พฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบคิวอาร์โค้ด

Users' Behaviors and Acceptance of Electronic Payment Services in the Form of a QR Code

รัชนี พรหมพันธุ์ใจ,* ยศระวี วายทองคำและศศิพรรณ บิลมาโนชญ์*****

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ1) ศึกษาพฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code 2) เปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการกับการยอมรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานโดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ผู้ใช้บริการที่เคยชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน คัดเลือกด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.852 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้ใช้บริการที่เคยชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน ได้แก่ แม่บ้าน พนักงานบริษัท นักศึกษาและเจ้าของกิจการ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสนทนากลุ่ม ตามประเด็นข้อคำถามงานวิจัย และวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ผ่านธนาคารกรุงเทพมากที่สุด โดยใช้วิธีโอนเงินจากบัญชีและซื้อสินค้าผ่านออนไลน์โดยใช้จ่าย 2,001 – 2,500 ต่อครั้ง เพราะสะดวกในการชำระเงิน ซื้อ-ขาย สินค้าและมีความถี่โดยเฉลี่ยของการใช้มากกว่า 10 ครั้งต่อสัปดาห์ และมีการยอมรับการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ในรูปแบบ QR Code ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (M =4.30) และรายได้อยู่ในระดับมากที่สุดด้านทัศนคติ (M= 4.41) ด้านการไว้วางใจในระบบ (M= 4.34) ด้านการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งาน (M= 4.30) และด้านการรับรู้ความง่ายที่เกิดขึ้นจากการใช้งาน (M = 4.30) ส่วนด้านการรับรู้ผลประโยชน์ ที่เกิดขึ้นจากการใช้งานอยู่ในระดับมาก (M = 4.17)

2. ผู้ใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและช่องทางในการชำระค่าสินค้า/บริการต่างกัน จะมีการยอมรับการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ไม่แตกต่างกันส่วนผลจากการสนทนากลุ่มพบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลัก

*นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

**รองศาสตราจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

***ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

หลัก มีรูปแบบบริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code โดยโอนเงินจากบัญชีธนาคาร เพื่อใช้ในการซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ผ่านสื่อออนไลน์ และมีความคิดเห็นตรงกันว่า การชำระเงินผ่าน QR Code สามารถช่วยลดภาระและความยุ่งยากในการชำระเงิน เข้ากับวิถีการดำเนินชีวิต มีความชื่อมั่นในการยืนยันรายการ และเชื่อมั่นเทคโนโลยีในการใช้บริการด้านชำระเงินผ่าน QR Code

คำสำคัญ:พฤติกรรม / การยอมรับ / ผู้ใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ /QR Code

Abstract

The objectives of this study, the researcher examines (1) users' behaviors and acceptance of electronic payment services in the form of a QR Code. The researcher compares (2) the demographic characteristics of the service users under study. The mixed-methods methodology was used in this research, sample population in the quantitative research consisted of 400 service users in Bangkok Metropolis who used electronic payment in the form of a QR Code using the technique of purposive sampling. A questionnaire with the reliability of 0.852 was used to collect data. The sample population in the qualitative research consisted of twenty service users in Bangkok Metropolis who used electronic payment in the form of a QR Code. These were housewives, company employees, students, and business owners. Data were collected using focus group discussions based on the research questions. Data were analyzed using frequency, percentage, mean, and standard deviation. The technique of one-way analysis of variance (ANOVA) was also employed.

Findings are as follows:

1. The service users exhibited the electronic payment behavior in the form of a QR Code through the Bangkok Bank at the highest level. They transferred the money from bank accounts and purchased products online by paying 2,001-2,500 baht per time because it was a convenient way for paying for the buying-selling of products. The average frequency in the service use was more than ten times per week. They exhibited an acceptance of electronic payment in the form of a QR Code overall at the highest level (M = 4.30). Also at the highest level were the aspects of attitude (M = 4.41); trust in the system (M = 4.34); perceived risk in use (M = 4.30); and perceived ease of use (M = 4.30). The aspect of the perceived benefits from use was at a high level (M = 4.17).

2. The service users under study who differed in gender, age, educational level, occupation, monthly income, and channels for the payment for products and services exhibited no differences in their acceptance of electronic payment in the form of a QR Code. The focus group discussions showed that the key informants exhibited acceptance of electronic payment in the form of a QR Code by transferring money from bank accounts to buy products and services online. They were of the opinion that payment

using a QR Code could reduce difficulties in the payment. It was in consonance with their life ways. They trusted in the confirmation of transactions and technology in payment using a QR Code.

Keywords: Behavior /Adoption /Use Electronic Payment Services / QR Code

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีเป็นสิ่งที่มีบทบาทสำคัญ และสร้างผลกระทบต่อทุกแง่มุมของชีวิตของมนุษย์ โดยก่อให้เกิดความสะดวก สบาย และความรวดเร็วในการทำกิจกรรมต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเทคโนโลยีทางการสื่อสาร เทคโนโลยีเครื่องจักรที่ช่วยทุ่นการใช้แรงงานคน และรวมไปถึงเทคโนโลยีด้านการให้บริการด้านการเงิน ที่มีการพัฒนาให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการ และสามารถอำนวยความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้บริการมากขึ้น โดยในยุคที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาททางด้านการเงินนี้ จากการศึกษาข้อมูลพบว่า มีนวัตกรรมทางการเงินเกิดขึ้นมากมาย หลากหลายรูปแบบ และเพื่อเป็นการตอกย้ำถึงรูปแบบที่เปลี่ยนไป ซึ่งเทคโนโลยีที่เป็นที่รู้จัก และนิยมใช้กันเพิ่มมากขึ้นในด้าน QR Code ซึ่งเป็นบริการชำระเงินในรูปแบบ QR Code เพื่อเป็นความอำนวยสะดวกในการชำระเงินซื้อ-ขายสินค้า โดยผ่านรูปแบบ QR Code มาจากคำว่า “Quick Response Code” ซึ่งเป็นรหัสที่ถูกพัฒนามาจาก Barcode ในรูปแบบแนวตั้งในการบรรจุข้อมูลได้เพียง 200 ตัวอักษร และถูกต่อยอดจาก Barcode ให้มี ทั้งแนวตั้ง และ แนวนอน เพื่อสามารถบรรจุข้อมูลได้ถึง 4,000 ตัวอักษร ในรูปแบบ QR Code เพื่อการเก็บข้อมูล เช่น เบอร์โทรศัพท์ รหัสสินค้า URL เว็บไซต์หรือสื่อโฆษณาต่างๆ ให้มีการใช้งานได้ง่ายมากยิ่งขึ้น เพิ่มความสะดวกสบายในการใช้บริการ รวมไปถึงธุรกรรมทางการเงิน ในการใช้มือถือเชื่อมต่อกับแอพพลิเคชั่นของธนาคารหลัก เช่น ธนาคารออมสิน ธนาคารกสิกร ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงไทยและธนาคารกรุงเทพ เพื่อเชื่อมต่อกับบัตรเครดิต บัตรเดบิต หรือบัญชีธนาคาร โดยใช้กล้องสมาร์ตโฟนทำการสแกนข้อมูลผ่าน QR Code ที่ผู้ใช้บริการสามารถชำระค่าสินค้า หรือบริการจากร้านค้านั้น ๆ ได้ โดยไม่ต้องพกเงินสดแต่อย่างใด โดยขั้นตอนในการใช้บริการ QR Code สามารถทำได้ง่ายเพียง 4 ขั้นตอน ดังนี้ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561)

