

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภค  
ในเขตกรุงเทพมหานคร  
FACTORS AFFECTING CONSUMER ACCEPTANCE OF SMARTPHONE PAYMENT  
SERVICES IN BANGKOK

ชญานีย์ ศรีรอบรู้  
สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
ผู้รับผิดชอบบทความ  
THANYANEE SRIROBROO  
E-mail : 6214154099@rmail.ru.ac.th  
Faculty of Business Administration Program in Accounting, Ramkhamhaeng University  
Corresponding author

---

**บทคัดย่อ**

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านความง่ายในการใช้งาน และด้านทัศนคติต่อการใช้จ่ายส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

**คำสำคัญ** : การยอมรับ, สมาร์ทโฟน

**ABSTRACT**

The objectives of this research consists of the following; (1) to study the acceptance of the use of payment services via smartphones by consumers in Bangkok, and (2) to study the factors affecting the acceptance of the use of payment services via smart phones by consumers in Bangkok.

The sample group used in this research consists of 400 consumers within Bangkok, through the use of questionnaires as a data collection tool. The statistics used in the analysis were mean and standard deviations, and the use of multiple regression analysis to test the hypothesis.

Results of the study revealed that the factors and attitudes regarding perceived benefits on the ease of use plays a significant role in the acceptance of smartphone payment services among consumers in Bangkok

**Keywords :** Acceptance, Smart phone

## บทนำ

ในปัจจุบันได้มีการนำโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ และระบบเครือข่ายการติดต่อสื่อสารหรืออินเทอร์เน็ต เข้ามาประยุกต์ใช้งานด้านการเงินและธนาคาร เพื่อเพิ่มช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินได้มากมายหลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Internet Banking และ Mobile Banking ซึ่งเป็นบริการทางการเงินแห่งยุคดิจิทัลที่นิยมแพร่หลายกันมากที่สุดในปัจจุบัน และยังเป็นตัวกระตุ้นสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ในประเทศไทยอีกด้วย การทำธุรกรรมทางการเงินในยุคปัจจุบันเรียกว่าสะดวกสบายเอามาก ๆ ไม่จำเป็นต้องเดินทางออกนอกบ้านกันอีกแล้ว เพียงแค่อยู่ที่บ้านหรือที่ไหน ๆ ก็ตามแต่ก็สามารถดำเนินทำกิจกรรมทางการเงินได้มากมาย เช่น การตรวจสอบยอดเงิน การโอนเงิน การชำระค่าสินค้าและบริการ นอกจากนี้ยังสามารถบริหารจัดการเงินในบัญชีให้เกิดประโยชน์และงอกเงยได้อย่างง่ายดายไม่ว่าจะเป็นการออมเงิน การลงทุน การทำประกัน กองทุน ซื้องาสลาก เป็นต้น ซึ่งเหล่านี้ล้วนเป็นการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์และยังให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงอีกด้วย

หลายปีที่ผ่านมา e-Payments ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้จ่ายและลดต้นทุนการทำธุรกรรมการเงินของคนไทย โดยมีส่วนช่วยให้การใช้เงินสด (เหรียญ/ธนบัตร) ลดลง โดยเฉพาะในช่วง 2 - 3 ปีที่ผ่านมา ที่การใช้ e-Payments เติบโตในอัตราที่ก้าวกระโดด ยิ่งทำให้ประชาชนใช้เงินสดลดลงมากขึ้น อย่างไรก็ตาม เราอาจจะสรุปได้เพียงว่า "ในปัจจุบันสังคมไทยอาจไม่ใช่ cashless แต่เป็น less cash" ในระยะข้างหน้า ไทยจะเป็นหนึ่งในประเทศที่ก้าวสู่สังคมไร้เงินสดได้โดยเฉพาะหากมีนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ e-Payments ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ ของผู้ให้บริการซึ่งตอบโจทย์ความต้องการทำให้ประชาชนอยากใช้และมั่นใจในความปลอดภัย

