

การยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟน
ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
ACCEPTANCE OF QR PAYMENT SERVICE OF SMARTPHONE IN BANGKOK

สุวนันท์ จันทรน้อย
สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Suwanan Junnoi
E-mail: suwanann2525@gmail.com
Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking, Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD และใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คือ ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ และระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้การยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน นอกจากนี้ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ ด้านอิทธิพลทางสังคม และด้านสภาพสิ่งแวดล้อมสะดวกในการใช้งาน มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: การยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟน

ABSTRACT

The objectives of this study were 1) to study the acceptance of QR payment service of smartphone in Bangkok. 2) to study the acceptance of QR payment service of smartphone in Bangkok classified by population characteristics. 3) to study the factors that affects to the acceptance of QR payment service of smartphone in Bangkok.

The sample group in this research was 400 users in Bangkok who use QR payment service. The questionnaire was used as a tool for data collecting in this research. The collected data was analyzed in term of the frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypotheses were tested by Independent Sample (t-test), One-Way ANOVA (F-test), in case of significant different result was found, LSD would be used to test hypothesis for each pair in order to see which pair are different and Multiple Linear Regression

The results of hypothesis testing showed that users in Bangkok with different age and education level cause different the acceptance of QR payment service of smartphone in Bangkok. Trust, social influence and facility condition factors affecting the acceptance of QR payment service of smartphone in Bangkok.

Keyword: The acceptance of QR payment service of smartphone

บทนำ

ในปัจจุบันมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำให้การใช้งานในสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และหมายถึงการทำธุรกรรมออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้นด้วย ดังจะเห็นได้จากจำนวนการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าอุปโภค บริโภคของประชาชนส่วนใหญ่ที่เริ่มจะมีความคุ้นเคยกับรูปแบบการชำระเงินผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์กันมากขึ้น ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โควิด-19 รูปแบบการใช้ชีวิตแบบปกติใหม่จึงเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ชีวิตในด้านต่าง ๆ ทำให้เกิดการค้าขายแบบออนไลน์มากขึ้น ส่งผลให้การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบจะช่วยอำนวยความสะดวกและความคล่องตัวในการจับจ่ายมากขึ้น

ระบบพร้อมเพย์ถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานด้านการชำระเงินรายย่อยที่สำคัญของไทย นับเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ผลักดันประเทศไทยก้าวขึ้นสู่การเป็นสังคมดิจิทัล เนื่องจากได้รับผลตอบแทนที่ดีจากผู้ใช้งาน จากบริการที่สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และมีค่าธรรมเนียมจูงใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ประชาชนปรับตัวกิจกรรมการทำธุรกรรมผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้นมาก Thai QR code เป็นมาตรฐานด้านการชำระเงินของไทยภายใต้ระบบพร้อมเพย์ที่อำนวยความสะดวกในการชำระเงินให้กับประชาชนและร้านค้าเป็นอย่างมาก โดยประชาชนสามารถใช้เพียงแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการทางการเงินบนมือถือสแกน QR

code ชำระค่าสินค้าและบริการที่ร้านค้าได้ รองรับวิธีการชำระเงินได้หลากหลาย และด้วยสถานการณ์ระบาดของโควิด-19 นับเป็นปัจจัยกระตุ้นให้เกิดการปรับตัวของคนอีกกลุ่มที่ไม่ได้สัมผัสเทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน ต้องเริ่มที่จะเรียนรู้การใช้งานกันอย่างจริงจัง

ดังนั้นผู้วิจัยมีความสนใจในเรื่องการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีแนวคิดในการวิจัย คือ การศึกษาการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในการใช้งาน ด้านอิทธิพลทางสังคม และด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ว่ามีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่ โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อที่จะสามารถกำหนดกลยุทธ์ วางแผนนโยบาย และพัฒนาปรับปรุงในการประกอบธุรกิจให้สอดคล้องกับผู้บริการที่ทำธุรกรรมบริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟน ของผู้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟน ของผู้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของงานวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร ในการศึกษาวิจัยการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยได้เลือกใช้การเปิดตารางสำเร็จรูปของ Yamane ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาคั้งนี้มีทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในการใช้งาน ด้านอิทธิพลทางสังคม และด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน

2. ตัวแปรตาม คือ การยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อให้ทราบถึงการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ ที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ (Trust)

Luhmann (1979) อ้างถึง รัศมีลภัส วรเดชนันกุล (2558) กล่าวว่า รูปแบบความไว้วางใจ ได้แก่ 1) ความไว้วางใจระหว่างบุคคล (Interpersonal trust) เป็นความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และ 2) ความไว้วางใจในระบบ (System trust) เป็นความไว้วางใจในองค์การโดยภาพรวม ทฤษฎีของเขามองว่า ความไว้วางใจเป็นตัวแทนของระดับความมั่นใจของบุคคลหนึ่งที่มีต่อผู้อื่นในการกระทำที่เป็นธรรม มีจริยธรรม และสามารถพยากรณ์ได้