1. เข้าไปในแอปพลิเคชันสำหรับชำระเงินผ่าน QR Code แล้วเลือกประเภทว่าจะชำระเงินด้วยอะไร เช่น บัตรเครดิต โอนเงินจากบัญชี หรือe-Wallet

2. สแกน QR Code ของร้านค้าผ่านแอปพลิเคชันที่อยู่บนสมาร์ตโฟน

3. ใส่จำนวนเงินที่ต้องการจ่าย และกดยืนยันการชำระเงิน

4. ระบบแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการจะส่งข้อมูลยืนยันการชำระเงินกลับมาให้เรา โดยอาจจะเป็น SMS หรือ E-Mail เพื่อเป็นหลักฐานการชำระเงินQR Code ก็เป็นเทคโนโลยีตัวหนึ่งที่ธนาคารนำมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

โดยจากการศึกษาพบว่า นอกจากกระบวนการใช้บริการ QR Code จะสามารถทำได้ง่ายเพียง 4 ขั้นตอนตามที่ได้กล่าวไปแล้วในข้างต้น ผู้ใช้บริการยังสามารถชำระเงินผ่าน QR Code ได้ในการซื้อสินค้าและบริการทุก ๆ แห่งที่มีป้ายชำระเงินด้วยระบบ QR Code ไม่ว่าจะเป็นร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าปลีก แผงขายของในตลาดสด ร้านค้าริมทาง จนไปถึงร้านขายของออนไลน์ ซึ่งสามารถช่วยลดการพกเงินสดหรือบัตรเอทีเอ็มหลายใบ และยังมีปลอดภัยกว่าการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตหรือเดบิต เพราะไม่ต้องยื่น

บัตรให้ร้านค้า จึงไม่เสี่ยงต่อการโดนขโมยข้อมูลทางการเงิน ส่วนร้านค้าเองก็ได้ประโยชน์จากการใช้ QR Code เช่นกันคือ ไม่ต้องมีเครื่องรูดบัตรใด ๆ มารองรับการชำระเงิน ทำให้ประหยัดต้นทุนไปได้อย่างมากอีกด้วย (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561)

แต่อย่างไรก็ดีจากการศึกษารายงานพฤติกรรมการใช้บริการการชำระเงินผ่านระบบ QR Code ของประชาชนในประเทศไทย เมื่อปี 2562 พบว่า ผู้บริโภคชาวไทย มีพฤติกรรมการใช้บริการการชำระเงินผ่านระบบ QR Code น้อยกว่าเป้าหมายของสถาบันการเงินต่าง ๆ ที่ได้ทำการคาดการณ์ไว้ (https://www.techsauce.com)ซึ่งมาจากเหตุผลสำคัญใหญ่ๆ ได้แก่

1. คนไทยไม่ได้รู้สึกว่าการใช้จ่ายเงินสดเป็นปัญหา

2. การจ่ายผ่าน QR Code ไม่ได้สะดวกกว่าการหยิบกระเป๋าสตางค์ สำหรับคนซื้อ อย่างมีนัยยะสำคัญ QR Payment อาจจะใช้เวลาน้อยกว่าถ้าจ่ายเงินสดแล้วต้องทอนเงิน แต่ถ้ามองในมุมขั้นตอนในการจ่ายเงินสำหรับคนซื้อแล้ว ไม่มีความต่างกัน ช่วงเวลาที่ใช้จ่ายจากกระเป๋าสตางค์และใช้จ่ายแบงก์ถ้าไม่น้อยกว่าก็เท่ากันกับเวลาที่ใช้ในการปลดล็อกมือถือ เข้าแอปธนาคาร ใส่รหัส สแกน ใส่จำนวนเงิน กดจ่าย กดยืนยัน และโชว์ให้ผู้รับเงินเห็น

3. ประโยชน์ของ QR Code นั้นชัดเจนกับร้านค้าและธนาคาร แต่ไม่ใช่กับผู้บริโภค โดยร้านค้าลดความยุ่งยากในการทอนเงิน ส่วนธนาคารสามารถลดต้นทุนจากการจัดการขนย้ายเงินสด และข้อมูลการสำคัญจากธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าและร้านค้า เพื่อนำเอาข้อมูลที่ได้ไปปล่อยกู้หรือขายผลิตภัณฑ์อื่นๆ

นอกจากนั้น ผลจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการชำระเงินผ่านมือถือในประเทศไทยไทยเมื่อปี2562 ซึ่งมีอายุระหว่าง 18 – 65 ปี จำนวน 400 คน พบว่า คนไทยที่ใช้บริการชำระเงินผ่านมือถือ 7 ใน 10 คน มีความเห็นว่าประเทศไทยควรเข้าสู่การเป็นสังคมไร้เงินสด โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการและพร้อมในการใช้บริการ QR Code แทนเงินสด แต่ในการใช้บริการก็มีอุปสรรคที่สำคัญ คือ ร้านค้าไม่รับชำระ หรือร้านค้าที่รองรับมีจำกัด, ต้องเติมเงินเป็นประจำ และใช้เงินสดสะดวกกว่า รวมถึงการจำกัดมูลค่าการใช้ขั้นต่ำ ในขณะที่ในส่วนของผู้ที่ยังไม่ตัดสินใจใช้บริการ QR Code เกิดจากสาเหตุหลักที่สำคัญ คือ ความไม่มั่นใจ ไม่เชื่อในความปลอดภัย และความสะดวกสบายกว่าของการใช้บริการระบบ QR Code แทนเงินสด (https://www.brandinside.asia)