สำหรับประเทศไทยข้อมูลชี้ว่าแม้คนไทยจะนิยมใช้ e-Payments ในการชำระเงินมากขึ้นแต่การใช้เงินสดก็ยังถือเป็นสื่อกลางหลักของการชำระเงิน สะท้อนจากสัดส่วนเงินสดที่หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ (currency in circulation: CIC) ต่อ GDP ที่ไม่ได้ปรับลดลง แต่ทรงตัวที่ประมาณร้อยละ 9.0 ขณะที่สัดส่วนมูลค่าการใช้ e-Payments ต่อ GDP กลับเพิ่มขึ้นในระยะหลัง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564)

ดังนั้นผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญและมีความสนใจในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภค ซึ่งจะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภค โดยมีแนวคิดในการวิจัยคือศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านความง่ายในการใช้งาน และด้านทัศนคติต่อการใช้จ่ายส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคหรือไม่ โดยข้อมูลที่ได้อาจจากการศึกษาจะเป็นโอกาสให้กับผู้ประกอบการสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์สร้างจุดแข็งให้กับการประกอบธุรกิจการค้าออนไลน์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายและลดช่องโหว่ในด้านต่าง ๆ ให้น้อยลงเพื่อให้เกิดความมั่นใจกับใช้บริการมากยิ่งขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

### ขอบเขตของงานวิจัย

1. **ประชากรและตัวอย่าง** คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทางผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่แน่นอน จึงใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) โดยที่ผู้วิจัยได้กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ 0.05 จึงทำให้มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และจากการเปิดตารางพบว่า จำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 400 คน

2. **ด้านเนื้อหา** คือ เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมุ่งหมายวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภค 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านความง่ายในการใช้งาน และด้านทัศนคติต่อการใช้

### ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. **ตัวแปรอิสระ** ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน และทัศนคติต่อการใช้
2. **ตัวแปรตาม** ได้แก่ การยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 5 ชั้น คือ 1) ชั้นรับรู้ (Awareness) 2) ชั้นสนใจ (Interest) 3) ชั้นการประเมิน (Evaluation) 4) ชั้นการทดลอง (Trial) 5) ชั้นการยอมรับ (Adoption)

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

### การทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้แยกปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

#### ด้านการรับรู้ประโยชน์

Davis, F.D. (1989) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ประโยชน์ไว้ว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) หมายถึง ระดับความเชื่อของบุคคลที่มีโอกาสเป็นผู้ใช้งานระบบเทคโนโลยีว่าเทคโนโลยีดังกล่าวมีประโยชน์แก่ตนและมีแนวโน้มช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของตนได้

เพนเดอร์ (1996) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ประโยชน์ไว้ว่า การรับรู้ประโยชน์เป็นระดับความเชื่อหนึ่งจะได้รับประโยชน์ใดบ้างจากการแสดงพฤติกรรมหนึ่ง หรือระดับความเชื่อของบุคคลหนึ่งว่าเมื่อกระทำพฤติกรรมหนึ่งแล้วจะทำให้ตนได้รับผลตอบแทนเชิงบวกจากการกระทำนั้น เช่น การใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ที่สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน หรือช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้แก่ผู้ใช้งานได้

ลลิตา อุดรชัยนิตย์ (2562) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ประโยชน์ไว้ว่า การรับรู้ประโยชน์ (Perceived benefit) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้วาระบบสารสนเทศที่นำมาใช้นั้นก่อให้เกิดประโยชน์และถ้าหากมีการใช้ระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นใหม่จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพดีขึ้น ซึ่งการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจใช้ระบบสารสนเทศ

สุวรรณี มาน้อย (2562) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ถึงประโยชน์ไว้ว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ หมายถึง การรับรู้ถึงทัศนคติ แรงจูงใจด้านความบันเทิง การรับรู้ถึงมูลค่าราคาการใช้บริการ และความเคยชินในการใช้งานระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

สุพัตรา วังเย็น (2563) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ประโยชน์ไว้ว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) หมายถึง การรับรู้ประโยชน์มีส่วนช่วยพัฒนาความรู้ความสามารถประสิทธิภาพการทำงานการเรียนรวมทั้งมีส่วนช่วยเพิ่มพูนความรู้และทำให้งานด้านบัญชีของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดเป็นมาตรฐานเดียวกัน มีความถูกต้อง และสามารถตรวจสอบได้โดยง่าย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภค ด้านการรับรู้ประโยชน์ หมายถึง ระดับความเชื่อของบุคคลที่มีโอกาสเป็นผู้ใช้งานระบบเทคโนโลยีว่าเทคโนโลยีดังกล่าวมีความเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิต ไม่ว่าจะเป็นการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ การชำระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ แทนเงินสด พร้อมทั้งสามารถใช้งานได้ตลอดเวลา ใช้งานได้ทุกสถานที่ และสามารถเข้าถึงบริการได้สะดวกและรวดเร็ว