กล่าวโดยสรุป ความเชื่อถือไว้วางใจ คือ ความเชื่อมั่นในผู้อื่นว่าจะกระทำทุกวิถีทางในการปกป้องผลประโยชน์ของเราและจะไม่ทำร้ายหรือเอาเปรียบเรา เป็นความคาดหวังเชิงบวก ทั้งด้านคำพูด การกระทำ คำมั่นสัญญา โดยรูปแบบความไว้วางใจ ได้แก่ 1) ความไว้วางใจระหว่างบุคคล เป็นความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และ 2) ความไว้วางใจในระบบ เป็นการไว้วางใจในองค์การโดยภาพรวม ความไว้วางใจในระบบจะต้องมีความปลอดภัย มีการป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล ระบบที่ใช้มีประสิทธิภาพ มีความถูกต้อง

แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง (Expectancy)

Victor Vroom (1964) อ้างถึง วิฑิตกร พูลภัทรชีวิน (2555) กล่าวว่า การที่จะจูงใจให้พนักงานทำงานเพิ่มขึ้นนั้นจะต้องเข้าใจกระบวนการทางความคิดและการรับรู้ของบุคคลก่อน โดยปกติเมื่อคนจะทำงานเพิ่มขึ้นจากระดับปกติเขาจะคิดว่าเขาจะได้อะไรจากการกระทำนั้นหรือการคาดคิดว่าอะไรจะเกิดขึ้นเมื่อเขาได้แสดงพฤติกรรมบางอย่างในกรณีของการทำงาน พนักงานจะเพิ่มความพยายามมากขึ้นเมื่อเขาคิดว่าการทำงานนั้นนำไปสู่ผลลัพธ์บางประการที่เขาพึงพอใจ เช่น เมื่อทำงานหนักขึ้นผลการปฏิบัติงานของเขายู่ในเกณฑ์ที่ดีขึ้นทำให้เขาได้รับการพิจารณาเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง และได้ค่าจ้างเพิ่มขึ้น ค่าจ้างกับตำแหน่งเป็นผลของการทำงานหนักและเป็นรางวัลที่เขาต้องการ เพราะทำให้เขารู้สึกว่าได้รับการยกย่องจากผู้อื่นมากขึ้น แต่ถ้าเขาคิดว่าแม้เขาจะทำงานหนักขึ้นเท่าไรก็ตาม หัวหน้าของเขาก็ไม่เคยสนใจดูแลยกย่องเขาจึงเป็นไปไม่ได้ที่เขาจะได้รับการพิจารณาเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งเขาก็ไม่เห็นความจำเป็นของการทำงานเพิ่มขึ้น ความรุนแรงของพฤติกรรมที่จะ

ทำงานขึ้นอยู่กับความคาดหวังที่จะกระทำตามความคาดหวังนั้นรวมถึงความตั้งใจของผลลัพธ์ที่จะได้รับ ซึ่งจะมีเรื่องของการตั้งใจ การเชื่อมโยงรางวัลกับผลงาน และการเชื่อมโยงระหว่างผลงานกับความพยายาม โดยทฤษฎีนี้จะเน้นเรื่องของการจ่ายและการให้รางวัลตอบแทน เน้นในเรื่องพฤติกรรมที่คาดหวังเอาไว้ต่อเรื่องผลงาน ผลรางวัลและผลลัพธ์ของความพึงพอใจต่อเป้าหมายจะเป็นตัวกำหนดระดับของความพยายามของพนักงาน โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1. ความคาดหวังในความพยายามต่อการกระทำหรือการปฏิบัติงาน โดยคาดหวังว่าเมื่อใช้อุปกรณ์ เครื่องมือ เทคโนโลยีต่างๆ ร่วมกับความพยายามของตนเองแล้วโอกาสที่จะกระทำสิ่งนั้นได้สำเร็จมีมากน้อยเพียงใด เป็นการคิดก่อนจะทำการสิ่งต่าง ๆ ว่าจะสามารถทำได้หรือไม่
2. ความคาดหวังในการกระทำต่อผลลัพธ์หรือผลของการปฏิบัติงาน โดยคาดหวังว่าเมื่อทำงานหรือปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้วจะได้รับผลตอบแทนในการทำงานนั้น
3. ความคาดหวังในคุณค่าของผลลัพธ์หรือรางวัล ว่ามีความคุ้มค่าจากผลของการกระทำหรือความพยายามในการทำงานนั้น ก่อให้เกิดความพึงพอใจได้ในระดับใด