จากการขาดความเชื่อมั่นในการเรื่องของการใช้งาน และความปลอดภัยของผู้บริโภคที่มีต่อระบบการชำระค่าบริการผ่าน QR Code ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษาถึง พฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code โดยทำการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการต่อการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code และการยอมรับของผู้ใช้บริการต่อการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางให้กับสถาบันการเงินต่าง ๆ นำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงวิธีการชำระเงินผ่าน QR Code ให้มีประสิทธิภาพ สามารถสร้างการยอมรับและความเชื่อมั่นในการใช้บริการได้เพิ่มขึ้น อันจะส่งผลให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้บริการการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code มากขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการต่อการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code

3. เพื่อศึกษาการยอมรับของผู้ใช้บริการต่อการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code

4. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ กับการยอมรับต่อการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการที่เคยชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code และ อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งมีการทำธุรกรรมทางการเงินของธนาคาร ผ่านระบบออนไลน์จำนวน 37,973,421 คน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561)

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการที่เคยชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านรูปแบบ QR Code จำนวน 400 คน โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)ซึ่งคัดเลือกจากผู้ใช้บริการที่ใช้จ่ายชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 10 เขต

2. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วย

1. แบบสอบถาม จำนวน 4 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ในรูปแบบ QR Code ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการยอมรับการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์รูปแบบ QR Code และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

2. ข้อคำถามสำหรับการสนทนากลุ่ม จำนวนทั้งหมด 8 ข้อ

โดยผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ

1. หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์โดยเกณฑ์การตัดสินค่า IOC ถ้ามีค่า 0.50 ขึ้นไป แสดงว่าข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่จะทำการศึกษา ซึ่งผลการตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของข้อคำถาม พบว่าทุกคำถามมีความสอดคล้อง สามารถนำไปใช้ได้จริง

2. การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามที่ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มที่จะศึกษาจริงจำนวน 30 คนด้วยการใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (1970,p. 161) โดยผลการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.852 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีความเชื่อมั่นสูง สามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้จริง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในส่วนของงานวิจัยเชิงปริมาณ ทำการเก็บแบบสอบถามโดยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 10 เขต ประกอบด้วย (1) เขตราชเทวี (2) เขตห้วยขวาง (3) เขตบางรัก (4) เขตหนองแขม (5) เขตจตุจักร (

6) เขตบางเขน (7) เขตบางกะปิ (8) เขตมีนบุรี (9) เขตบางพลัด และ (10) เขตบางขุนเทียน โดยการติดต่อร้านค้าที่มีป้ายให้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ในการแจกแบบสอบถาม

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2การวิเคราะห์Independent-Sample T-Test เพื่อเปรียบเทียบความ แตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน

4.3การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัวขึ้นไป

รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ใช้บริการที่เคยชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้ใช้บริการที่เคยชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code จากกลุ่มผู้ใช้บริการที่อยู่ในกลุ่มพนักงานบริษัท และแม่บ้านอายุระหว่าง 38 – 52 ปี จำนวน 10 คน และผู้ใช้บริการที่อยู่ในกลุ่มนักศึกษา และเจ้าของกิจการ อายุระหว่าง 20 – 37 ปี จำนวน 10 คน และอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร รวมจำนวน 20 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ข้อคำถามที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม และข้อคำถามปลายเปิดที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เป็นผู้พิจารณาตรวจสอบ ได้ข้อคำถามจำนวน 8 ข้อ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลครบถ้วน ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยการนำเสนอในรูปแบบเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ได้ข้อสรุปดังนี้

1. ผู้ใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code เลือกใช้ธนาคารกรุงเทพมากที่สุด โดยส่วนใหญ่จะชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code โดยโอนเงินจากบัญชี และใช้ QR Code ในการซื้อสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ ได้มีจำนวนเงินในการใช้บริการผ่าน QR Code/ครั้ง อยู่ที่ 2,001-2,500 บาท โดยเหตุผลที่เลือกชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code คือ สะดวกในการชำระ ซื้อขายสินค้า และมีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 10 ครั้ง / สัปดาห์

2. ผลการศึกษาพบว่า ด้านการรับรู้ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการใช้งานโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่า ระบบการชำระเงินผ่าน QR Code สามารถช่วยลดภาระและความยุ่งยากในการชำระเงิน

ด้านการรับรู้ความง่ายที่เกิดขึ้นจากการใช้งาน พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่า การชำระเงินผ่าน QR Code เข้ากับวิถีการดำเนินชีวิตของท่านในปัจจุบัน

ด้านการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งาน พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่า ความเชื่อมั่นในการยืนยันรายการอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ

ด้านการไว้วางใจในระบบ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่า ความเชื่อมั่นด้านเทคโนโลยีในการใช้บริการด้านชำระเงินผ่าน QR Code

ด้านทัศนคติ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่าประสิทธิภาพของระบบการชำระเงินผ่าน QR Code

3. ผู้ใช้บริการการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและช่องทางในการชำระค่าสินค้า/บริการต่างกัน จะมีการยอมรับการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code แตกต่างกัน ในภาพรวม และรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน

จากการศึกษาพฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code โดยการเปรียบเทียบผลการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ สามารถสรุปได้ว่า