#### **ด้านความง่ายในการใช้งาน**

Davis, F.D. (1989) ได้ให้ความหมายของความง่ายต่อการใช้งานไว้ว่า การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน คือ ระดับความเชื่อ ความคาดหวังของผู้ที่จะใช้ระบบสารสนเทศว่าระบบสารสนเทศดังกล่าวเป็นระบบที่เรียนรู้ได้ง่าย ไม่ต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการเรียนรู้ที่จะใช้ระบบหรือในการเข้าใจระบบ โดยเดวิสได้นิยามการรับรู้ความง่ายตามคำจำกัดความของคำว่า ง่าย และ ปราศจากความยากหรือความพยายาม

ศศิพร เหมือนศรีชัย (2555) ได้ให้ความหมายของความง่ายต่อการใช้งานไว้ว่า ความง่ายต่อการใช้งาน คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน ได้แก่ ลักษณะการเกี่ยวข้องกับงานและประสบการณ์, การฝึกอบรม, ความเข้ากันได้ของระบบ, และความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง

สุนันทา หลบภัย (2558) ได้ให้ความหมายของความง่ายต่อการใช้งานไว้ว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน หมายถึง ระดับความเชื่อของผู้ใช้ที่คาดหวังต่อระบบที่มีการพัฒนาขึ้นและเป็นเป้าหมายจะต้องมีความง่ายในการเรียนรู้ที่จะใช้งานและไม่ต้องใช้ความพยายามมาก การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อการใช้ระบบและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการใช้ระบบโดยส่งผ่านการรับรู้ประโยชน์ โดยการรับรู้ความง่ายในการใช้งานแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้และด้านความตั้งใจในการใช้งาน

สุพัตรา วงเย็น (2563) ได้ให้ความหมายของความง่ายต่อการใช้งานไว้ว่า ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) หมายถึง การใช้เทคโนโลยีโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปได้อย่างง่าย เป็นระบบที่ได้รับมาตรฐาน สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากเกินไปและสามารถแนะนำผู้อื่นใช้งานได้โดยง่าย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภค ด้านความง่ายในการใช้งาน หมายถึง ผู้ใช้บริการรับรู้ว่าการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่นั้นง่ายต่อการเรียนรู้ ไม่ซับซ้อน และมีความสะดวกในการใช้งาน

### **ด้านทัศนคติต่อการใช้**

นอร์แมน แอล มุน (1971) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึก และความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใด ๆ ในทางที่จะยอมรับ หรือปฏิเสธซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด

โรเจอร์ (1978) ได้กล่าวถึง ทัศนคติ ว่าเป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุ หรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดยที่ทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสารอันจะมีผลต่อ พฤติกรรมต่อไป

เดวิส (1998) ได้ให้ความหมายของทัศนคติในการใช้ไว้ว่า ทัศนคติในการใช้ คือ ทัศนคติในการใช้งาน มีผลมาจากการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ระบบ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการยอมรับการใช้งานจริง

ชยาภรณ์ กิตติสิทธิชัย (2559) ได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึก ความคิดหรือความเชื่อ และแนวโน้มที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของบุคคล เป็นปฏิกิริยาโต้ตอบ โดยการประมาณค่าว่าชอบหรือไม่ชอบ ที่จะส่งผลกระทบต่อตอบสนองของบุคคลในเชิงบวกหรือเชิงลบ ต่อบุคคล สิ่งของ และสถานการณ์ ในสภาวะแวดล้อมของบุคคลนั้น ๆ โดยที่ทัศนคตินี้ สามารถเรียนรู้หรือจัดการได้โดยใช้ประสบการณ์ และทัศนคตินั้นสามารถที่จะรู้หรือถูกตีความได้จากสิ่งที่คนพูดออกมาอย่างไม่เป็นทางการ หรือจากการสำรวจที่เป็นทางการ หรือจากการกระทำนั้น