อารี ลีอกลาง (2555) อ้างถึง ศศิกาญจน์ สามัคคินันท์ (2556) กล่าวว่า ความคาดหวัง (Expectancy) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด หรือความคิดเห็นด้วยวิจรรย์ญาณเกี่ยวกับความคาดคะเน หรือการคาดการณ์ล่วงหน้าถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าควรมี ควรจะเป็น ควรจะเกิดขึ้น หรือว่าควรจะเปลี่ยนแปลงตามความจำเป็นที่ ต่อการรับบริการของบุคลากร

กล่าวโดยสรุป ความคาดหวัง คือ การคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้น โดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการ เกิดจากความรู้สึกนึกคิดในการคาดคะเน เหตุการณ์ล่วงหน้าว่าจะเกิดขึ้นอย่างไร อันเป็นความปรารถนาจะให้ไปถึงเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภคที่คาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในการบริการนั้นๆ ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่เฉพาะเจาะจง และผู้บริโภคจะประเมินผลของการซื้อโดยมีพื้นฐานจากสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับ กล่าวคือความคาดหวังในการรับบริการจะแบ่งความคาดหวังออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่

1. ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ เป็นช่องทางที่มีความสะดวก รวดเร็ว ช่วยลดต้นทุน อีกทั้งเป็นระบบที่มีความปลอดภัย แสดงสถานะการชำระเงินโดยทันที ซึ่งสามารถเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการชำระเงินได้

2. ด้านความคาดหวังในการใช้งาน มีระบบแจ้งสถานะการชำระเงินอย่างรวดเร็ว และเป็นเครื่องมือที่ช่วยลดความผิดพลาดในการชำระเงิน ขั้นตอนการใช้งานไม่ซับซ้อน เรียนรู้วิธีใช้งานได้ง่าย ง่ายต่อการจดจำ อีกทั้งผู้ใช้บริการสามารถเข้าใช้งานได้ทุกเวลา

แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม (Social Influence)

David Matsumoto (2009) อ้างถึง วคินี อิมธรรมพร (2559) กล่าวว่า อิทธิพลทางสังคม หมายถึงความสามารถหรือกระบวนการในการที่จะเปลี่ยนแปลงความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมของผู้อื่น กลุ่มหมายถึงคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน รับรู้ว่าคุณตนเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม และพึ่งพากันและกัน การ

อนุโลมตามกลุ่มหรือการปฏิบัติตามกลุ่ม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมหรือเจตคติ ซึ่งเกิดขึ้นเพราะต้องการที่จะทำตามความเชื่อหรือมาตรฐานของผู้อื่น

Miller (1995) อ้างถึง เสริมพร อลงกตกิตติคุณ (2558) ให้ความหมายว่าค่านิยมทางสังคม เป็นสิ่งสำคัญในการดำรงอยู่ในสังคมของมนุษย์ ค่านิยมมีผลต่อความรู้สึก ความคิด และท่าทางการแสดงออก ที่ทำให้สังคมเป็นไปในทางเดียวกัน เป็นสิ่งที่มนุษย์คิดไตร่ตรองแล้วว่าเป็นสิ่งที่ดี ได้รับการยอมรับจากสังคม และยึดถือปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความคิดเห็นของคนในสังคมตามกาลเวลา

พรพรรณ ต้นเจริญ (2564) กล่าวว่า อิทธิพลของสังคม เป็นสภาพแวดล้อมของกลุ่มคนรอบข้างที่ส่งผลต่อการใช้อุปกรณ์ ผู้ใช้ต้องการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อจะได้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มคนรอบข้าง หรือใช้ตามกระแสสังคม

กล่าวโดยสรุป อิทธิพลทางสังคม คือ กลุ่มคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน กระบวนการหรือพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคลหรือกลุ่มที่มีผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติของผู้อื่นในสังคม ในการจูงใจหรือโน้มน้าวให้คล้อยตาม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมหรือเจตคติของผู้อื่นที่คล้อยตามเกิดขึ้นเพราะต้องการที่จะทำตามความเชื่อหรือมาตรฐานของผู้อื่น เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ตนเองมีภาพลักษณ์ที่ดีและทันสมัย

แนวคิดเกี่ยวกับสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน

ปัจจุบันสมาร์ทโฟนกลายเป็นเหมือนอุปกรณ์ที่ต้องมี เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและใช้ชีวิตภายใต้การรู้เท่าทันปริมาณข้อมูลข่าวสารมหาศาลที่เกิดขึ้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าปัจจุบันสมาร์ทโฟนจึงมีการพัฒนาตัวเองอย่างรวดเร็ววันต่อวัน ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาระบบประมวลผล ความสามารถในการจุข้อมูล ความสามารถอื่น ๆ เช่น กล้อง ปากกา เพื่อตอบสนองความต้องการในการใช้งานที่หลากหลายและเกือบจะแทนที่คอมพิวเตอร์ได้โดยสมบูรณ์