ในส่วนของพฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ในส่วนของผลการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการทำการสนทนากลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นกลุ่มผู้บริโภค Generation X จำนวน 10 คน และกลุ่มผู้บริโภค Generation Y จำนวน 10 คน รวม 20 คน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง Generation X และกลุ่มผู้บริโภค Generation Y มีรูปแบบบริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ที่ใช้บริการบ่อยมากที่สุด คือ QR Code โดยโอนเงินจากบัญชี รองลงมา คือ ใช้ในการซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ผ่านสื่อออนไลน์ โดยบริการที่ใช้บริการบ่อยมากที่สุด คือ QR Code โดยโอนเงินจากบัญชี รองลงมา คือ ใช้ในการซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ผ่านสื่อออนไลน์ ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code เพราะสะดวกในการชำระ ซื้อขายสินค้า โดยมีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 10 ครั้ง / สัปดาห์ ซึ่งสอดคล้องกันกับผลการศึกษาเชิงประมาณที่พบว่า ผู้ใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code เลือกใช้ธนาคารกรุงเทพมากที่สุด โดยส่วนใหญ่จะชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code โดยโอนเงินจากบัญชี และใช้ QR Code ในการซื้อสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ ได้มีจำนวนเงินในการใช้บริการผ่าน QR Code / ครั้ง อยู่ที่ 2,001 - 2,500 บาท โดยเหตุผลที่เลือกชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code คือ สะดวกในการชำระ ซื้อขายสินค้า และมีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 10 ครั้ง / สัปดาห์

จากผลการศึกษาการเปรียบเทียบผลการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ สามารถสรุปได้ว่า ผู้บริโภคที่เป็นผู้ใช้บริการระบบ QR Code ไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภค Generation ใดก็ตาม ก็จะมีพฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ไม่แตกต่างกัน

การอภิปรายผล

1. พฤติกรรมของผู้ใช้บริการต่อการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Codeผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ ในการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ในรูปแบบ QR Code โดยการโอนเงินจากบัญชี ใช้การชำระเงินผ่านสื่อออนไลน์ จำนวนชำระต่อครั้งอยู่ที่ 2,001 - 2,500 บาท และมีเหตุผลที่มาใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code คือ สะดวกในการชำระเงินซื้อ-ขายสินค้า และมีความถี่ในการชำระเงินผ่าน QR Code มากกว่า 10 ครั้ง/สัปดาห์ มากที่สุด นอกจากนี้ธนาคารยังมีการแข่งขันเพื่อให้บัญชีของตนเป็นบัญชีหลักของร้านค้า ผู้ให้บริการส่วนใหญ่จึงยังไม่คิดค่าธรรมเนียมกับร้านค้าทั้งนี้เนื่องจาก

การชำระเงินผ่าน QR Code เป็นขั้นตอนการให้บริการผู้ใช้บริการในการชำระค่าสินค้าและบริการที่ธนาคารออกแบบมาเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายจับจ่ายใช้สอยให้กับลูกค้าผู้ใช้บริการของธนาคารแต่ละธนาคาร ดังนั้นจึงพบว่า พฤติกรรมการชำระเงินของผู้ใช้บริการกำลังเปลี่ยนแปลงจากการใช้เงินสดเป็นแบบ “สังคมไร้เงินสด” มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการชำระเงินผ่าน QR Code เนื่องจากง่าย และสะดวกสบายต่อทั้งผู้ชำระเงินและผู้รับเงิน ที่สำคัญคือ มีความมั่นคงปลอดภัยสูงกว่าการชำระเงินผ่านเงินสด เหตุผลที่ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code คือ ความสะดวกในการชำระเงินซื้อ-ขายสินค้าที่สามารถซื้อสินค้าหรือชำระค่าบริการได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ไม่ต้องพกเงินสดหรือบัตรหลายใบ และไม่ต้องกลัวว่าร้านค้าจะแอบขโมยข้อมูลบัตรเครดิต/เดบิต หรือข้อมูลบัญชีธนาคารของผู้ใช้บริการ จึงมีความถี่ในการชำระเงินผ่าน QR Code มากกว่า 10 ครั้ง/สัปดาห์มากที่สุด ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับ ความเห็นของสมาคมธนาคารไทย(2560) ที่กล่าวว่า Dynamic QR Code เป็นส่วนช่วยให้พ่อค้า แม่ค้ารายย่อย รวมไปถึงร้านค้ารายใหญ่สามารถขยายฐานลูกค้าได้ เพราะลูกค้าจะไม่ต้องพกเงินสด ชำระเงินง่ายผ่านทางบัญชี หรือบัตรเครดิตได้ทันที ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย สะดวก ปลอดภัยและรวดเร็วเป็นอย่างมาก (https://www.tba.or.th) ทำให้การใช้ชีวิตประจำวันเป็นเรื่องง่าย ลดต้นทุนการชำระเงินได้โดยการพิมพ์คิวอาร์โค้ดพร้อมรับเงินเข้าบัญชีทันที และเพิ่มความปลอดภัยในการชำระเงิน ใช้รหัสส่วนตัวหรือการปลดล็อกผ่านระบบ Security