สุวรรณี มาน้อย (2562) ได้ให้ความหมายของทัศนคติที่มีต่อการใช้งานไว้ว่า ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อเทคโนโลยี ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภค ด้านทัศนคติต่อการใช้ หมายถึง ความรู้สึก ความคิดหรือความเชื่อว่าการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนเป็นสิ่งที่ดี เป็นวิธีที่ทันสมัย และเห็นด้วยกับการใช้งาน

### **งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

ชลธิชา ศรีแสง (2555) ได้ศึกษาการยอมรับการใช้งานของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ประโยชน์ของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์, การรับรู้ถึงความง่ายของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์, การรับรู้ถึงความเสถียร

ของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ และความไว้วางใจในระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ในแง่บวกต่อความตั้งใจที่จะนำระบบมาใช้

ชยาภรณ์ กิตติสิทธิชัย (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการใช้งาน การรับรู้ความยากง่ายที่เกิดจากการใช้งาน ความไว้วางใจในระบบ การรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้งานที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติและความตั้งใจใช้งานบริการ E-Wallet ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ด้านการรับรู้ความเสี่ยง มีอิทธิพลต่อทัศนคติ และยังพบว่า ทัศนคติมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งาน E-Wallet

โอบนิธิ วชิรานวงศ์ (2561) ได้ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการใช้งานจริง โดยมีทัศนคติที่มีต่อการใช้เป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วนในความสัมพันธ์ และการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการใช้งานจริง โดยมีทัศนคติที่มีต่อการใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบสมบูรณ์ในความสัมพันธ์

สุวรรณี มาน้อย (2562) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Code ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจุบันผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครนิยมการใช้จ่ายผ่าน QR Code ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นจำนวนมาก ซึ่งสามารถอธิบายพฤติกรรมกรการใช้บริการผ่านกรอบแนวคิดเรื่องการยอมรับการใช้เทคโนโลยี 2) เหตุผลหลักที่นิยมเกิดจากปัจจัยด้านความเคยชิน มูลค่าราคา ทัศนคติ การรับรู้ถึงประโยชน์ และรายได้ที่เพิ่มขึ้น

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non – Experimental Design) และเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) ใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้การเปิดตารางของ Yamane (1973) โดยที่กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ที่ 0.05 จึงทำให้มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นด้วยวิธีการสุ่มแบบสะดวก

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

#### 1. แบบสอบถามแบบปลายเปิดและปิด โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย

1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 7 ข้อ

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านความง่ายในการใช้งาน และ

ด้านทัศนคติต่อการใช้ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 12 ข้อ กำหนดให้ 5 = ระดับความคิดเห็นมากที่สุด, 4 = ระดับความคิดเห็นมาก, 3 = ระดับความคิดเห็นปานกลาง, 2 = ระดับความคิดเห็นน้อย, 1 = ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ขั้นรับรู้ (Awareness) ขั้นสนใจ (Interest) ขั้นการประเมิน (Evaluation) ขั้นการทดลอง (Trial) และขั้นการยอมรับ (Adoption) มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 15 ข้อ กำหนดให้ 5 = ระดับความคิดเห็นมากที่สุด, 4 = ระดับความคิดเห็นมาก, 3 = ระดับความคิดเห็นปานกลาง, 2 = ระดับความคิดเห็นน้อย, 1 = ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อจำกัดของการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนมีเรื่องใดบ้าง เป็นข้อคำถามปลายเปิด มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 1 ข้อ

1.5 ช่วงเกณฑ์การประเมินปัจจัยและการยอมรับการใช้บริการ กำหนดให้ 4.21 – 5.00 = มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด, 3.41 – 4.20 = มีระดับความคิดเห็นในระดับมาก, 2.61 – 3.40 = มีระดับความคิดเห็นในระดับปานกลาง, 1.81 – 2.60 = มีระดับความคิดเห็นในระดับน้อย, 1.00 – 1.80 = มีระดับความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

### การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านทัศนคติต่อการใช้ และการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