อย่างไรก็ตามเมื่อพูดถึงสมาร์ทโฟน ประเด็นหนึ่งที่ขาดไม่ได้คือการพูดถึงแอปพลิเคชันที่พัฒนากันมาอย่างหลากหลายเพื่อช่วยในการตอบสนองความต้องการใช้ประโยชน์ของมนุษย์ โดยอาจกล่าวได้ว่า สมาร์ทโฟนจะไม่มีประสิทธิภาพได้อย่างสมบูรณ์เลยถ้าไม่มีแอปพลิเคชันต่าง ๆ มาช่วยเสริมให้การทำงานของตัวสมาร์ทโฟนนั้นตอบโจทย์กลุ่มผู้ใช้มากขึ้น ดังนั้นในส่วนของเนื้อหาที่เราจะต้องจำเป็นที่จะต้องพูดถึงแอปพลิเคชันที่มีการออกแบบมาตอบโจทย์ทุกความต้องการอย่างไม่มีข้อจำกัดเพื่อยกระดับสมรรถภาพการทำงานของมนุษย์ให้เพิ่มขึ้น (กิตติธัช ต้นมา, 2562)

กล่าวโดยสรุป สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment คือ สมาร์ทโฟนที่รองรับการชำระเงินด้วย QR Payment เนื่องจากการอ่านคิวอาร์โค้ด จำเป็นต้องใช้กับโทรศัพท์มือถือรุ่นที่มีกล้องถ่ายภาพ และสามารถติดตั้งซอฟต์แวร์เพิ่มเติมได้ สำหรับความรู้เบื้องต้นในการใช้งานทุกคนอาจทราบกันดี แต่บางลักษณะการใช้งานเฉพาะเครื่อง และการจะใช้ให้เต็มประสิทธิภาพนั้น เราจำเป็นต้องมีการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากคู่มือการใช้งาน ดังนั้นในการใช้สมาร์ทโฟนในการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผู้ใช้จำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจเพียงพอ เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการชำระค่าสินค้า และเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในการชำระเงิน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับ

อัครเดช ปิ่นสุข และนิตนา ฐานิธธนกร (2559) ได้กล่าวถึงการยอมรับเทคโนโลยีว่า เป็นการวางแผนการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ โดยผู้ใช้มีการคิดวิเคราะห์วางแผนที่จะเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีใหม่ และเมื่อผู้ใช้ได้ทดลองใช้งานแล้วพอใจ จึงเกิดการยอมรับเทคโนโลยีใหม่นั้น

Roger and Shoemaker (1978) อ้างถึง อรวรรณ สุขยานี (2558) การยอมรับของผู้บริโภคที่มีต่อนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Adoption and Innovation Theory) เรียกว่า กระบวนการยอมรับซึ่งกล่าวถึงพฤติกรรมของบุคคลในสังคมที่แสดงออกถึงการยอมรับ นำไปปฏิบัติโดยแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่1 การรับรู้ (Awareness Stage) เป็นขั้นแรกที่จะนำไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใหม่ วิธีการใหม่ ๆ ที่เกี่ยวกับเนื้อหา หรือคุณประโยชน์ของนวัตกรรมนั้น ๆ ทำให้เกิดความอยากรู้อยากเห็นต่อไป ขั้นที่2 สนใจ (Interest Stage) เป็นขั้นที่เริ่มมีความสนใจ ทารายละเอียดเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ ๆ เพิ่มเติม ขั้นที่3 ประเมินค่า (Evaluation Stage) เป็นขั้นที่จะได้ไตร่ตรองถึงประโยชน์ในการลองใช้ วิธีการหรือวิทยาการใหม่ ๆ ดีหรือไม่ เมื่อนำมาใช้แล้วจะเป็นประโยชน์ต่อตนเองหรือไม่ ขั้นที่4 ทดลอง (Trial Stage) เป็นขั้นที่ทดลองวิทยาการบางส่วนก่อนเพื่อจะได้ดูว่าผลลัพธ์และประโยชน์ที่จะได้รับว่าดีจริงอย่างที่คิดไว้ในขั้นประเมิน ซึ่งผลการทดลองจะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจที่จะปฏิเสธหรือยอมรับต่อไป ขั้นที่5 ยอมรับ (Adoption Stage) เป็นขั้นที่บุคคลรับวิทยาการใหม่ ๆ นั้น ไปใช้ในการปฏิบัติกิจกรรมของตนอย่างเต็มที่ หลังจากได้ทดลองปฏิบัติดูและเห็นประโยชน์แล้ว ยอมรับนวัตกรรมเหล่านั้น