2. การยอมรับของผู้ใช้บริการต่อการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ในส่วนของการยอมรับของผู้ใช้บริการเขตกรุงเทพมหานครต่อการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code พบว่า ผู้ใช้บริการมีการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Codeในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีการยอมรับด้านทัศนคติมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการไว้วางใจในระบบ ด้านการรับรู้ความง่ายที่เกิดขึ้นจากการใช้งานและด้านการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งาน ลำดับสุดท้าย คือ ด้านการรับรู้ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการใช้งาน ทั้งนี้ในส่วนของการยอมรับด้านทัศนคติ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่า ระบบการชำระเงินผ่าน QR Code ที่ออกแบบมานั้น สามารถช่วยเพิ่มความสะดวกสบายจับจ่ายใช้สอยให้กับลูกค้าผู้ใช้บริการของธนาคารแต่ละธนาคาร โดยที่ไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการชำระเงินผ่าน QR Code ได้ และมีมาตรฐานระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าไว้วางใจ ทั้งนี้เนื่องจากระบบการชำระเงินผ่าน QR Code ของธนาคารในปัจจุบันถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องให้มีคุณภาพ และประสิทธิภาพสูง สามารถรองรับความต้องการใช้บริการของผู้ใช้บริการได้ดีมากขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อให้สามารถแข่งขันทางด้านการบริการกับธนาคารคู่แข่งขันอื่น ๆ ได้ เพราะในปัจจุบันนี้เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคกำลังเปลี่ยนแปลงไปเรื่อย ๆ และรัฐบาลกำลังมีนโยบายผลักดันให้ประเทศไทยเป็นสังคมไร้เงินสด หรือ Cash-less Society ตามนโยบาย 4.0 ของรัฐบาล ซึ่ง Cashless Society หรือ Cashless Economy (สังคมไร้เงินสด) คือ แนวคิดสังคมเศรษฐกิจที่ปราศจากเงินสดเป็นตัวขับเคลื่อน โดยมองว่าความสำคัญของเงินสดที่จับต้องได้จะลดน้อยลง และถูกแทนที่ด้วยการใช้เทคโนโลยีจากระบบคอมพิวเตอร์ในการทำธุรกรรมทางการเงินแทน ซึ่งมีข้อดีหลากหลาย ได้แก่ ความสะดวก รวดเร็ว ทันใจ ในการใช้บริการ (nextempire.co, ออนไลน์) นอกจากนั้นยังช่วยให้เศรษฐกิจเติบโต ปริมาณการใช้งานบัตรเครดิตและเดบิตจะช่วยกระตุ้นอัตราการใช้จ่าย และเพิ่มช่องทางการทำธุรกิจต่าง ๆ ให้กับองค์กร ซึ่งจะส่งผลต่อการเติบโตของ GDP ของประเทศในอนาคต อีกทั้งยังช่วยลดอัตราการฉกชิงวิ่งราว เพราะจำนวนเงินจะถูกเก็บรักษาอย่างปลอดภัยในบัญชีอิเล็กทรอนิกส์และยังช่วยให้การจัดเก็บภาษี เพราะสามารถตรวจสอบธุรกรรมทางการเงินได้ ทำให้รัฐบาลสามารถเรียกเก็บภาษีได้ถูกต้อง ครบถ้วน และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

โดยจากนโยบายดังกล่าว ทำให้ธนาคารต่าง ๆ มีการพัฒนาเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code อย่างต่อเนื่อง และทำการรุกตลาดใน ขยายฐานลูกค้าจากการให้บริการชำระค่าสินค้าผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code เฉพาะร้านค้าใหญ่ ๆ ไปสู่ร้านค้า หรือผู้จำหน่ายสินค้ารายย่อยลงไปเรื่อย ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าเดิม และเพิ่มโอกาสในการได้ลูกค้าใหม่ ๆ ที่จะเปลี่ยนมาใช้บริการธนาคารของตนเองมากขึ้น โดยธนาคารมีการพัฒนาให้ระบบการชำระเงินผ่าน QR Code มีขั้นตอนที่ง่าย ใช้ได้ทุกเพศ ทุกวัย อีกทั้งยังกระจายการบริการเข้าสู่ร้านค้าผู้จำหน่ายปลีกย่อยเพิ่มมากขึ้น ส่งผลทำให้ผู้บริโภคกลุ่มต่าง ๆ ไม่ว่าจะจำแนกเพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ ที่แตกต่างกัน ได้มีโอกาสในการใช้งานการชำระเงินผ่าน QR Code ได้ง่ายขึ้น บ่อยขึ้น จนเกิดเป็นการยอมรับในประสิทธิภาพของระบบการชำระเงินผ่าน QR Code ในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของFoster (1973: 146-147) ที่กล่าวว่า การยอมรับจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อประชาชนได้เรียนรู้โดยผ่านการศึกษา และได้ทดลองปฏิบัติ ซึ่งเมื่อเกิดความมั่นใจว่า สิ่งประดิษฐ์นั้นสามารถให้ประโยชน์อย่างแน่นอน ก็จะเกิดการยอมรับในสิ่งประดิษฐ์นั้นในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาครั้งนี้ที่พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และช่องทางในการชำระค่าสินค้า/บริการแตกต่างกันจะมีกับการยอมรับการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ด้านทัศนคติแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ในส่วนของการยอมรับการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ด้านการไว้วางใจในระบบ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่าความเชื่อมั่นด้านเทคโนโลยีในการใช้บริการด้านชำระเงินผ่าน QR Code มากที่สุด ทั้งนี้เป็นผลมาจากการที่ธนาคารมีการพัฒนาระบบด้านเทคโนโลยีในการใช้บริการด้านชำระเงินผ่าน QR Code และมีการทำการโฆษณา ประชาสัมพันธ์บริการเพื่อสะท้อนให้ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ และมั่นใจในการใช้บริการด้านชำระเงินผ่าน QR Code อย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่าความเชื่อมั่นด้านเทคโนโลยีในการใช้บริการด้านชำระเงินผ่าน QR Code มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพรรณทิพา แอดา (2549, น. 51) ที่กล่าวว่า การยอมรับสิ่งใหม่ จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้บริโภคเกิด ความรู้ ค่านิยม ทัศนคติต่อสิ่งนั้น ๆ ในทางบวก ซึ่งความรู้ ค่านิยม ทัศนคติต่อสิ่งนั้นๆ จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ ไม่มีจะเป็นการติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลต่างๆ อยู่เสมอ รวมไปถึงการทำการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ หรือนวัตกรรมนั้น ๆ ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องด้วย ซึ่งสอดคล้องกับเยาวพา ชูประภาวรรณ (2547) ที่ได้กล่าวถึง กระบวนการในการยอมรับว่าขั้นตอนในกระบวนการยอมรับประกอบด้วย 5 ขั้นตอนดังนี้

1. การรับรู้ (Awareness) เป็นขั้นแรกที่จะนำไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมใหม่ โดยบุคคลรับรู้ว่ามีนวัตกรรมใหม่ครั้งแรก เป็นขั้นตอนของการรับทราบเท่านั้นว่านวัตกรรมได้ เกิดขึ้นและมีอยู่จริง แต่ยังได้รับข้อมูลไม่ครบถ้วน

2. ความสนใจ (Interest) บุคคลเริ่มมีความสนใจ เริ่มค้นหาข้อมูลและเรียนรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นเพิ่มขึ้น พฤติกรรมนี้เป็นไปในลักษณะที่ตั้งใจและใช้กระบวนการคิดมากกว่าขั้นตอนการ รับรู้ในขั้นตอนนี้จะทำให้บุคคลได้รับความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่นั้นมากขึ้น บุคลิกภาพ ค่านิยม สังคม หรือประสบการณ์เก่าๆ จะมีผลต่อบุคคลนั้น และมีผลต่อการติดตามข่าวสาร