#### 2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ใช้สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านความง่ายในการใช้งาน และด้านทัศนคติต่อการใช้ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

### ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์การยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงตามลำดับ ได้แก่ ขั้นรับรู้ (Awareness) ขั้นการประเมิน (Evaluation) ขั้นสนใจ (Interest) ขั้นการทดลอง (Trial) ขั้นการยอมรับ (Adoption)

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านความง่ายในการใช้งาน และด้านทัศนคติต่อการใช้ ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

## อภิปรายผล

ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

1.1 **ขั้นรับรู้ (Awareness)** การยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้บริโภครับรู้และทราบถึงลักษณะและวิธีการใช้งานระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน รวมถึงทราบว่าระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนสามารถเรียนรู้การใช้งานได้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับของโรเจอร์ (Roger) ขั้นที่ 1 การรับรู้ (awareness stage) เป็นขั้นแรกที่จะนำไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใหม่ วิธีการใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพ หรือกิจกรรมของบุคคลนั้นยังไม่มีความรู้สึกซึ่งเกี่ยวกับเนื้อหา หรือคุณประโยชน์ของนวัตกรรมนั้น ๆ ทำให้เกิดความอยากรู้อยากเห็นต่อไป

1.2 **ขั้นสนใจ (Interest)** การยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคเกิดการรับรู้และทราบถึงลักษณะและวิธีการใช้งานระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน ส่งผลให้เกิดความสนใจที่ใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน และพยายามหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับของโรเจอร์ (Roger) ขั้นที่ 2 สนใจ (interest stage) เป็นขั้นที่เริ่มมีความสนใจหารายละเอียดเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ ๆ เพิ่มเติม จะทำให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใหม่ ๆ หรือสิ่งใหม่ ๆ มากขึ้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพ และค่านิยม ตลอดจนบรรทัดฐานทางสังคม หรือประสบการณ์เก่า ๆ ของบุคคลนั้น

1.3 **ขั้นการประเมิน (Evaluation)** การยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคเกิดการรับรู้และทราบถึงลักษณะและวิธีการใช้งานระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน จึงเกิดความสนใจ ผู้บริโภคจึงเห็นความจำเป็นที่จะต้องใช้บริการการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน เนื่องจากในปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้น ส่งผลให้การใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนนั้นเป็นประโยชน์กับการใช้ชีวิตประจำวัน ทั้งในเรื่องของความสะดวกสบาย ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าธรรมเนียมการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับของโรเจอร์ (Roger) ขั้นที่ 3 การประเมินค่า (valuation stage) เป็นขั้นที่จะได้ไตร่ตรองถึงประโยชน์ในการลองใช้วิธีการหรือวิทยาการใหม่ ๆ ดีหรือไม่ เมื่อนำมาใช้แล้วจะเป็นประโยชน์ต่อตนเองหรือไม่ โดยบุคคลนั้นมักจะคิดว่าการใช้วิทยาการใหม่ ๆ เป็นการเสี่ยงทำให้ไม่แน่ใจถึงผลที่จะได้รับ ในขั้นนี้จึงเป็นการสร้างแรงเสริม เพื่อให้เกิดความแน่ใจยิ่งขึ้นว่าสิ่งที่เขาตัดสินใจเพื่อเป็นการสร้างความรู้สึกรู้สึกที่ต่อก่อนนวัตกรรมมีคุณค่าและมีประโยชน์

1.4 **ขั้นการทดลอง (Trial)** การยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคเกิดการรับรู้และทราบถึงลักษณะและวิธีการใช้งานระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนจึงเกิดความสนใจ พร้อมกับได้ประเมินค่าว่าการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนนั้นมีประโยชน์กับชีวิตประจำวัน ส่งผลให้ผู้บริโภคมีการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน พร้อมทั้งหาข้อมูลประกอบการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน



ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับของโรเจอร์ (Roger) ชั้นที่ 4 การทดลอง (trail stage) เป็นขั้นที่ใช้วิทยาการใหม่ ๆ นั้นกับสถานการณ์ตนเองเป็นการทดลองบางส่วนก่อนเพื่อจะได้ดูว่าผลลัพธ์และประโยชน์ที่จะได้รับว่าดีจริงอย่างที่คิดไว้ในขั้นประเมิน ซึ่งผลการทดลองจะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจที่จะปฏิเสธหรือยอมรับต่อไป