กล่าวโดยสรุป การยอมรับเทคโนโลยี คือ การยอมรับนวัตกรรมจะเกิดขึ้นได้ เมื่อมีการรับรู้ถึงประโยชน์ในกระบวนการนั้น ซึ่งอาจใช้เวลาต่างกันไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคลและลักษณะนวัตกรรม โดยกระบวนการทางจิตใจของบุคคลที่เกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรม เรียกว่า กระบวนการยอมรับ ซึ่งมีขั้นตอน คือ ขั้นต้นตัว ขั้นสนใจ ขั้นประเมินผล ขั้นทดลอง และขั้นยอมรับ เมื่อเกิดการยอมรับแล้ว จะมีการใช้นวัตกรรมนั้นอย่างสม่ำเสมอ จนนำไปสู่การแนะนำให้ผู้อื่นใช้งาน เพราะนวัตกรรมที่ผู้ใช้มีประสิทธิวิธามากกว่าที่คาดการณ์ไว้และเหมาะสมกับการใช้ชีวิตประจำวัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชวิตา พุ่มดนตรี (2559) ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงมีผลของการยอมรับในเชิงลบ และเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับบริการสูงที่สุดหากเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ ความแตกต่างในปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ และรายได้ ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ปัจจัยรวมการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (Prompt Pay) โดยภายใต้องค์ประกอบของปัจจัยรวมการยอมรับเทคโนโลยีมีระดับความสำคัญจากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา ปัจจัยด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังจากความพยายามและสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมและแรงจูงใจด้านความบันเทิง

วอนชนก ไชยสุนทร (2558) ศึกษาการยอมรับการใช้งานของระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการยอมรับการใช้งานของระบบการชำระเงินด้วยระบบแบบอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ส่งผลต่อกันในด้านความคาดหวังในการปฏิบัติงานและลักษณะนิสัยของผู้ใช้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจ และการยอมรับของผู้ใช้งานในการชำระเงินด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบจำลองสมการโครงสร้างเพื่อทำการศึกษความสัมพันธ์โดยตรงเท่านั้น

พรพรรณ ตันเจริญ (2564) ศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันของธุรกิจขนส่งอาหารของผู้บริโภคใน เขตกรุงเทพมหานคร จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลของสังคม ทักษะที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี ความเชื่อมั่นของผู้ใช้งาน และความรู้สึกต่างๆที่เกิดขึ้น ในด้านความคาดหวังในความพยายาม พบว่าแอปพลิเคชันที่ใช้งานง่าย มีขั้นตอนไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อนและสามารถค้นหาสินค้าที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว จะทำให้ผู้ใช้เกิดความต้องการใช้ด้านอิทธิพลของสังคม พบว่าคนรอบข้างมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี จะทำให้ผู้ใช้รู้สึกทันสมัยตามทันเทคโนโลยี ด้านทัศนคติ ที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีพบว่าหลังจากการใช้งานแอปพลิเคชัน ผู้ใช้เกิดความพึงพอใจ และเกิดความชอบ ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานพบว่าแอปพลิเคชันที่ผู้ใช้สามารถใช้งานได้คล่องแคล่วและผู้ใช้มีความรู้ในการใช้งาน จะทำให้ผู้ใช้เกิดการยอมรับเทคโนโลยี

ชลธิชา ศรีแสง (2555) ศึกษาการยอมรับการใช้งานของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) จากผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ถึงการใช้ง่ายของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์การรับรู้ถึงความเสี่ยงของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ และความไว้วางใจในระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ในแง่บวกต่อความตั้งใจที่จะนำระบบมาใช้ ส่วนการรับรู้ถึงการใช้ง่ายของระบบการชำระเงินการรับรู้ถึงความเสี่ยง และความไว้วางใจในระบบมีความสัมพันธ์ในแง่บวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

วิวัฒน์ ชันธเขตต์ และสิงหะ ฉวีสุข (2562) ศึกษาการยอมรับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตภาคกลาง ประเทศไทย จากผลการวิจัยพบว่า เพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการยอมรับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ แต่อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันจะมีระดับการยอมรับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน

จากการทบทวนทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่ามีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ประกอบด้วย ความแตกต่างในปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และพบว่ามีปัจจัยด้านการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ความคาดหวังในประสิทธิภาพ, ความคาดหวังในความพยายาม และอิทธิพลของสังคม ส่วนสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน มีความสัมพันธ์โดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) มีการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross sectional studies) คือเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลา

หนึ่งเพียงครั้งเดียว เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) สอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่เกี่ยวข้อง และนำข้อมูลที่ได้นำมาพิจารณาโดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการที่ใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงต้องเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ค่าคลาดเคลื่อนในการประเมินไม่เกิน 5% ผู้วิจัยได้เลือกใช้การเปิดตารางของ Yamane ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้มีทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด โดยในส่วนของแบบสอบถามปลายปิดผู้วิจัยมีตัวเลือกคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบ และในส่วนของแบบสอบถามปลายเปิด ผู้วิจัยจะกำหนดคำถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นในการตอบได้ โดยแบบสอบถามถูกแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในการใช้งาน ด้านอิทธิพลทางสังคม และด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน จำนวน 21 ข้อ

