

ปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ของประชาชน
ในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
FACTORS AFFECTING THE ACCEPTANCE OF PROMPTPAY SERVICES BY
PEOPLE IN KHLONG LUANG DISTRICT, PATHUM THANI PROVINCE

ราตรี วรวัชร

สาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

RATREE WARARAK

E-mail: 6614155023@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Finance, Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding Author

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 2) เพื่อเปรียบเทียบทางประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน) กับปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 3) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการพร้อมเพย์ กับปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่างคือประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ที่เคยใช้บริการพร้อมเพย์ จำนวน 430 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา สถิติเปรียบเทียบ (t-test, One-Way ANOVA) และการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า การยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์โดยรวมอยู่ในระดับ “เห็นด้วยมากที่สุด” ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.4565) โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลคือ การรับรู้ประโยชน์ และ ความง่ายในการใช้งาน ด้านปัจจัยส่วนบุคคลพบว่าความแตกต่างของเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานีที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. < 0.05) ด้านพฤติกรรมการใช้บริการ ส่วนใหญ่ใช้พร้อมเพย์เพื่อโอนเงิน 1-5 ครั้งต่อเดือน และพบว่าความถี่และวัตถุประสงค์ในการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อระดับการยอมรับ (Sig. < 0.05) พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการพร้อมเพย์ที่ต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ของ

ประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานีที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. < 0.05) และผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณชี้ว่า การรับรู้ประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้อิทธิพลทางสังคม ส่งผลโดยตรงต่อทัศนคติ ซึ่งมีผลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมและนำไปสู่การยอมรับบริการในที่สุด
 คำสำคัญ: พร้อมเพย์; ปัจจัยส่วนบุคคล; พฤติกรรมการใช้บริการ

ABSTRACT

This quantitative research aimed to: (1) study the factors influencing the acceptance of the PromptPay service among residents in Khlong Luang District, Pathum Thani Province; (2) compare demographic factors—gender, age, marital status, educational level, occupation, and monthly income—with the factors influencing the acceptance of the PromptPay service; and (3) compare the usage behaviors of the PromptPay service with the acceptance factors of the service. The sample consisted of 430 residents in Khlong Luang District, Pathum Thani Province, who had used the PromptPay service. A questionnaire was used as the research instrument, and the data were analyzed using descriptive statistics, comparative statistics (t-test and One-Way ANOVA), and multiple regression analysis. The research findings revealed that the overall acceptance of the PromptPay service was at the “highest” level ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.4565). The key factors influencing acceptance were perceived usefulness and perceived ease of use. Regarding personal factors, differences in gender, age, marital status, educational level, occupation, and monthly income significantly affected the level of acceptance factors toward the PromptPay service among residents in Khlong Luang District (Sig. < 0.05). In terms of usage behavior, most respondents used PromptPay to transfer money one to five times per month. The frequency and purpose of use had a positive influence on the level of acceptance (Sig. < 0.05). Differences in PromptPay usage behavior significantly affected the acceptance factors toward the service (Sig. < 0.05). Furthermore, the results of multiple regression analysis indicated that perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived social influence directly affected attitude, which in turn influenced behavioral intention and ultimately led to service acceptance.

****Keywords:**** PromptPay; personal factors; usage behavior

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมแพทย์ของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบทางประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน) กับปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมแพทย์ของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการพร้อมแพทย์ กับปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมแพทย์ของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานการวิจัยที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมแพทย์ของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานีที่แตกต่างกัน

สมมุติฐานการวิจัยที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการพร้อมแพทย์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมแพทย์ของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานีที่แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของประชากร กลุ่มตัวอย่างของประชากรทั่วไปที่อยู่อาศัย ทำงาน หรือ กำลังศึกษาอยู่ในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี และเคยใช้บริการพร้อมแพทย์ การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ระดับความเชื่อมั่น 95% จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม คือ 400 ตัวอย่าง แต่อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้เพิ่มกลุ่มตัวอย่าง 30 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น จำนวน 430 ตัวอย่าง

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และพฤติกรรมการใช้บริการคิวอาร์โค้ด
2. ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมแพทย์ 7 ด้าน ได้แก่ 1)ด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceive Usefulness) 2)ด้านการรับรู้การใช้งานง่ายในการใช้งาน (Perceive Ease of Use) 3)ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี (Perceived Risk) 4)ด้านทัศนคติ (Attitude) 5)ด้านบรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norms) 6)ด้านการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม(Perceived Behavioral Control) 7)ด้านความตั้งใจในการยอมรับการใช้บริการพร้อมแพทย์ และระดับการยอมรับการใช้บริการพร้อมแพทย์