1.5 ขั้นการยอมรับ (Adoption) การยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภครับรู้และทราบถึงลักษณะและวิธีการใช้งานระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน พร้อมทั้งพยายามหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน จนเกิดความสนใจและเห็นความจำเป็นที่จะต้องใช้บริการการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน พร้อมกับในปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงมีการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนในการซื้อสินค้าและบริการ และระบบการชำระเงินที่พัฒนาขึ้นช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้จ่าย และลดต้นทุนการทำธุรกรรมทางการเงิน จนกระทั่งผู้บริโภคเกิดการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับของโรเจอร์ (Roger) ชั้นที่ 5 การยอมรับ (adoption stage) เป็นขั้นที่บุคคลรับวิทยาการใหม่ ๆ นั้นไปใช้ในการปฏิบัติกิจกรรมของตนอย่างเต็มที่ หลังจากได้ทดลองปฏิบัติ และเห็นประโยชน์แล้วยอมรับนวัตกรรมเหล่านั้น

2. ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

2.1 ด้านการรับรู้ประโยชน์ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนนั้นเหมาะสมกับรูปแบบในการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ ผู้บริโภคจึงเกิดความพึงพอใจที่จะใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนเป็นทางเลือกในการชำระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ แทนเงินสด เนื่องจากเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น ทำให้การให้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนนั้นเหมาะสมกับการใช้ในชีวิตประจำวันพร้อมกับสามารถใช้งานได้ตลอดเวลา ทำให้สามารถชำระค่าสินค้าและบริการได้สะดวก และรวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิชา ศรีแสง (2555) การยอมรับการใช้งานของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) พบว่า การรับรู้ประโยชน์ของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ในแง่บวกต่อความตั้งใจที่จะใช้งานระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชยาภรณ์ กิตติพิทธิชัย (2561) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้บริการมีแนวโน้มตัดสินใจในการใช้บริการมากขึ้น โดยการใช้บริการซื้อสินค้าด้วยระบบ E-Wallet ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟนใช้ได้ทุกที่ทุกเวลาแบบทันที (เรียลไทม์) กับร้านค้าต่าง ๆ และได้รับความสะดวกรวดเร็ว มากกว่าการใช้จ่ายด้วยเงินสด ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ โอบนิธิ วจิรานวงค์ (2561) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) พบว่า การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ (Perceived Usefulness) ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการใช้งานจริง (Actual System Use) ทั้งนี้เนื่องจากธนาคารพาณิชย์ ธนาคารแห่งประเทศไทย รวมถึงรัฐบาล ได้พยายามประชาสัมพันธ์ถึงจุดเด่นของการใช้บริการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code)

เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดการรับรู้ถึงประโยชน์ของการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) ทั้งในด้านของความสะดวกรวดเร็ว ความปลอดภัยในการชำระเงิน รวมถึงยังช่วยลดต้นทุนในการบริหารเงินสดอีกด้วย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวรรณิ มาน้อย (2562) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Code ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า การใช้บริการชำระเงินด้วย QR Code เป็นเรื่องง่ายต่อการใช้งาน ได้รับข่าวสารประชาสัมพันธ์มากขึ้น และเป็นช่องทางการชำระเงินค่าได้รวดเร็ว ประหยัดเวลา สามารถใช้ได้กับสมาร์ตโฟนหลายรุ่น