ส่วนที่ 3 การยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 4 เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน จำนวนข้อคำถาม 1 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีลักษณะการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัย ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในการใช้งาน ด้านอิทธิพลทางสังคม และด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน การยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 สถิติอนุมานหรือสถิติเชิงอ้างอิง (Inferential statistics) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

2.1 ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศที่ต่างกัน น่าจะทำให้การยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ t-test

2.2 ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน น่าจะทำให้การยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

2.3 ปัจจัย ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในการใช้งาน ด้านอิทธิพลทางสังคม และด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน น่าจะมีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอย (Multiple Linear Regression)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์การยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

2. ผลการเปรียบเทียบการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

2.1 ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ และระดับการศึกษา ต่างกัน ทำให้การยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมต่างกัน

2.2 ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน ทำให้การยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมไม่ต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ด้านการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ ด้านอิทธิพลทางสังคม และด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ และด้านความคาดหวังในการใช้งาน ไม่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผล

ผลการวิจัยการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. การยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความเห็นว่า โดยส่วนใหญ่กลุ่มผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ยอมรับที่จะใช้การชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟนอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงแนะนำให้ผู้อื่นใช้ เพราะการชำระเงินในรูปแบบดังกล่าวเหมาะกับการใช้ชีวิตประจำวันในปัจจุบัน อีกทั้งยังมีประสิทธิภาพอย่างมาก สะดวก รวดเร็ว และลดการพกเงินสด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Roger and Shoemaker (1978) อ้างถึง อรรวรรณ สุขยานี (2558) ที่กล่าวว่า การยอมรับของผู้บริโภคที่มีต่อนวัตกรรมและเทคโนโลยี เรียกว่า กระบวนการยอมรับ ซึ่งกล่าวถึงพฤติกรรมของบุคคลในสังคมที่แสดงออกถึงการยอมรับ แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่1 การรับรู้เป็นขั้นแรกที่จะนำไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธ ขั้นที่2 สนใจ เป็นขั้นที่เริ่มมีความสนใจ ทหารายละเอียดเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ ๆ เพิ่มเติม ขั้นที่3 ประเมินค่า เป็นขั้นที่จะได้ไตร่ตรองถึงประโยชน์ในการลองใช้ ขั้นที่4 ทดลองเป็นขั้นที่ใช้วิทยาการใหม่ ๆ นั้นกับสถานการณ์ ขั้นที่5 ยอมรับ เป็นขั้นที่บุคคลรับวิทยาการใหม่ ๆ นั้น ไปใช้ในการปฏิบัติ หลังจากได้ทดลองปฏิบัติดูและเห็นประโยชน์แล้วยอมรับนวัตกรรมเหล่านั้น

2. ผลการศึกษาการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ผู้ใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน ทำให้การยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment โดยรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ใช้บริการจะเป็นเพศชายหรือหญิงก็ไม่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วิวัฒน์ ชันชเขตต์ และสิงหะ ฉวีสุข (2562) ที่กล่าวว่า เพศที่ต่างกันไม่มีผลต่อการยอมรับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ แต่ไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ ภาวินี กาญจนภา (2559) อ้างถึง ธนพล จันทร์แก้วเดช (2562) ที่กล่าวว่า เพศหญิงและชายที่ต่างกัน เลือกรับสื่อและข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน

2.2 ผู้ใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน ทำให้การยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment โดยรวมต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ใช้บริการแต่ละช่วงอายุที่ต่างกันมีความรู้ ประสบการณ์ และความสนใจที่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (1997) อ้างถึง ชวิศา พุ่มดนตรี (2559) ที่กล่าวว่า อายุ (Age) ที่แตกต่างกันทำให้ทัศนคติ หรือค่านิยมของผู้บริโภคแตกต่างกันไป และสอดคล้องกับแนวคิดของวิวัฒน์ ชันชเขตต์ และสิงหะ ฉวีสุข (2562) ที่กล่าวว่า อายุที่ต่างกันจะมีระดับการยอมรับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ต่างกัน

2.3 ผู้ใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ทำให้การยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment โดยรวมต่างกัน ผู้วิจัยมี

ความเห็นว่าคุณใช้บริการมีระดับการศึกษาแตกต่างกันหลายระดับ ทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟนที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์ (2557) อ้างถึง ธนพล จันทรแก้วเดช (2562) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาที่มีประสบการณ์จากการเรียนรู้จะทำให้ผู้บริโภครู้จักเลือกสินค้า หรือบริการที่ดีและมีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว และสอดคล้องกับแนวคิดของ วิวัฒน์ ชันธเขตต์ และสิงหะ ฉวีสุข (2562) ที่กล่าวว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีระดับการยอมรับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน

2.4 ผู้ใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน ทำให้การยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment โดยรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่าอาชีพไม่มีผลโดยตรงต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟน เนื่องจากอาชีพที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ประกอบอยู่นั้น มีการรับรู้ข่าวสารในปัจจุบันที่เหมือนกัน ทำให้มีการยอมรับการใช้บริการต่างๆที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ วิวัฒน์ ชันธเขตต์ และสิงหะ ฉวีสุข (2562) ที่กล่าวว่า อาชีพที่แตกต่างกันจะมีระดับการยอมรับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน

2.5 ผู้ใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ทำให้การยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment โดยรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้ใช้บริการจะมีรายได้ในระดับใดก็ไม่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟน เนื่องจากบริการชำระเงินด้วย QR Payment เป็นระบบที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้แม้จะมีรายได้ที่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ จิรวัดน์ วงศ์ธงชัย (2555) ที่กล่าวว่า รายได้ที่แตกต่างกันทำให้มีความแตกต่างกันของการรับรู้เทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติในด้านของความง่ายในการใช้งาน ความมีประโยชน์ และไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ วิวัฒน์ ชันธเขตต์ และสิงหะ ฉวีสุข (2562) ที่กล่าวว่ารายได้ที่แตกต่างกันจะมีระดับการยอมรับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน

3. ผลการศึกษาปัจจัย ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในการใช้งาน ด้านอิทธิพลทางสังคม และด้านสภาพสิ่งแวดล้อมในการใช้งาน ที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครสามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจในระดับมากที่สุด ในเรื่องของการเชื่อมั่นว่าการชำระเงินด้วย QR Payment มีความถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พรพรรณ ต้นเจริญ (2564) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ความเชื่อมั่นของผู้ใช้งาน พบว่าแอปพลิเคชันที่ผู้ใช้สามารถใช้งานได้อย่างคล่องแคล่วและผู้ใช้มีความรู้ในการใช้งาน จะทำให้ผู้ใช้เกิดการยอมรับเทคโนโลยี และสอดคล้องกับแนวคิดของ ชลธิชา ศรีแสง (2555) ที่กล่าวว่า ความไว้วางใจในระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ในแง่บวกต่อความตั้งใจที่จะนำระบบมาใช้

3.2 ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ไม่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครไม่ให้ความสำคัญว่าบริการจะเป็นช่องทางที่สะดวกในการชำระเงินหรือเป็นช่องทางการชำระเงินที่รวดเร็วยิ่งขึ้น เนื่องจากมีความมั่นใจในระบบอยู่แล้ว ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ ชวีศา พุ่มดนตรี (2559) ที่กล่าวว่า ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงมีผลของการยอมรับในเชิงลบ และเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับบริการสูงที่สุดหากเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ

3.3 ปัจจัยด้านความคาดหวังในการใช้งาน ไม่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครไม่ให้ความสำคัญว่า ง่ายต่อการจดจำในการเข้าใช้งาน เรียนรู้วิธีใช้ได้ง่าย หรือมีขั้นตอนไม่ซับซ้อน เนื่องจากผู้ใช้สามารถเรียนรู้หรือหาข้อมูลคู่มือการใช้งานได้เองผ่านสื่อช่องทางต่างๆ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ วอนชนก ไชยสุนทร (2558) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการยอมรับการใช้งานของระบบการชำระเงินด้วยระบบแบบอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ส่งผลต่อกันในด้านความคาดหวังในการปฏิบัติงานและลักษณะนิสัยของผู้ใช้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจ และการยอมรับของผู้ใช้งานในการชำระเงินด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

3.4 ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้ใช้ต้องการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อจะได้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มคนรอบข้าง หรือใช้ตามกระแสสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พรพรรณ ตันเจริญ (2564) ที่กล่าวว่า อิทธิพลของสังคม เป็นสภาพแวดล้อมของกลุ่มคนรอบข้างที่ส่งผลต่อการใช้ออปพลิเคชัน พบว่าคนรอบข้างมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี จะทำให้ผู้ใช้รู้สึกทันสมัยตามทันเทคโนโลยี และสอดคล้องกับแนวคิดของ ณิชกาญจน์ อินทรารักษ์ (2557) ที่กล่าวว่า ผลของการศึกษาปัจจัยที่นำไปสู่การยอมรับการใช้เทคโนโลยีเซ็คอินตัวเครื่องบินด้วยคิวอาร์โค้ด สอดคล้องกับแนวคิดของสองทฤษฎี คือ Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) และ Task-Technology Fit (TTF) กล่าวคือ ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีเซ็คอินตัวเครื่องบินผ่านคิวอาร์โค้ด

