถาม
 - ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อคำถาม
 - ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านบัญชี ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 ข้อคำถาม
 - ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร จำนวน 9 ข้อคำถาม
 - ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 ข้อคำถาม
5. นำแบบสอบถามที่ได้จัดทำขึ้นเสนอให้แก่ผู้เชี่ยวชาญ และอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง และปรับปรุงแก้ไข ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิด เพื่อนำไปใช้เก็บแบบสอบถามจริง

5. การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

1. การตรวจค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) คือ กระบวนการทางวิจัยที่ใช้เพื่อประเมินว่าเครื่องมือการวัดหรือแบบสอบถามที่พัฒนามานั้นมีความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่ต้องการวัด สอดคล้องกับความต้องการของสิ่งที่ต้องศึกษาหรือไม่ ค่าความตรงเชิงเนื้อหา ดำเนินการประเมินผ่านการประเมินจากนักเชี่ยวชาญทางการวิจัย จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

- (1) ดร.วัชรพงษ์ ดันต์พรชัย ตำแหน่ง อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- (2) รศ.วันเพ็ญ อนิวรรณพงศ์ ตำแหน่ง อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- (3) ดร.นิเวศน์ ธรรมะ ตำแหน่ง อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านได้ทำการวัดคุณภาพของเครื่องมือด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index Of Consistency: IOC) ของข้อคำถามแต่ละข้อ หากค่า IOC มากกว่า 0.5 หมายถึง ข้อคำถามแต่ละข้อมีความสอดคล้องครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการวัด ใช้ในการเก็บข้อมูลจริงได้ จากผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน พบว่า ค่า IOC ของแบบสอบถามงานวิจัยนี้แต่ละข้อคำถามมีค่ามากกว่า 0.50 แสดงให้เห็นว่าสามารถนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Per-Test) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อทำการหาข้อบกพร่องที่จะเกิดขึ้น

2. การหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามแต่ละข้อคำถาม โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1970) โดยกำหนดให้ต้องมีค่า 0.5 ขึ้นไป ซึ่งแบบสอบถามชุดนี้ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.967 แสดงให้เห็นว่า ข้อคำถามแต่ละข้อ มีระดับความเชื่อมั่นสูง และสามารถนำไปเก็บข้อมูลต่อได้ เมื่อแยกเป็นรายด้านตัวแปร

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปจัดทำเป็นแบบสอบถามทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือ ประชากรในกรุงเทพมหานครโดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ซึ่งหลังจากเก็บรวบรวมครบ 400 ชุด ผู้วิจัยจะดำเนินการขั้นตอนต่อไป คือ การนำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์ พร้อมทั้งคำนวณผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

7. เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพ

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านบัญชี และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis (MRA)

ผลการวิจัย

วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 มีช่วงอายุระหว่าง 15-27 ปี จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.25 มีสถานภาพโสด จำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 80.75 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพ ของผู้ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนบุคคล		จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
เพศ	หญิง	226	56.50
อายุ	15-27 ปี	241	60.25
สถานภาพ	โสด	323	80.75
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี	224	56.00
อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน	216	54.00

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยบัญชี และ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี	b	Std. Error	Beta	t	Sig	F	Sig.
ค่าคงที่	1.157	0.221		5.234	0.000*	51.626	0.000*
ด้านรายได้	-6.13E-07	0.000	-0.024	-0.392	0.696		
ด้านค่าใช้จ่าย	3.54E-06	0.000	0.083	1.332	0.183		
ด้านหนี้สิน	-0.003	0.001	-0.125	-3.244	0.001*		
การรับรู้ถึงควมมีประโยชน์	0.348	0.062	0.293	5.579	0.000*		
การรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้	0.065	0.064	0.068	1.003	0.317		
ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	0.335	0.052	0.379	6.373	0.000*		

R =0.664, R²= 0.441, Adjust R Square = 0.432, SEE = 0.343, *Sig < 0.05

จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้านบัญชี และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านหนี้สิน ด้านการรับรู้ถึงควมมีประโยชน์ และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ปัจจัยด้านรายได้ ด้านค่าใช้จ่าย และด้านการรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

โดยตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ด้านการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ รองมาคือ ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ต่อมาคือ ด้านหนี้สิน ตามลำดับ ซึ่งตัวแปรดังกล่าวสามารถอธิบายความแปรปรวนของ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 44.10 หรือมีอำนาจพยากรณ์ร้อยละ 44.10 และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ± 0.221 ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ดังนี้

$$Y = 1.157 + 0.348 (\text{การรับรู้ถึงความมีประโยชน์}) + 0.335 (\text{ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน}) - 0.003 (\text{ด้านหนี้สิน})$$

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านบัญชี และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษา พบว่ามีตัวแปรอิสระ 3 ตัวแปร มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ (1) ด้านหนี้สิน (2) ด้านการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ (3) ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน โดยตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ด้านการรับรู้ประโยชน์ โดยจากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การรับรู้ค่าบริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment มีความสะดวกกว่าการชำระด้วยเงินสด การรับรู้ค่าบริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment และสามารถเก็บข้อมูลประวัติการโอนเงินของการใช้บริการแต่ละครั้งได้ ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของภานัน วงศ์กิตติชัยกุล (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งาน Krungthai NEXT ของกลุ่มวัยสี่เงินในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง

รองลงมา คือ ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ผู้ที่มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญกับ ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน โดยจากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การเชื่อว่าบริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment เป็นสิ่งที่มีประโยชน์ต่อการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน การเชื่อว่าบริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment มีความปลอดภัย เนื่องจากต้องมีการยืนยันตัวตนทุกครั้งที่ทำรายการ และการเชื่อว่าบริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment เป็นสิ่งที่มีประโยชน์ต่อการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัชชา สุขเอม และสุมาลี รามัญญ (2566) ศึกษาเรื่อง ทัศนคติในฐานะปัจจัยคั่นกลางที่เชื่อมโยงการรับรู้ความง่ายและการรับรู้ประโยชน์สู่ความตั้งใจใช้บริการในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติ มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจใช้บริการ ผลการวิจัยพบว่าทัศนคติมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการโดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ 0.001 เนื่องจากผู้บริกรมีความรู้สึกประทับใจ เต็มใจที่จะใช้บริการและมีความเข้าใจว่าเป็นระบบที่สามารถช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้ให้บริการได้ โดยผู้ให้บริการมองว่าระบบ สามารถตอบสนองความต้องการได้

และน้อยที่สุด คือ ด้านหนี้สิน โดยจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มประชากรส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 15- 27 ปี เป็นกลุ่มนักศึกษาหรือผู้เริ่มทำงาน ซึ่งอยู่ในช่วง Gen Z ดังนั้นอาจยังไม่สร้างหนี้หรือมีหนี้สินน้อย เนื่องจากยังไม่มีควมจำเป็นในการกู้ยืมเงินเพื่อใช้จ่าย และการให้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment เป็นการเสกนผ่านบัญชีธนาคารโดยตรง ทำให้ต้องมีเงินในบัญชีถึงจะสามารถจ่ายชำระเงินผ่าน QR Code ได้ ผู้ใช้บริการที่ไม่มีเงินในบัญชีหรือต้องการตั้งหนี้ จึงใช้วิธีการอื่นในการชำระเงิน เช่น การชำระด้วยบัตรเครดิต เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัยสำหรับการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ผู้ประกอบการควรนำเสนอรูปแบบแอปพลิเคชันโดยมีการประชาสัมพันธ์การใช้งานให้เข้าถึงคนทุกระดับ
2. ด้านหนี้สิน ผู้ประกอบการควรให้ความรู้สำหรับชำระเงินผ่าน QR Code ในการจ่ายชำระหนี้ผ่านผู้ให้บริการต่างๆ มีการเสนอตัวเลือกการชำระหนี้ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ ให้หันมาชำระเงินผ่าน QR Code มากขึ้น
3. ด้านการรับรู้ประโยชน์ ผู้ให้บริการควรให้ความรู้ถึงการมีประโยชน์ของการชำระเงินผ่าน QR Code Payment เช่น ความสะดวกในการใช้งาน หรือสามารถเก็บข้อมูลการโอนเงินได้ เป็นต้น จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงประโยชน์ แล้วหันมาใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment มากขึ้น
4. ด้านทัศนคติ ผู้ให้บริการควรทำระบบให้มีความปลอดภัย ให้รับรู้ว่ามีประโยชน์ต่อการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน และพัฒนาแอปพลิเคชัน ให้มีความน่าสนใจ เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ซึ่งจะสร้างความเชื่อมั่นให้เพิ่มมากขึ้น และส่งผลต่อธุรกิจได้ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการวิจัยผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดอื่นๆ ด้วย เพื่อให้ผลการศึกษาคอบคลุม
2. ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code Payment ด้านอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อให้งานวิจัยมีผลลัพธ์ที่ครบถ้วน และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
3. ควรมีการทดสอบนำสถิติอื่นๆ ที่นอกเหนือจากสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลในการวิจัยนี้ มาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่มีความหลากหลายแตกต่าง ให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ธัชชา สุขหอม และสุมาลี รามัญญ์, (2566). *ทัศนคติในฐานะปัจจัยคั่นกลางที่เชื่อมโยงการรับรู้ความง่ายและการรับรู้ประโยชน์สู่ความตั้งใจใช้บริการในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครอ้อมน้อย*. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์นมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 9 ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม 2566)
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). *ความเป็นมาของการเชื่อมโยงระบบการชำระเงิน*. ค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2567, จาก https://www.bot.or.th/th/financial-innovation/digital-finance/digital-payment/cross-border-payment.html#accordion-60403_f9376-item-cd06764ac2
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2567). *แถลงข่าวร่วมการเปิดให้บริการชำระเงินข้ามพรมแดนผ่าน QR ระหว่างประเทศไทยและ สปป. ลาว*. ค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2567, จาก <https://www.bot.or.th/th/news-and-media/news/news-20240403.html>
- บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน). (2567). *สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) คืออะไร ข้อดี-ข้อเสียมีอะไรบ้าง*. ค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2567, จาก <https://www.ktc.co.th/article/knowledge/financial/cashless-society>
- บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน). (2567). *QR Payment คืออะไร มีกี่แบบ ทำไมร้านค้าควรใช้รับเงิน*. ค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2567, จาก <https://www.ktc.co.th/article /knowledge/business/qr-payment>

- ปภานัน วงศ์กิตติชัยกุล, (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งาน *Krungthai NEXT* ของกลุ่มวัยสี่เงินในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ภัททิยา ล้อมมอญ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน *Skyscanner* ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2563). คู่มืออธิบายกรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน. ค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2567, จาก <https://acprostd.tfac.or.th/standard/1>
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2567). สถิติประชากรทางการทะเบียนราษฎร(รายเดือน). ค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2567, จาก <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/displayData>
- Davis, B., and Warshaw. (1989). "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology." *MIS Quarterly*, 13, 3: 319–339.
- Kotler and Keller. (2006). *Marketing and introduction*. 6th ed. New Jersey: Pearson Education