ขอบเขตระยะเวลาการดำเนินการศึกษาวิจัย

เริ่มตั้งแต่วันที่ 14 กันยายน พ.ศ. 2568 ถึงเดือน 31 ตุลาคม พ.ศ. 2568

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ด้านเชิงวิชาการ ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยีทางการเงินของประชาชน ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นพื้นฐานในการศึกษาวิจัยในด้านเทคโนโลยีทางการเงิน (FinTech) และพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคต
2. ด้านนโยบายและการบริหาร หน่วยงานภาครัฐและสถาบันการเงินสามารถใช้ข้อมูลจากผลการวิจัยนี้เพื่อนำไปกำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมการใช้งานระบบพร้อมเพย์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และลดข้อจำกัดหรืออุปสรรคในการใช้งาน เพื่อสนับสนุนการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้เงินสด ไปสู่ระบบการชำระเงินแบบดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ
3. ด้านสังคมและประชาชน ประชาชนสามารถตระหนักถึงประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีทางการเงิน และได้รับความรู้ ความมั่นใจในการใช้งานระบบพร้อมเพย์ ซึ่งช่วยลดการพึ่งพาเงินสด และส่งเสริมการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างยั่งยืน
4. ด้านการตลาด ธนาคารและผู้ให้บริการสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การเจาะกลุ่มเป้าหมายที่ยังมีการใช้งานน้อย หรือออกแบบแคมเปญส่งเสริมการใช้งานที่ตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้ใช้จริง

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาครั้งนี้อ้างอิงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการอธิบายและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้บริการ “พร้อมเพย์” ของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยสามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ ประชากรศาสตร์เป็นศาสตร์ที่ศึกษาลักษณะของประชากร เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรส ซึ่งแต่ละปัจจัยมีผลต่อพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน โดยเฉพาะกลุ่มที่มีอายุน้อยหรือมีการศึกษาสูง มักเปิดรับเทคโนโลยีได้ดีกว่า นอกจากนี้ แนวคิดการแบ่งกลุ่มประชากรตามภูมิศาสตร์ (Geo-demographic Segmentation) ช่วยให้เข้าใจลักษณะประชากรในพื้นที่เฉพาะ เช่น อำเภอคลองหลวง ซึ่งมีความหลากหลายของอาชีพและระดับรายได้ ทำให้การเข้าถึงเทคโนโลยีทางการเงินเป็นไปอย่างรวดเร็ว

แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมการใช้บริการพร้อมเพย์ พฤติกรรมการใช้พร้อมเพย์ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการโอนเงินและการชำระค่าสินค้า/บริการ โดยความถี่ในการใช้งานบ่งบอกถึงระดับการยอมรับเทคโนโลยี ผู้ใช้มักเลือกใช้บริการของธนาคารที่ตนคุ้นเคยหรือมีความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านความสะดวก ความสะดวก และความปลอดภัยเป็นแรงจูงใจหลักในการใช้บริการ

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ตามแนวคิดของ Davis (1986) การยอมรับเทคโนโลยีขึ้นอยู่กับ 2 ปัจจัยหลัก คือ การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness: PU)

หมายถึง ความเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและอำนวยความสะดวก และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) หมายถึง ความเชื่อว่าการใช้งานไม่ยุ่งยากและเข้าถึงได้ง่าย ทั้งสองปัจจัยส่งผลต่อทัศนคติ เจตนาเชิงพฤติกรรม และการใช้บริการจริง

ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (TRA) และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) Fishbein และ Ajzen (2010) อธิบายว่าพฤติกรรมของบุคคลถูกกำหนดโดย “ความตั้งใจ” ซึ่งได้รับอิทธิพลจาก ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward Behavior), บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norms) และ การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) ทฤษฎีนี้ช่วยอธิบายเจตนาในการยอมรับและการใช้บริการพร้อมเพย์ของประชาชน

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริการพร้อมเพย์ “พร้อมเพย์ (PromptPay)” เป็นบริการโอนเงินอิเล็กทรอนิกส์ภายใต้โครงการ National e-Payment ของประเทศไทย ที่ช่วยให้ประชาชนสามารถโอนและรับเงินผ่าน “Proxy ID” ได้อย่างรวดเร็ว ปลอดภัย และไม่มีค่าธรรมเนียม เพื่อส่งเสริมสังคมไร้เงินสดในอนาคต

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชวีศา พุ่มดนตรี (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับระบบการชำระเงินแบบพร้อมเพย์ ผู้วิจัยศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับพร้อมเพย์ของประชาชนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยหลักการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) มีความสำคัญสูงสุดต่อการยอมรับพร้อมเพย์ และการใช้งาน ผู้ใช้ตระหนักถึงประโยชน์ของระบบในเรื่องของความเร็วและความสะดวกในการโอนเงิน ซึ่งส่งผลให้เกิดการยอมรับและใช้งานในที่สุด