2.2 ด้านความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เทคโนโลยีในปัจจุบันได้พัฒนาขึ้นเพื่อให้ขั้นตอนการใช้งานง่ายต่อการเรียนรู้ การใช้งานไม่ซับซ้อน และสามารถใช้งานได้สะดวกทุกที่ทุกเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิชา ศรีแสง (2555) การยอมรับการใช้งานของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษาธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) พบว่า การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ในแง่บวกต่อความตั้งใจที่จะใช้งานระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นมาในระยะเวลาพอสมควรอีกทั้งได้มีการออกแบบให้ใช้งานง่าย และสะดวก ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชยาภรณ์ กิตติสิทธิชัย (2561) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีแนวโน้มตัดสินใจในการใช้บริการมากขึ้น การใช้บริการซื้อสินค้าด้วยระบบ E-Wallet ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟนเป็นเรื่องง่าย เพราะสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องและการเข้าถึงขั้นตอนในการใช้บริการซื้อสินค้าด้วยระบบ E-Wallet ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟนเป็นเรื่องง่าย สามารถเรียนรู้การใช้งานบริการซื้อสินค้าด้วยระบบ E-Wallet ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟนได้โดยง่าย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ โอบนิธิ วจิรานนวงศ์ (2561) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) พบว่า การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการใช้งานจริง (Actual System Use) ทั้งนี้การชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) มีขั้นตอนการใช้งานที่ไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อน ใช้เวลาในการศึกษาไม่มากนัก และสามารถทำความเข้าใจกับระบบได้ง่าย ส่งผลให้ผู้ใช้บริการทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ สามารถเข้าถึงการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) ได้อย่างง่าย และยังคงตอบสนองการใช้ชีวิตที่ชอบความสะดวกสบายได้อีกด้วย

2.3 ด้านทัศนคติต่อการใช้ง่ายส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนเป็นสิ่งที่ดี เป็นวิธีการชำระเงินที่ทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชยาภรณ์ กิตติสิทธิชัย (2561) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านทัศนคติ มีแนวโน้มตัดสินใจในการใช้บริการมากขึ้น โดยการใช้บริการซื้อสินค้าด้วยระบบ E-Wallet ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟนเป็นวิธีที่ทันสมัย และเป็นประสบการณ์ที่ดีน่าสนใจ ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ โอบนิธิ วจิรานนวงศ์ (2561) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) พบว่า ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using) ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการใช้งานจริง (Actual System Use)

Use) ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชไมพร ขนบแก้ว และกนกพร ชัยประสิทธิ์ (2562) ที่ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง ทักษะคติและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้ E-Payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยทัศนคติ มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-Payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุวรรณี มาน้อย (2562) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Code ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีผลต่อการยอมรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ที่จะเข้ามาทดแทนการชำระเงินด้วยวิธีเดิม การใช้จ่ายผ่าน Smart phone เป็นทางเลือกใหม่ที่น่าสนใจ

### **ข้อเสนอแนะ**

#### **ด้านการรับรู้ประโยชน์**

จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ประโยชน์ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค ดังนั้น ผู้ให้บริการระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน ควรให้ข้อมูลกับผู้ใช้จนถึงประโยชน์ของระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนว่ามีประโยชน์ทางการทำธุรกรรม เช่น ความสะดวก ความรวดเร็ว ความปลอดภัย หรือการงดเว้นค่าธรรมเนียม เป็นต้น โดยนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ หรือจัดกิจกรรมตามห้างสรรพสินค้า เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้บริการได้กว้างมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นการทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน รวมถึงควรมุ่งเน้นถึงสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ในการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนในการซื้อสินค้าหรือบริการ เพราะเมื่อผู้ใช้บริการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้บริการมากขึ้นก็จะส่งผลให้เกิดการใช้งานจริงเพิ่มมากขึ้นด้วย

#### **ด้านความง่ายในการใช้งาน**

จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค ดังนั้น ผู้ให้บริการระบบรับชำระเงิน ควรมุ่งเน้นถึงการปรับปรุงโปรแกรมซอฟต์แวร์ แอปพลิเคชัน ให้สามารถใช้งานได้ง่าย ลดความซับซ้อนของการใช้บริการให้สามารถเข้าถึงระบบได้ง่ายยิ่งขึ้น เพราะเมื่อผู้ใช้บริการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมากขึ้นก็จะส่งผลให้เกิดการใช้งานชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนเพิ่มมากขึ้นด้วย

#### **ด้านทัศนคติต่อการใช้**

จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านทัศนคติต่อการใช้ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค ดังนั้น ผู้ให้บริการระบบรับชำระเงินจำเป็นที่จะต้องสร้างทัศนคติที่ดีในการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน ด้านธนาคารและผู้วางระบบหรือผู้ให้บริการระบบการชำระเงินควรพัฒนาด้านโครงสร้างอุปกรณ์ด้านฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ แอปพลิเคชัน ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีในปัจจุบันและสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค และภาคธุรกิจว่าระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนนี้มีความปลอดภัยในการใช้งาน ทั้งในแง่ระบบป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์ ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งความเชื่อมั่นที่เพิ่มมากขึ้น จะนำมาซึ่งจำนวนธุรกรรมที่สูงขึ้น