3. การประเมิน (Evaluation) เป็นขั้นไตร่ตรอง บุคคลจะนำข้อมูลที่ได้มาพิจารณาข้อดีข้อเสีย เพื่อตัดสินใจว่าควรจะทดลองนวัตกรรมใหม่หรือไม่ขั้นตอนนี้จะแตกต่างจากขั้นตอนอื่น ๆ ตรงที่เกิดการตัดสินใจที่จะลองความคิดใหม่ๆ โดยบุคคลมักคิดว่า การใช้สิ่งใหม่ๆ นั้นเป็นการเสี่ยง ที่ไม่แน่ใจ

ผลที่จะได้รับในขั้นตอนนี้จึงต้องการแรงเสริม (Reinforcement) เพื่อสร้างความมั่นใจยิ่งขึ้นว่า สิ่งที่ได้ตัดสินใจทดลองนั้นถูกต้อง โดยการให้คำแนะนำข่าวสารเพื่อประกอบการตัดสินใจ

4. การทดลอง (Trial) เป็นขั้นที่บุคคลทดลองนวัตกรรมใหม่ โดยอาจลองปฏิบัติ ทั้งหมดหรือบางส่วน เพื่อพิสูจน์ประโยชน์ของนวัตกรรมใหม่นั้น และรอตัดสินใจว่าจะยอมรับนวัตกรรมนั้นหรือไม่ ในขั้นตอนนี้บุคคลจะแสวงหา ข่าวสาร ที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ซึ่งผล ทดลองจะมีความสำคัญยิ่งต่อการตัดสินใจ ที่จะปฏิเสธหรือยอมรับต่อไป

5. การยอมรับ (Adoption) เป็นขั้นสุดท้ายในกระบวนการยอมรับ เป็นขั้นที่บุคคลยอมรับนวัตกรรมใหม่หลังจากได้ทดลองปฏิบัติแล้ว และนำไปปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง หลังจากยอมรับนวัตกรรมแล้ว กลุ่มเป้าหมายจะมีการแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติม เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจยอมรับ ถ้าข่าวสารที่ได้รับภายหลังมีผลว่าไม่สมควรรับนวัตกรรมนั้น อาจทำให้เกิดพฤติกรรมเลิกยอมรับ นวัตกรรมนั้นได้แต่ถ้าได้รับข่าวสารที่ดีภายหลัง อาจจะกลับมายอมรับใหม่ได้อีก

นอกจากนั้นผลการศึกษายังพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่าการชำระเงินผ่าน QR Code เข้ากับวิถีการดำเนินชีวิตในปัจจุบันมากที่สุด ทั้งนี้เป็นผลมาจากการที่ธนาคารมีความเข้าใจถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมในการพกเงินสดติดตัวน้อยลง และมีความต้องการเรื่องความสะดวกในการใช้จ่ายมากขึ้น เช่น สามารถชำระค่าบริการได้สะดวกโดยไม่ต้องเสียเวลาไปทำธุรกรรมที่ตู้เอทีเอ็ม หรือไปเบิกเงินที่ธนาคารหากเงินสดไม่เพียงพอ ซึ่งบริการการชำระเงินผ่าน QR Code ถือเป็นบริการที่คิดขึ้นมาเพื่อตอบโจทย์ความต้องการด้านความสะดวกสบายในการใช้จ่ายของผู้ใช้บริการด้านนี้โดยเฉพาะ ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่า การชำระเงินผ่าน QR Code เข้ากับวิถีการดำเนินชีวิตในปัจจุบันมากที่สุด ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณเสรีรัตน์และคณะ (2541) ที่กล่าวว่า ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับในนวัตกรรมใหม่ ๆ คือ ประโยชน์หรือความเป็นไปได้เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) คือ การที่ผู้รับนวัตกรรมคิดว่ามีประโยชน์เหนือกว่าสินค้าเดิมอย่างชัดเจนเช่น สะดวก รวดเร็ว ประหยัดกว่ายิ่งผู้รับนวัตกรรมเห็นคุณค่ามากเพียงใด โอกาสที่จะยอมรับนวัตกรรมยิ่งมีมากขึ้น

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่า มีความเชื่อมั่นในการยืนยันรายการอย่างชัดเจนมากที่สุด ทั้งนี้ในระบบการใช้บริการโดยการชำระเงินผ่าน QR Code นั้น ก่อนที่จะดำเนินการชำระค่าบริการสินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ระบบจะทำการสรุปรายการที่ต้องการชำระ รวมทั้งยอดชำระให้ผู้ใช้บริการตรวจสอบก่อนที่จะกดยืนยันการชำระค่าบริการ เพื่อป้องกันการผิดพลาดในการชำระค่าบริการ ซึ่งต้องเสียเวลาในการขอยอดชำระผิดคืน จึงทำให้ผู้ใช้บริการมีความมั่นใจว่า จะเกิดข้อผิดพลาดในการชำระค่าบริการไปยังบัญชีผู้รับผิดบัญชี หรือชำระผิดยอดค่าใช้จ่ายมากขึ้น จึงทำให้ผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่า มีความเชื่อมั่นในการยืนยันรายการอย่างชัดเจนมากที่สุด ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณเสรีรัตน์และคณะ (2541) ที่กล่าวว่า การที่ผู้รับนวัตกรรมสามารถนำบางส่วน ของนวัตกรรม ไปทดลอง จนเป็นที่ยอมรับ จะช่วยเพิ่มอัตราการยอมรับเพราะทำให้ผู้รับนวัตกรรมรู้สึกว่าตนเสี่ยงภัยน้อย

นอกจากนั้นผลการศึกษายังพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่า ระบบการชำระเงินผ่าน QR Code สามารถช่วยลดภาระและความยุ่งยากในการชำระเงินมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากบริการชำระเงินผ่าน QR Code ช่วยให้ผู้ใช้บริการไม่ต้องพกเงินสดในการใช้จ่าย รวมทั้งผู้ขาย หรือผู้ให้บริการก็ไม่จำเป็นต้องมีเงินสำหรับทอนให้กับลูกค้า เพราะลูกค้าสามารถชำระค่าใช้จ่าย หรือค่าบริการได้ตามยอดสินค้าหรือ