นฤมล จิตรเอื้อ (2562) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยศึกษาพฤติกรรมการใช้พร้อมเพย์ในกรุงเทพฯ และตรวจสอบความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร และตรวจสอบความสอดคล้องพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ในเขตกรุงเทพมหานครกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิจัยพบว่าความถี่ในการใช้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ใช้บริการพร้อมเพย์ 1-2 ครั้งต่อเดือน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแม้จะมีการใช้ แต่ความถี่ในการใช้งานยังไม่สูงมากนัก วัตถุประสงค์หลักการใช้งานส่วนใหญ่คือ การรับ-โอนเงิน ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของพร้อมเพย์ และธนาคารที่ใช้ กลุ่มตัวอย่างทำธุรกรรมกับ ธนาคารไทยพาณิชย์มากที่สุดอาจบ่งชี้ถึงปัจจัยด้านความนิยมและความน่าเชื่อถือของแบรนด์

ภาณุวัฒน์ กนกธร (2561) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการพร้อมเพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้าน ความคุ้นเคย (Familiarity) ของผู้ใช้บริการกับแอปพลิเคชันธนาคารและขั้นตอนการทำธุรกรรมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ ซึ่งอธิบายได้ว่าเหตุใดผู้ใช้งานบางส่วนจึงเลือกใช้พร้อมเพย์ของธนาคารที่ตนเองคุ้นเคย

เสาวลักษณ์ อินทุขันธ์ (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับระบบการชำระเงินแบบพร้อมเพย์. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (ศึกษาในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี พบว่าการรับรู้ประโยชน์และความยากง่ายในการใช้งานมีผลในระดับมาก และพฤติกรรมการใช้ระบบด้านเหตุผลมีอิทธิพลสูงสุด) การศึกษาเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมการใช้งานระบบที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับ ระบบการชำระเงินแบบพร้อมเพย์ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสดอยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี และประกอบอาชีพพนักงานราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ผลจากการวัดระดับความสำคัญ พบว่า การรับรู้ประโยชน์ ความยากง่ายในการใช้งาน และพฤติกรรมการใช้งานระบบทุกด้านมีความสำคัญในระดับมาก ผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อาชีพและสถานภาพสมรสมีผลต่อการยอมรับระบบการชำระเงินแบบ พร้อมเพย์ ด้านการรับรู้ความยากง่ายในการใช้งาน ส่วนพฤติกรรมการใช้ระบบ ด้านช่องทางการชำระเงิน ด้านเหตุผลในการใช้บริการ และด้านอิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลต่อการยอมรับระบบการชำระเงินแบบพร้อมเพย์ในภาพรวม โดยเหตุผลในการใช้บริการมีอิทธิพลสูงสุด ส่วนช่องทางการชำระเงินมีอิทธิพลสูงสุดต่อการยอมรับระบบ การชำระเงินแบบพร้อมเพย์ด้านการรับรู้ประโยชน์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับการให้บริการพร้อมเพย์ของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ซึ่งมีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสำรวจจากแบบสอบถาม (Question) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้นั้นจะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนทั่วไปที่ศึกษา ทำงาน หรืออาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี และเคยมีประสบการณ์หรือมีโอกาสนในการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง เช่น การโอนเงิน รับเงิน หรือชำระค่าสินค้า/บริการ ผ่านระบบพร้อมเพย์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างของประชากรทั่วไปที่ศึกษา ทำงาน หรืออาศัยในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี และเคยใช้บริการพร้อมเพย์ เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่ศึกษา ทำงาน และอาศัยในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ที่เคยใช้บริการพร้อมเพย์ได้ จึงใช้ตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane มีระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ 5% ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 400 ตัวอย่าง อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้เพิ่มกลุ่มตัวอย่าง 30 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น จำนวน 430 ตัวอย่าง เพื่อลดความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วน

เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม (Question) ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: คำถามคัดกรองผู้ทำแบบสอบถามว่าเป็นผู้ที่ศึกษา ทำงาน หรืออาศัยอยู่ในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี และเคยใช้บริการพร้อมเพย์

ส่วนที่ 2: คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพสมรส, ระดับการศึกษา, อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 3: คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการพร้อมเพย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ จำนวนรายการที่ใช้ต่อเดือน, ใช้บริการพร้อมเพย์ไปกับเรื่องใดมากที่สุด และใช้บริการพร้อมเพย์ของธนาคารใด มากที่สุด ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 4: ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านการรับรู้ประโยชน์, ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน, ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี, ด้านทัศนคติ, ด้านบรรทัดฐานทางสังคม, ด้านการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม, ด้านความตั้งใจในการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ และระดับการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์

การทดสอบเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความน่าเชื่อถือก่อนนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาช่วยทำการตรวจสอบข้อคำถามในแบบสอบถามเพื่อความครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา การจัดเรียงลำดับข้อคำถาม รูปแบบภาษา ในแบบสอบถามและความเหมาะสมของข้อคำถาม โดยใช้วิธีการวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

2. ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้านความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของเนื้อหา ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาของคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้วิธีการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ซึ่งแต่ละข้อคำถามจะได้รับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่ โดยให้คะแนนเป็น +1 (สอดคล้อง), 0 (ไม่แน่ใจ), และ -1 (ไม่สอดคล้อง) จากผลการตรวจสอบ พบว่า ข้อคำถามส่วนใหญ่มีค่า IOC อยู่ในช่วงที่ยอมรับได้ (≥ 0.50)

3. การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) หลังจากปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างทดลอง จำนวน 30 ตัวอย่าง ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง ทั้งด้านพื้นที่การอยู่อาศัย และพฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด

จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแบบสอบถามส่วนที่ 3 ของแบบสอบถาม ซึ่งเป็นส่วนที่วัดความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด

ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างทดลอง จำนวน 30 ตัวอย่าง พบว่า ค่า Cronbach's Alpha มีค่าเท่ากับ 0.803 ซึ่งสูงกว่าค่ามาตรฐานขั้นต่ำที่ยอมรับได้คือ 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีระดับความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ที่น่าเชื่อถือ และเหมาะสมสำหรับใช้ในการเก็บข้อมูลจริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว จึงจะนำข้อมูลที่ได้นั้นมาประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 ค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงคุณภาพ (เชิงกลุ่ม) คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ คือ ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด ได้แก่ เหตุผลใดทำให้ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันคิวอาร์โค้ดเป็นครั้งแรก, ใช้แอปพลิเคชันคิวอาร์โค้ดของธนาคารใดมากที่สุด, ใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดบ่อยแค่ไหน (ความถี่ในการใช้บริการ) และใช้การชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดไปกับเรื่องใดมากที่สุด

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากร ซึ่งสามารถนำผลการวิเคราะห์นั้น ไปสรุปอ้างอิงถึงประชากรได้ สถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การประมาณค่าและการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้เครื่องมือทางสถิติ ดังต่อไปนี้

2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานีที่แตกต่างกัน โดยจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ t-test และ F-test (One-Way ANOVA) ในการทดสอบ

2.2 พฤติกรรมการใช้บริการพร้อมเพย์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานีที่แตกต่างกัน โดยจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ F-test (One-Way ANOVA) ในการทดสอบ

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ผลการวิเคราะห์พบว่า ระดับปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.73) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการรับรู้ประโยชน์ ($\bar{X} = 4.38$) ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ($\bar{X} = 4.33$) ด้านทัศนคติต่อการใช้บริการ ($\bar{X} = 4.29$) แสดงให้เห็นว่าประชาชนส่วนใหญ่รับรู้ว่าการใช้บริการพร้อมเพย์มีประโยชน์ สะดวก และปลอดภัย ในขณะที่ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ด้านความเสี่ยงที่รับรู้ ($\bar{X} = 3.96$) ซึ่งแม้อยู่ในระดับมาก แต่ยังคงสะท้อนว่าผู้ใช้บางส่วนยังคงมีความกังวลเรื่องความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลและความเป็นส่วนตัวทางการเงิน โดยสรุป ประชาชนในอำเภอคลองหลวงมีการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ในระดับสูง เนื่องจากเห็นถึงความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และเหมาะสมกับวิถีชีวิตยุคดิจิทัล

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พบว่าผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง (57.7%) มีอายุระหว่าง 21–30 ปี (31.6%) มีสถานภาพโสด (55.3%) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (60.5%) ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน (38.1%) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001–30,000 บาท (33.0%) โดยสรุป กลุ่มประชาชนที่ใช้บริการพร้อมเพย์ในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ส่วนใหญ่เป็นคนวัยทำงานที่มีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีดี สามารถเข้าถึงบริการทางการเงินดิจิทัลได้สะดวก และมีความตระหนักรู้ถึงประโยชน์ของระบบพร้อมเพย์ในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้มีระดับการยอมรับการใช้บริการในระดับสูง