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรขยายขอบเขตของงานวิจัยให้กว้างขึ้น โดยการเพิ่มกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างจังหวัดอื่น ๆ ให้ครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มประชากรชาวไทยที่มีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟนได้มากยิ่งขึ้น เนื่องจาก คนในแต่ละพื้นที่ที่มีความหลากหลายจึงมีความเป็นไปได้ว่าจะมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละภูมิภาค หรือแต่ละจังหวัด

2. ควรมีการศึกษาตัวแปรปัจจัยด้านอื่น ๆ เพื่อศึกษาเพิ่มเติมว่ายังมีปัจจัยที่จะส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อีกหรือไม่ เช่น ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านความเสี่ยง ปัจจัยด้านความเชื่อถือได้ หรือปัจจัยด้านกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางการเงินมักมีปัจจัยเหล่านี้อยู่ด้วย

### เอกสารอ้างอิง

- กฤษมันต์ วัฒนามรงค์. (2556). การยอมรับ (Adoption) นำมาเป็น “ชุดความเชื่อ” ในสังคมไทย. ค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2564, สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/357244>.
- กรรยา ดอกกลอย. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับระบบการจัดการวิทยานิพนธ์อิเล็กทรอนิกส์. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชไมพร ขนาบแก้ว และกนกพร ชัยประสิทธิ์. (2562). ทศนคติและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้ E-Payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิจัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ชยาภรณ์ กิตติพิชัย. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชยาภรณ์ สิงห์รัตน์, ธนวิษณุ เยี่ยมกร, กิตติศักดิ์ ไชยนุรัตน์. (2558). การธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (E-Banking). ค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2564, สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/nisebanking/home>.
- ชลธิชา ศรีแสง. (2555). การยอมรับการใช้งานของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). วารสารวิจัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- ณภัทร งามวิสัย. (2558). การยอมรับนวัตกรรมแท็บเล็ตเพื่อการเรียนการสอนในระดับประถมศึกษาของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา จังหวัดกำแพงเพชร. ค้นคว้าอิสระ ปริญญา การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). สังคมไทย (กำลัง) ไร้เงินสด. ค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2564, สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/ArticleAndResearch/Pages/FAQ169.aspx>.
- เรวัต ตันตยานนท์. (2560). พฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยี. ค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2564, สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/641132>.
- ลลิตา อุดรชัยนิตย์. (2562). อิทธิพลของการรับรู้ถึงประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อความน่าเชื่อถือของระบบ Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร. ค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). พฤติกรรม Contactless Payment ดัน Mobile Banking. ค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2564, สืบค้นจาก <https://www.efinancethai.com/LastestNews/LatestNewsMain.aspx?release=y&ref=M&id=M2E4c3NOemhRZkk9>.
- ศศิจันทร์ ปัญจทวี. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศ กรณีศึกษา สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตเชียงใหม่. ค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- ศศิพร เหมือนศรีชัย. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ ERP Software ของผู้ใช้งานด้านบัญชี. บทความวิจัย, วารสารวิชาชีพบัญชี.
- สุนันทา หลบภัย. (2558). การรับรู้ถึงความปลอดภัย ประโยชน์การใช้งาน และความง่ายในการใช้งานที่มีผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุวรรณี มาน้อย. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับใช้บริการชำระเงินด้วย QR Code ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุพัตรา วัจเย็น. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่ใช้สำหรับประมวลผลข้อมูลทางบัญชี กรณีศึกษา หน้าหน้าที่สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. สารนิพนธ์ บัญชีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อนุชา โสมาบุตร. (2556). กระบวนการยอมรับนวัตกรรม (Innovation Adoption Process). ค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2564, สืบค้นจาก <http://iteacherthai.blogspot.com/2013/02/rogers-2003.html>.
- โอบนิธิ วชิรานวงศ์. (2561). การยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code). การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.