3.5 ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความเห็นว่า สมาร์ทโฟนเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความจำเป็นต่อการใช้ชีวิตในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชวีศา พุ่มดนตรี (2559) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ถือเป็นหนึ่งในปัจจัยรวมการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะในการวิจัย เพื่อใช้ให้เป็นประโยชน์และเป็นแนวทางสำหรับผู้ให้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วยอายุ และระดับการศึกษา ทำให้การยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างกัน ดังนั้นผู้ให้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ต้องให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลผ่านช่องทางต่างๆที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้งานแต่ละช่วงอายุได้อย่างง่าย เพื่อให้ผู้ใช้งานแต่ละกลุ่มอายุ และแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาได้รับข้อมูล เพื่อสร้างความเข้าใจในการใช้งาน สามารถใช้งานได้ง่ายและมีประสิทธิภาพ นำไปสู่การยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน

ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทำให้การยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่ต่างกัน ดังนั้นผู้ให้บริการชำระเงินด้วย QR Payment อาจจะไม่ต้องให้ความสำคัญกับประเด็นด้านเพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เนื่องจากการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครไม่มีความแตกต่างกันในแต่ละเพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ

ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ ด้านอิทธิพลทางสังคม และด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ นั้นมีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จึงควรให้ความสำคัญกับด้านการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ โดยแอปพลิเคชันต้องมีระบบป้องกันและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ข้อมูลมีความถูกต้อง มีความปลอดภัยของข้อมูลระหว่างการทำรายการ

2. ด้านอิทธิพลทางสังคม จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมนั้นมีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จึงควรให้ความสำคัญกับด้านอิทธิพลทางสังคม โดยมีการโฆษณาผ่านเว็บไซต์ รวมถึงการให้ข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ธนาคาร การประชาสัมพันธ์ต่างๆ เพื่อให้เกิดการคล้อยตามหรือเพื่อเป็นการโน้มน้าวผู้ใช้ให้มาใช้บริการต่อไป

3. ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานนั้นมีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จึงควรให้ความสำคัญกับด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน โดยการให้ข้อมูลสำหรับวิธีการและขั้นตอนการใช้งานบริการที่ละเอียดครบถ้วน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาตัวแปรปัจจัยอื่นๆเพิ่มเติม ที่อาจจะส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ทโฟน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร เช่น ปัจจัยด้านรูปแบบการใช้ชีวิต ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ปัจจัยด้านความเสี่ยง ปัจจัยด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด
2. ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้เป็นเพียงประชากรในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งควรขยายขอบเขตของงานวิจัยให้กว้างขึ้น โดยการเพิ่มกลุ่มประชากร อาจจะเพิ่มเป็นประชากรในระดับจังหวัด ให้ครอบคลุมทุกภาคทั่วประเทศ
3. การเลือกใช้เทคนิคในการวิจัย อาจจะนำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยวิธีการอื่นเพิ่มขึ้นด้วย เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- จิรวัดณ์ วงศ์ธงชัย. (2555). ปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติ ของผู้ใช้งานกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- ชวิตา พุ่มดนตรี. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ชลธิชา ศรีแสง. (2555). การยอมรับการใช้งานของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ฐิติกร พูลภัทรชีวิน. (2555). ทฤษฎีแรงจูงใจ ของ Victor Vroom. ค้นจาก <https://sites.google.com/site/gaiusjustthink/nida-mpa/pa610/part3/th>
- ณิชกาญจน์ อินทรารักษ์. (2557). ปัจจัยที่นำไปสู่การยอมรับการใช้เทคโนโลยีเช็คอินตัวเครื่องบินด้วยคิวอาร์โค้ด ในบริษัทสายการบินพาณิชย์แห่งหนึ่ง, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- พรพรรณ ต้นเจริญ. (2564). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันของธุรกิจขนส่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ธนพล จันท์แก้วเดช. (2562). พฤติกรรมการลงทุนตราสารหุ้นของนักลงทุนรายย่อย ในเขตกรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- วอนชนก ไชยสุนทร. (2558). การยอมรับการใช้งานของระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- วิวัฒน์ ชันธเขตต์ และสิงหะ ฉวีสุข. (2562). การยอมรับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตภาคกลาง ประเทศไทย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- อัครเดช ปิ่นสุข และนิตนา ฐานิตธนกร. (2559). การยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือเพื่อการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- อรรวรรณ สุขยานี. (2558). ความตั้งใจในการใช้ระบบสารสนเทศการบริหารทรัพยากรบุคคล ของบุคลากรสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์: การประยุกต์ใช้ตัวแบบการยอมรับเทคโนโลยี, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์