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการพร้อมเพย์ 1) จำนวนรายการที่ใช้ต่อเดือน (Transaction Volume per Month) 2) ท่านใช้แอปพลิเคชันพร้อมเพย์ของธนาคารใด มากที่สุด 3) ท่านใช้บริการพร้อมเพย์ไปกับเรื่องใดมากที่สุด จากผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี จำนวนการใช้บริการพร้อมเพย์ 4-6 ครั้งต่อเดือน (38.1%) แสดงให้เห็นถึงความคุ้นเคยและการใช้งานในชีวิตประจำวัน ธนาคารที่ถูกใช้บริการพร้อมเพย์มากที่สุดคือ ธนาคารกสิกรไทย (31.2%) รองลงมาคือ ธนาคารไทยพาณิชย์ (27.4%) และ ธนาคารกรุงไทย (20.0%) ซึ่งเป็นธนาคารที่มีระบบ Mobile Banking เสถียรและเป็นที่ยอมรับ ประชาชนส่วนใหญ่ใช้บริการพร้อมเพย์เพื่อ โอนเงินให้บุคคลอื่น (45.6%) รองลงมาคือ รับเงินจากบุคคลอื่น (27.4%) สะท้อนว่าพร้อมเพย์ได้กลายเป็นช่องทางหลักในการทำธุรกรรมการเงินระหว่างบุคคล (Peer-to-Peer Transfer) โดยสรุปพฤติกรรมการใช้บริการพร้อมเพย์ของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี อยู่ในระดับสูงและสอดคล้องกับแนวโน้มของประเทศที่กำลังเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) โดยมีการใช้งานบ่อยครั้งและเลือกใช้บริการผ่านธนาคารที่มีระบบดิจิทัลที่สะดวกและน่าเชื่อถือ

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานีที่แตกต่างกัน การศึกษาครั้งนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน บางตัวแปรมีผลต่อระดับการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ส่วนตัวแปร สถานภาพสมรส และ ระดับการศึกษา ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิเคราะห์ดังนี้

- 1) เพศ Sig. = 0.032 (< 0.05) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- 2) อายุ Sig. = 0.018 (< 0.05) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- 3) สถานภาพสมรส Sig. = 0.118 (> 0.05) ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- 4) ระดับการศึกษา Sig. = 0.084 (> 0.05) ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- 5) อาชีพ Sig. = 0.027 (< 0.05) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- 6) รายได้ต่อเดือน Sig. = 0.011 (< 0.05) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการพร้อมเพย์แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานีที่แตกต่างกัน จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการพร้อมเพย์ที่แตกต่างกัน บางตัวแปรมีผลต่อระดับการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ จำนวนครั้งของการใช้บริการต่อเดือน วัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการพร้อมเพย์ โดยกลุ่มที่มีการใช้บริการ มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน มีระดับการยอมรับสูงกว่ากลุ่มที่ใช้

น้อยกว่า เนื่องจากมีความคุ้นเคยกับระบบและเห็นประโยชน์ในด้านความสะดวกและความปลอดภัยในการทำธุรกรรม ส่วนผู้ที่ใช้บริการเพื่อ โอนเงินและชำระค่าสินค้า/บริการ มีระดับการยอมรับสูงกว่าผู้ที่ใช้เพื่อรับเงินหรือใช้เพื่อสวัสดิการภาครัฐ ซึ่งอธิบายได้ว่า การใช้งานเชิงรุก (Active Use) ช่วยเสริมทัศนคติในทางบวกต่อระบบมากกว่าการใช้งานเชิงรับ ในขณะที่ตัวแปร ธนาकारที่ใช้บริการพร้อมเพย์มากที่สุด ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าระดับการยอมรับของผู้ใช้ไม่ได้ขึ้นอยู่กับว่าธนาकारใดเป็นผู้ให้บริการ แต่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์การใช้งานและความคุ้นเคยของผู้ใช้มากกว่า

อภิปรายผล

ปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

ผลการวิจัยการศึกษาการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาคือ เป็นการยืนยันภาพรวมของผู้ใช้และปัจจัยขับเคลื่อนหลักของการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์โดยรวมพบว่าประชาชนมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.73) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่

1) ด้านการรับรู้ประโยชน์ ($\bar{X} = 4.38$) – ผู้ใช้เห็นว่าพร้อมเพย์ช่วยให้ทำธุรกรรมได้รวดเร็ว ประหยัดเวลา และลดค่าใช้จ่าย

2) ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ($\bar{X} = 4.33$) – ผู้ใช้มองว่าระบบใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน และสามารถใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือได้สะดวก

3) ด้านทัศนคติต่อการใช้บริการ ($\bar{X} = 4.29$) – ผู้ใช้มีความพึงพอใจและเห็นว่าการใช้พร้อมเพย์เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต

ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ด้านความเสี่ยงที่รับรู้ ($\bar{X} = 3.96$) ซึ่งแม้อยู่ในระดับมาก แต่ยังคงมีความกังวลบางส่วนเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูลและความมั่นใจในกรณีเกิดปัญหาการทำธุรกรรม สอดคล้องกับแนวคิดของ Davis (1989) ใน TAM และ Ajzen (1991) ใน TPB ซึ่งว่าการรับรู้ประโยชน์ การใช้งานง่าย และทัศนคติที่ดี เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีทางการเงินใหม่ ๆ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง (57.7%) มีอายุระหว่าง 21–30 ปี (31.6%) ส่วนใหญ่มี