บริการที่ใช้จริง จึงช่วยลดขั้นตอนที่จะต้องพกเงินสด ขั้นตอนในการรับ หรือทอนเงินไปได้เป็นอย่างดี จึงทำให้ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่า ระบบการชำระเงินผ่าน QR Code สามารถช่วยลดภาระและความยุ่งยากในการชำระเงินมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Rogers (1983) ที่กล่าวว่า ลักษณะของนวัตกรรมเอง มีองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดการยอมรับ เช่น องค์ประกอบภายในความสอดคล้อง แบ่งเป็นขั้นตอน สามารถแยกทำได้สามารถปรับใช้งานได้อย่างเต็มที่ส่วนลักษณะภายนอกปฏิบัติตามได้ง่าย เข้าใจง่าย มีการปฏิบัติอย่างได้ผลมาแล้ว ใช้เวลาน้อย

3. การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการกับการยอมรับต่อการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ได้ดังนี้ ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน และช่องทางในการชำระค่าสินค้า/บริการ จะมีการยอมรับการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากได้มีโอกาสทดลองใช้ และใช้บริการการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ได้อย่างเท่าเทียมกัน ผลการวิจัยแบบสนทนากลุ่มครั้งนี้ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักมีความคิดเห็นตรงกันว่า การชำระเงินผ่าน QR Code สามารถช่วยลดภาระและความยุ่งยากในการชำระเงิน และเป็นบริการที่เหมาะสมสำหรับรูปแบบการดำเนินชีวิตในปัจจุบันมากที่สุด และเชื่อว่าในการใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code ไม่เกิดข้อผิดพลาด น่าเชื่อถือ มีความเชื่อมั่นได้ในประสิทธิภาพของการใช้งานด้านความปลอดภัยของระบบ ซึ่งสะท้อนให้เห็นได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน และช่องทางในการชำระค่าสินค้า/บริการ จะมีการยอมรับการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ซึ่งเป็นผลมาจากเทคโนโลยี และการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงง่าย ไม่ซับซ้อน ง่ายต่อการใช้งานในเข้าถึงบริการมากขึ้น เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่นขันของธนาคารต่างๆ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดของกิติมา สุรสนธิ (2541) ที่กล่าวว่า หญิงและชายมีความแตกต่างกันทั้งในด้านสรีระ ความถนัด สภาวะทางจิตใจอารมณ์ จากงานวิจัยทางด้านจิตวิทยาทั้งหลายได้แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างมากในเรื่องของความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้มีการกำหนดบทบาท และกิจกรรมของคนแต่ละคนในทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน แต่อย่างไรก็ดีหากผู้ใช้บริการเพศหญิง และเพศชายโอกาสในการได้รับข่าวสารที่ไม่แตกต่างกัน มีประสบการณ์ที่ไม่แตกต่างกัน ก็สามารถมีค่านิยม และทัศนคติที่สอดคล้องหรือใกล้เคียงกันได้ สอดคล้องแนวคิดของ Rogers (1983) ที่กล่าวว่า ลักษณะของนวัตกรรมเอง มีองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดการยอมรับ เช่น องค์ประกอบภายใน ความสอดคล้อง แบ่งเป็นขั้นตอน สามารถแยกทำได้สามารถปรับใช้งานได้อย่างเต็มที่ส่วนลักษณะภายนอกปฏิบัติตามได้ง่าย เข้าใจง่าย มีการปฏิบัติอย่างได้ผลมาแล้ว ใช้เวลาน้อย ดังนั้นเมื่อธนาคารมีการพัฒนาให้ลักษณะนวัตกรรมสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้บริการได้ทุกวัย ก็ย่อมทำให้กลุ่มคนทุกวัย มีการยอมรับการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า ขั้นตอนในการชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่าน QR Code ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ทำได้ง่าย จึงทำให้ไม่ว่าผู้ใช้บริการจะมีระดับการศึกษาเท่าใด มีความรู้มากน้อยเพียงใด ก็จะสามารถใช้งานได้ง่ายไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด รัฐบาลกำลังมีนโยบายผลักดันให้ประเทศไทยเป็นสังคมไร้เงินสด หรือ Cashless Society ตามนโยบาย 4.0 ของรัฐบาล ซึ่ง Cashless Society หรือ Cashless Economy (สังคมไร้เงินสด) คือแนวคิดสังคมเศรษฐกิจที่ปราศจากเงินสดเป็นตัวขับเคลื่อน โดยมองว่าความสำคัญของเงินสดที่จับต้องได้จะลดน้อยลง และถูกแทนที่ด้วยการใช้เทคโนโลยีจากระบบคอมพิวเตอร์ในการทำธุรกรรมทางการเงินแทน ทำให้ธนาคารต่าง ๆ มีการพัฒนาเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านทาง

อิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code อย่างต่อเนื่อง และทำการรุกตลาด ขยายฐานลูกค้าจากการให้บริการชำระค่าสินค้าผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code เฉพาะร้านค้าใหญ่ ๆ ไปสู่ร้านค้า หรือผู้จำหน่ายสินค้ารายย่อยลงไปเรื่อย ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าเดิม และเพิ่มโอกาสในการได้ลูกค้าใหม่ ๆ ดังนั้นจึงทำให้ผู้ใช้บริการอาชีพต่าง ๆมีโอกาสใช้งานการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code มากขึ้น จึงทำให้ผู้ใช้บริการที่มีระดับอาชีพต่างกัน จะมีการยอมรับการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ในภาพรวม และรายด้านทั้ง 5 ด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเยาวพา ชูประภาวรรณ (2547) ที่กล่าวว่า การที่ผู้ใช้บริการได้มีโอกาสทดลองโดยอาจลองปฏิบัติ ทั้งหมดหรือบางส่วน เพื่อพิสูจน์ประโยชน์ของนวัตกรรมใหม่นั้น และรอตัดสินใจว่าจะยอมรับนวัตกรรมนั้นหรือไม่ ในขั้นตอนนี้บุคคลจะแสวงหา ข่าวสาร ที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ซึ่งผลทดลองจะมีความสำคัญยิ่งต่อการตัดสินใจ ที่จะปฏิเสธหรือยอมรับต่อไป ซึ่งหลังจากได้ทดลองปฏิบัติแล้ว และนำไปปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง หลังจากยอมรับนวัตกรรมแล้ว กลุ่มเป้าหมายจะมีการแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติม เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจยอมรับ ถ้าข่าวสารที่ได้รับภายหลังมีผลว่าไม่สมควรรับนวัตกรรมนั้น อาจทำให้เกิดพฤติกรรมเลิกยอมรับ นวัตกรรมนั้นได้แต่ถ้าได้รับข่าวสารที่ดีภายหลัง อาจจะกลับมายอมรับใหม่ได้อีก ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดของ Rogers (1983) ที่กล่าวว่า สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม ผู้มีการศึกษาสูง มีฐานะทางเศรษฐกิจและทางสังคม และนวัตกรรมนั้นสอดคล้องกับชีวิตจะเกิดการยอมรับสูงกว่าและเร็วกว่า ผู้ที่ได้รับการศึกษาและมี ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำ ผู้ใช้บริการจะชำระค่าบริการผ่านช่องทางใดก็จะได้รับการบริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ที่มีขั้นตอนและมีคุณภาพที่ไม่แตกต่างกัน จึงทำให้ผู้ใช้บริการที่มีช่องทางในการชำระค่าสินค้า/บริการต่างกัน จะมีการยอมรับการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ในภาพรวม และรายด้านทั้ง 5 ด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นผลมาจากความพร้อมในการให้บริการขององค์กรนั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณเสรีรัตน์และคณะ (2541) ที่กล่าวว่า ความพร้อมขององค์กร (Organizations' Readiness to Adopt Innovation) การยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่เกี่ยวข้องกับตัวแปรสภาพแวดล้อมขององค์กร เช่น ความก้าวหน้าและ รายได้ขององค์กร ตัวแปรภายในองค์กร เช่น ขนาดองค์กร ผลกำไร แรงผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และคุณลักษณะอื่นที่มีอิทธิพลต่ออัตราการยอมรับ เช่น ต้นทุน ความเสี่ยง ความไม่แน่นอนความน่าเชื่อถือในเชิงวิทยาศาสตร์และการยอมรับจากสังคม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการผลการวิจัย

1.ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้บริการ

เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการมีโอกาสในการเข้าถึง และใช้ประโยชน์จากบริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code มากขึ้น ธนาคารควรมีการเปิดรับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ ว่ามีความต้องการช่องทางในการใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ช่องทางใดเพิ่มเติมบ้าง และควรมีการนำข้อเสนอแนะช่องทางการใช้บริการที่ได้ ไปพิจารณาเพิ่มช่องทางการใช้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น

2. ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

ธนาคารควรมีการรูปแบบการให้บริการการชำระเงินผ่าน QR Code ให้ง่ายต่อการใช้งานมากขึ้น เช่น ปรับรูปแบบ ปรับระบบในการแสกน QR Code ให้สามารถแสกนได้ง่ายมากขึ้น

3. ด้านความไว้วางในใจระบบ

การทำธุรกรรมทางการเงินนั้น ภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยมีความสำคัญที่สุด ดังนั้นจึงเป็นเรื่องจำเป็นที่ธนาคารต้องมีการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น และเป็นเรื่องที่ต้องมีการดำเนินการอย่างเร่งด่วน และต่อเนื่องเพื่อให้ประชาชนมีความมั่นใจเรื่องความปลอดภัยมากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมในการใช้บริการมากขึ้นได้ด้วย

4. ด้านการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งาน

เพื่อเป็นการส่งเสริม และกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการมีการใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code มากขึ้น ควรมีการทำการกระตุ้นให้เกิดกระแสการใช้งาน โดยมีการใช้ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดของประชาชน เช่น นักร้อง นักแสดงที่มีชื่อเสียงมาเป็นพรีเซ็นเตอร์ในการส่งเสริม และแนะนำให้ผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมในการใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code มากขึ้น

5. ด้านทัศนคติ

ธนาคารควรมีการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อว่า การใช้งาน QR Code มีความง่ายในการใช้งาน เช่น ไม่ต้องพกเงินสด ไม่ต้องเสียเวลาเบิกเงินจากธนาคาร หรือหาตู้เอทีเอ็มเพื่อกดเงิน ซึ่งเมื่อผู้ใช้บริการมีความเชื่อ มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code มากขึ้น ก็ย่อมส่งผลให้เกิดพฤติกรรมในการใช้งานมากขึ้นตามไปด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรจะศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่คาดว่าจะเกี่ยวข้องกับการยอมรับของผู้ใช้บริการต่อการยอมรับการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code เช่น ความพึงพอใจ ปัจจัยที่มีอิทธิพล เป็นต้น

2. การใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อให้เข้าถึงข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการยอมรับของผู้ใช้บริการต่อการยอมรับการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Codeทั้งการสัมภาษณ์ และแบบสนทนากลุ่มลูกค้าหรือผู้ใช้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการการให้บริการต่อไป

–

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กิติมา สุรสนธิ. (2541). *ความรู้ทางการสื่อสาร.* กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พรรณทิพา แอดำ. (2549). *การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของข้าราชการสำนักงานปลัดกระทรวงพลังงาน*(รายงานการวิจัย). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

เยาวพา ชูประภาวรรณ. (2547*). การยอมรับนวัตกรรมใหม่.* กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีย์รัตน์, องอาจ ปทะวานิช และปริญลักษิตานนท์. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่.*กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธีระฟิลม์ และไซเทกซ์ จำกัด.

ภาษาอังกฤษ

Cronbach, L. J. (1970). *Essential of Psychological Testing*(3rded.).New York: Harper Row. Stufflebeam.

Foster, G. M. (1973). *Tradition Societies andTechnological Change*. New York: Harper and Row Publishers.

Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of Innovation.* NewYork: Free Press.

Rogers, E. M.,&Shoemaker, F. F. (1971).*Communication ofInnovation.* New York: Free Press.

ออนไลน์

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). *ขั้นตอนในการใช้บริการ QR Code*. เข้าถึงได้จาก https://www.bot.or.th