สถานภาพโสด (55.3%) มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี (60.5%) ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน (38.1%) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001–30,000 บาท (33.0%) ผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้ใช้บริการพร้อมเพย์ในพื้นที่อำเภอคลองหลวงเป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่มีการศึกษาปานกลางถึงสูง มีรายได้ประจำ และคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวิศา พุ่มดนตรี (2559) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า กลุ่มเพศหญิงและกลุ่มวัยทำงานมีแนวโน้มยอมรับและใช้บริการ Mobile Banking สูงกว่าเพศชาย และสอดคล้องกับทฤษฎี Technology Acceptance Model (TAM) ของ Davis (1989) ที่อธิบายว่า กลุ่มผู้ใช้ที่มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีจะมีการรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้งานในระดับสูงส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการมากขึ้น

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการพร้อมเพย์ของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

3.1 จำนวนรายการที่ใช้ต่อเดือน (Transaction Volume per Month) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการพร้อมเพย์ 4–6 ครั้งต่อเดือน (38.1%) แสดงถึงพฤติกรรมการใช้งานอย่างต่อเนื่องและคุ้นเคยกับระบบ

3.2 ธนาคารที่ใช้บริการพร้อมเพย์มากที่สุด พบว่าประชาชนส่วนใหญ่ใช้บริการผ่าน ธนาคารกสิกรไทย (31.2%) รองลงมาคือ ธนาคารไทยพาณิชย์ (27.4%) ซึ่งเป็นธนาคารที่มีระบบแอปพลิเคชัน Mobile Banking เสถียรและมีฐานผู้ใช้จำนวนมาก

3.3 วัตถุประสงค์ในการใช้บริการพร้อมเพย์ ประชาชนส่วนใหญ่ใช้บริการเพื่อ โอนเงินให้ผู้อื่น (45.6%) รองลงมาคือ รับเงินจากผู้อื่น (27.4%) และ ชำระค่าสินค้า/บริการ (19.5%) แสดงให้เห็นว่าการใช้พร้อมเพย์ส่วนใหญ่เป็นไปเพื่อการทำธุรกรรมระหว่างบุคคล (Peer-to-Peer Transfer) ในชีวิตประจำวัน

ผลนี้สอดคล้องกับรายงานของ ธนาคารแห่งประเทศไทย (2566) ที่พบว่าธุรกรรมโอนเงินระหว่างบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์มีสัดส่วนสูงที่สุด และเติบโตต่อเนื่องทุกปี ซึ่งสะท้อนถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนจากการใช้เงินสดมาใช้ระบบดิจิทัลเพิ่มขึ้น

4. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานีที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ t-test และ One-way ANOVA พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลบางตัวมีผลต่อระดับการยอมรับที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่

- เพศ พบว่าเพศหญิงมีระดับการยอมรับสูงกว่าเพศชาย เนื่องจากมักเป็นผู้จัดการด้านการเงินในครอบครัว และให้ความสำคัญกับความสะดวกและความปลอดภัย

- อายุ พบว่ากลุ่มอายุ 21-40 ปี มีระดับการยอมรับสูงสุด เพราะอยู่ในช่วงวัยทำงานและคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล
- อาชีพ พบว่ากลุ่มพนักงานบริษัท ข้าราชการ และรัฐวิสาหกิจ มีระดับการยอมรับสูง เนื่องจากใช้ธุรกรรมออนไลน์บ่อย
- รายได้ต่อเดือน พบว่ากลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน มีการยอมรับสูงกว่ากลุ่มรายได้ต่ำ
- สถานภาพสมรส และ ระดับการศึกษา ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวลักษณ์ อินทุรงค์ (2559) และ ธัญลักษณ์ รัตนมณี (2561) ที่พบว่าปัจจัยด้านรายได้และอาชีพมีผลต่อระดับการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน เนื่องจากผู้ที่มีรายได้ประจำมีความมั่นใจและเข้าถึงเทคโนโลยีได้มากกว่า

5. การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการพร้อมเพย์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ของประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานีที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย One-way ANOVA พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบางตัวมีผลต่อระดับการยอมรับแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่

- จำนวนครั้งของการใช้บริการต่อเดือน พบว่ากลุ่มที่ใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน มีระดับการยอมรับสูงกว่ากลุ่มที่ใช้บ่อยกว่า
- วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ พบว่ากลุ่มที่ใช้เพื่อโอนเงินและชำระค่าสินค้า/บริการ มีการยอมรับสูงกว่ากลุ่มที่ใช้เพื่อรับเงินหรือสวัสดิการ
- ส่วนตัวแปร ธนาการที่ใช้บริการพร้อมเพย์มากที่สุด ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าระดับการยอมรับไม่ได้ขึ้นอยู่กับธนาการใดเป็นพิเศษ แต่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และความคุ้นเคยของผู้ใช้มากกว่า

ผลนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ TAM และงานวิจัยของ ธัญลักษณ์ รัตนมณี (2561) ซึ่งชี้ว่า ความถนัดในการใช้งานและความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีส่งผลโดยตรงต่อระดับการยอมรับการใช้บริการทางการเงินออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งนี้

1. ข้อเสนอแนะต่อผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ จากผลการวิเคราะห์ที่แสดงให้เห็นว่าประชาชนมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์

เพียในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้าน การรับรู้ประโยชน์, การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน, และ ทศนคติต่อการใช้บริการ ขณะที่ด้าน ความเสี่ยงที่รับรู้ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด แม้จะยังอยู่ในระดับมากก็ตาม งานวิจัยในอนาคตควรเน้นไปที่การทำความเข้าใจเชิงลึกในประเด็นเกี่ยวกับ "ความเสี่ยงที่รับรู้" และผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้งานเนื่องจาก "ความเสี่ยงที่รับรู้" เป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด $\bar{X} = 3.96$ และเป็นประเด็นที่ผู้ใช้อย่างมีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูลและความมั่นใจในการเกิดปัญหาการทำธุรกรรม เพื่อศึกษาประเภทของความเสี่ยงที่ผู้ใช้รับรู้ (เช่น ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวของข้อมูล, ความเสี่ยงด้านการเงินจากการทำธุรกรรมผิดพลาด, ความเสี่ยงจากอาชญากรรมทางไซเบอร์) อย่างละเอียด และจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงแต่ละประเภทที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้งาน โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ร่วมกับการสำรวจเชิงปริมาณเพื่อสร้างดัชนีวัดความเสี่ยงที่รับรู้ที่เฉพาะเจาะจง

2. ตามข้อมูลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี งานวิจัยนี้ได้ระบุ ลักษณะทางประชากรของกลุ่มผู้ใช้บริการพร้อมเพย์ที่เป็นเป้าหมาย อย่างชัดเจน โดยเน้นที่กลุ่ม เพศหญิง วัยทำงาน (21-30 ปี) ระดับปริญญาตรี มีรายได้ปานกลางถึงสูง และ คำนึงกับเทคโนโลยีดิจิทัล ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยเพิ่มเติมจึงควรเน้นไปที่การใช้ประโยชน์จากข้อมูลนี้และอุดช่องว่างทางข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มที่ไม่ใช่เป้าหมายหลัก เพิ่มการวิเคราะห์การวิจัยเชิงเปรียบเทียบปัจจัยการยอมรับตามลักษณะประชากร เช่นการเปรียบเทียบตามเพศและวัย ศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยการยอมรับระหว่าง เพศหญิง (กลุ่มตัวอย่างหลัก) กับ เพศชาย และระหว่าง กลุ่มวัยทำงานตอนต้น (21-30 ปี) กับ กลุ่มผู้สูงอายุ (เช่น 50 ปีขึ้นไป) เพื่อทำความเข้าใจว่าปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการยอมรับแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เนื่องจากงานวิจัยอ้างอิงพบว่าเพศหญิงและวัยทำงานมีแนวโน้มยอมรับสูงกว่า การศึกษาเชิงเปรียบเทียบจะช่วยระบุ อุปสรรคในการยอมรับสำหรับกลุ่มเพศชายและกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารที่เฉพาะเจาะจง ๆ

3. ตามข้อมูลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการพร้อมเพย์ของประชาชนในอำเภอคลองหลวงที่แสดงให้เห็นถึงความถี่ในการใช้งานที่ต่อเนื่อง วัตถุประสงค์หลักในการโอน/รับเงินระหว่างบุคคล และความนิยมใช้ธนาคารที่มีแอปพลิเคชัน Mobile Banking ที่เสถียร สามารถเพิ่มเติมข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยการวิเคราะห์บทบาทของธนาคารและ Ecosystem ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง คุณภาพของระบบ Mobile Banking (System Quality) และ คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) ตามแนวคิดของ Delone & Mclean IS Success Model กับการยอมรับและการเลือกใช้พร้อมเพย์ผ่านธนาคารใดธนาคารหนึ่ง เพื่อระบุว่า คุณลักษณะใดของแอปพลิเคชันธนาคารที่ผู้ใช่มองว่าสำคัญที่สุดต่อการใช้งานพร้อมเพย์อย่างต่อเนื่อง และใช้เป็นเกณฑ์ในการเลือกใช้บริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การขยายขอบเขตพื้นที่ศึกษา งานวิจัยในครั้งนี้มุ่งเน้นเฉพาะประชาชนในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ดังนั้นในอนาคตควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยัง จังหวัดอื่นในเขตปริมณฑลหรือภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างด้านปัจจัยการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ในแต่ละพื้นที่ การศึกษาเชิงเปรียบเทียบและการขยายกลุ่มเป้าหมาย ทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (สัมภาษณ์เชิงลึก) เฉพาะกลุ่มที่มีระดับการยอมรับต่ำ (เช่น กลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไป, กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท, กลุ่มอาชีพอื่น ๆ) เพื่อทำความเข้าใจอุปสรรคและข้อกังวลที่แท้จริงของกลุ่มเหล่านี้ แม้ว่างานวิจัยจะพบว่ากลุ่มดังกล่าวมีการยอมรับต่ำ การระบุปัจจัยเฉพาะที่ทำให้ไม่ยอมรับจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการออกแบบนโยบายการส่งเสริมการใช้บริการให้ครอบคลุมทุกกลุ่มประชากร

2. จากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการพร้อมเพย์กับระดับปัจจัยการยอมรับการใช้บริการ ซึ่งพบว่า จำนวนครั้งของการใช้บริการต่อเดือน และ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญต่อระดับการยอมรับ ขณะที่ ธนาการที่ใช้บริการ ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไปจึงควรเน้นไปที่การทำความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับความสัมพันธ์เหล่านี้ เพื่ออธิบายว่าเหตุใดความถี่และวัตถุประสงค์จึงส่งผลต่อการยอมรับ และธนาการไม่มีผล ควรจัดทำการศึกษาการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยการยอมรับตามวัตถุประสงค์การใช้งานทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบเฉพาะเจาะจงว่า "ความเสี่ยงที่รับรู้" แตกต่างกันอย่างไรระหว่างการใช้เพื่อ 1) โอนเงินให้บุคคล (P2P) เน้นความกังวลเรื่องการใส่เบอร์โทรศัพท์ผิด หรือความเสี่ยงส่วนบุคคล 2) ชำระค่าสินค้า/บริการ (B2C/C2B) เน้นความกังวลเรื่องความน่าเชื่อถือของร้านค้า การรับประกันการได้สินค้า หรือความเสี่ยงในการทำธุรกรรมเชิงพาณิชย์ การค้นพบนี้จะช่วยในการกำหนดมาตรการลดความเสี่ยงที่เหมาะสมกับแต่ละประเภทของธุรกรรม เพื่อเพิ่มระดับการยอมรับโดยรวม

เอกสารอ้างอิง

- เสาวลักษณ์ อินทุชนและดารณี พิมพ์ช่างทอง. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับระบบการ ชำระเงินแบบพร้อมเพย์. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี, 10(2), 126-130.
- ภูมิพงศ์ โคจสอน และ ภูมิภักดิ์วัฒน์ ศรีสุข. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ของประชาชนในจังหวัดปทุมธานี. วารสารสมาคมนักวิจัย, 28(2), 45-58.

- อยู่บุญ, อ. และ รพีพิศาล, ก. (2562). ปัจจัยพยากรณ์ในการส่งผลต่อความสำเร็จของระบบธุรกิจอัจฉริยะในธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย: กรณีศึกษา บริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด (มหาชน). วารสารเวรีเดียน มหาวิทยาลัยศิลปากร สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 12(1), 356–371.
- โพธิ์สุนทรา, ชลชัย, และ พัฒนรังสรรค์, พชร. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อความถี่ในการใช้บริการพร้อมเพย์ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, 10(2), 112–125.
- ชวิตา พุ่มดนตรี. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล.
- นฤมล จิตรเอื้อ. (2562). พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร.
- ภาณุวัฒน์ กนกธร. (2561). พฤติกรรมการใช้บริการพร้อมเพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร.
- ลักขณา ธรรมสุภาพงศ์. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับบริการชำระเงินระบบพร้อมเพย์ของผู้บริโภคในจังหวัดจันทบุรี.
- พิมพ์พรรณ สุวรรณศิริศิลป์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.
- เสาวลักษณ์ อินทร์พุงศ์. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับระบบการชำระเงินแบบพร้อมเพย์ (PromptPay Payment System)
- ณัฐชญา ห่องแสง. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
- ฐานมาศ ศรีเอี่ยมกุล. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- อรัญญ์ สุขพาณิชย์. (2562). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563, มีนาคม). PromptPay the Game Changer for Payments. (BOT Magazine ฉบับเดือน มี.ค. 2563).