



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงเทพฯ เน็กซ์ ในเขต
กรุงเทพมหานคร



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีควอาร์ท์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ใน
เขตกรุงเทพมหานคร



โดย
นายธัชชนนท์ เจษฏานุรักษ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2561
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

FACTORS AFFECTING THE ADOPTION OF QR PAYMENT TECHNOLOGY OF
KRUNGTHAI NEXT USERS IN BANGKOK



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Business Administration (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
PROGRAM)

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2018

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

หัวข้อ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของ
	ผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
โดย	ธันนัท เจษฎานุรักษ์
สาขาวิชา	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	รองศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

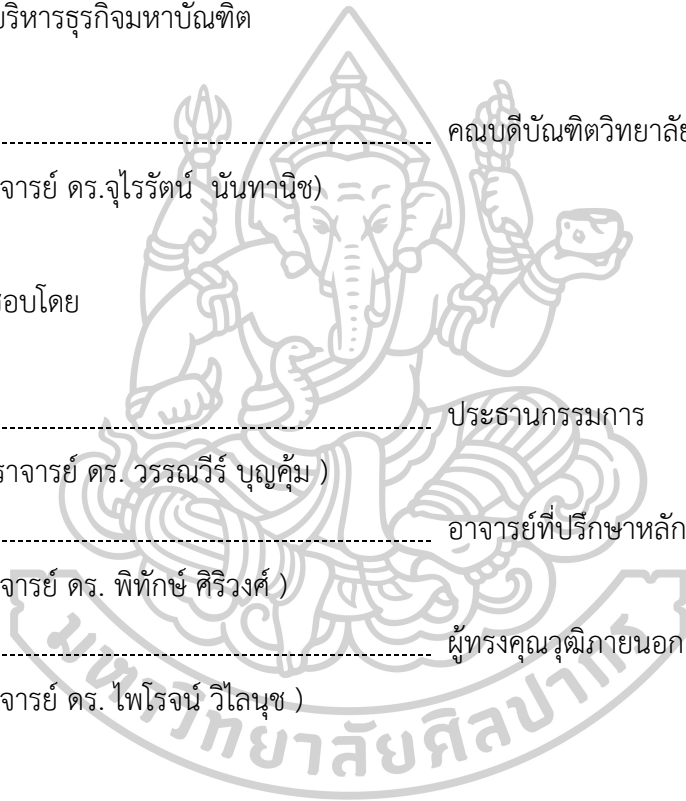
..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วรรณวีร์ บุญคุ้ม)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(รองศาสตราจารย์ ดร. ไพโรจน์ วิไลนุช)



59602346 : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2

คำสำคัญ : การยอมรับเทคโนโลยี, คิวอาร์เพย์เมนต์, กรุงเทพฯ เน็กซ์

นาย ธีชนนท์ เจษฎานุกฤษ: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของ
ผู้ใช้บริการกรุงเทพฯ เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : รองศาสตราจารย์
ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี
คิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงเทพฯ เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาระดับการ
ยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงเทพฯ เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่ม
ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ผู้ที่เคยใช้บริการคิวอาร์เพย์เมนต์ ผ่านแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ ใน
เขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อ
รวบรวมข้อมูลและนำไปวิเคราะห์ประมวลผลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี
ระดับการศึกษาปริญญาตรี และส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ระหว่าง
20,001 – 30,000 บาท/เดือน มีความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ 5-10 ครั้ง/เดือน และมี
ความถี่ในการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ น้อยกว่า 5 ครั้ง/เดือน นอกจากนี้
ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ ความ
คาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม และสภาพสิ่งแวดล้อมความ
สะดวกในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการ
กรุงเทพฯ เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

59602346 : Major (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM)

Keyword : Technology Adoption, QR Payment, Krungthai Next

MR. THATCHANON JEDSADANURAK : FACTORS AFFECTING THE ADOPTION OF QR PAYMENT TECHNOLOGY OF KRUNGTHAI NEXT USERS IN BANGKOK THESIS ADVISOR : ASSOCIATE PROFESSOR PROFESSOR PITAK SIRIWONG

The objective of this research were 1) to study the factors affecting the adoption of QR payment technology of Krungthai Next users in bangkok, and 2) to study adoption level of QR payment technology of Krungthai Next users in bangkok. The samples used in this study were 400 users who have used QR Payment technology by Krungthai Next application in bangkok. The questionnaire was employed to collect data, and the statistical package for the social sciences was used to analyze the data.

Research findings revealed that the majority of respondents were female, aged between 21-30 years, graduated with the bachelor's degree and most of them were government official and state enterprise officer, income between 20,001 – 30,000 bath per month with the frequency of using Krungthai Next application for 5-10 times per month and the frequency of using QR payment by Krungthai Next application less than 5 times per month. Moreover, the results revealed that demographic characteristics, trust perception, performance expectancy, effort expectancy, social influence and facilitating conditions had a positive influence on the adoption of QR payment technology of Krungthai Next users in bangkok.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความอนุเคราะห์และได้รับความร่วมมืออย่างสูงจากบุคคลต่างๆ มากมาย ที่ช่วยเป็นกำลังใจและแรงผลักดันให้การทำงานบรรลุถึงเป้าหมาย ซึ่งผู้วิจัยขอขอบคุณเป็นอย่างสูงกับความช่วยเหลือและกำลังใจที่ดีจากบุคคลทั้งหลาย อันได้แก่

ขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษาและแนะนำแนวทางในการทำวิจัยรวมถึงแง่คิดต่างๆ ในการศึกษาเรียนรู้เพื่อนำไปใช้ รวมถึง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม ประธานกรรมการ และ รองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาสละเวลาและให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็นต่างๆ ที่เป็นประโยชน์เพื่อให้งานวิจัยฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา และสมาชิกทุกคนในครอบครัวที่ได้ช่วยเหลือและให้กำลังใจทั้งในเรื่องการเรียนและการทำงานเสมอมา รวมถึงเพื่อนๆ ทุกคนที่ให้คำแนะนำ คอยช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะเกิดคุณค่าและเป็นประโยชน์แก่ นักเรียน นักศึกษา และผู้ที่สนใจทั่วไป ในการศึกษาค้นคว้าหรือใช้เป็นงานวิจัยสำหรับอ้างอิงต่อไป

ธัชชนนท์ เจษภูวนารักษ์



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	13
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	13
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	17
3. สมมติฐานของการวิจัย.....	17
4. ขอบเขตของการวิจัย.....	17
5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	18
6. นิยามศัพท์เฉพาะ.....	18
7. กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	20
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	21
1. แนวคิดที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์.....	22
2. ข้อมูลทั่วไปของ Krungthai Next.....	25
3. แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	28
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	36
1. ระเบียบวิธีวิจัย.....	36
2. ประชากรเป้าหมาย.....	36

3. กลุ่มตัวอย่าง.....	36
4. การสุ่มตัวอย่าง.....	37
5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	37
6. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือการวิจัย.....	39
7. การตรวจสอบเครื่องมือ.....	39
8. ขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	43
9. การวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
10. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล.....	45
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	46
2. ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ.....	50
3. ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความคาดหวังในประสิทธิภาพ.....	51
4. ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความคาดหวังในการใช้งาน.....	52
5. ระดับความคิดเห็นที่มีต่ออิทธิพลทางสังคม.....	53
6. ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน.....	54
7. ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์.....	55
8. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร.....	56
9. ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	58
10. สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	65
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ.....	66
1. สรุปผลการวิจัย.....	66
2. อภิปรายผลการวิจัย.....	70
3. ข้อเสนอแนะ.....	75
รายการอ้างอิง.....	76

ภาคผนวก	79
ภาคผนวก ก แบบสอบถามสำหรับงานวิจัย.....	79
ภาคผนวก ข หนังสือตอบรับบทความเพื่อนำเสนอและตีพิมพ์	88
ภาคผนวก ค เกียรติบัตรนำเสนอผลงานวิชาการ.....	90
ประวัติผู้เขียน	91



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องและค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย.....	41
ตารางที่ 2 แสดงระยะเวลาการเก็บข้อมูล	45
ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละของลักษณะผู้ตอบแบบสอบถาม.....	46
ตารางที่ 4 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ.....	50
ตารางที่ 5 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความคาดหวังในประสิทธิภาพ.....	51
ตารางที่ 6 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความคาดหวังในการใช้งาน	52
ตารางที่ 7 ระดับความคิดเห็นที่มีต่ออิทธิพลทางสังคม.....	53
ตารางที่ 8 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	54
ตารางที่ 9 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยีควาร์เพย์เมนต์.....	55
ตารางที่ 10 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	56
ตารางที่ 11 แสดงค่า VIF และ Tolerance ของตัวแปร.....	58
ตารางที่ 12 ผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีควาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน	59
ตารางที่ 13 ผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีควาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน	59
ตารางที่ 14 ผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีควาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน.....	60
ตารางที่ 15 ผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีควาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน	61
ตารางที่ 16 ผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีควาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน.....	62
ตารางที่ 17 ผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีควาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน.....	62

ตารางที่ 18 ผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรความถี่ในการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชัน
 กรุงไทย เน็กซ์ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน63

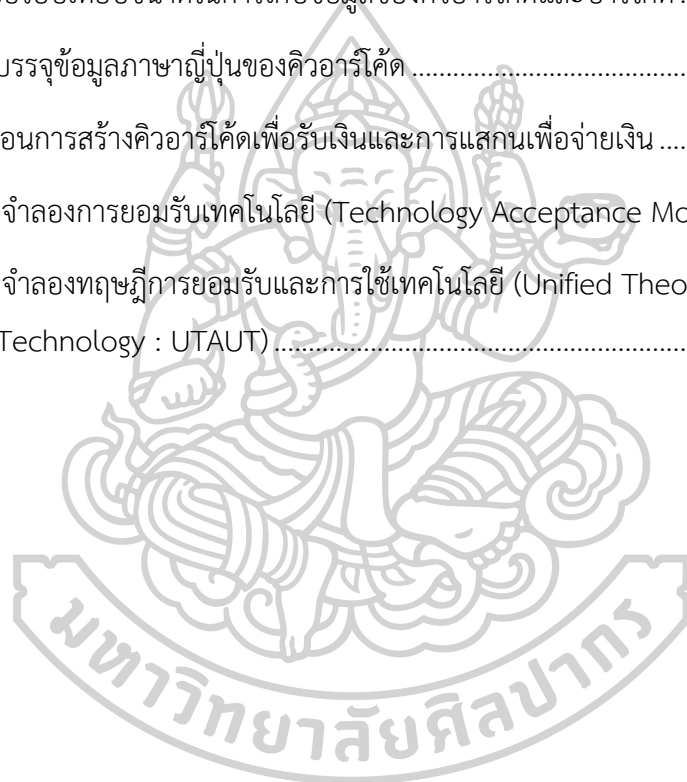
ตารางที่ 19 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 - 664

ตารางที่ 20 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....65



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	20
ภาพที่ 2 ลักษณะของคิวอาร์โค้ดเปรียบเทียบกับบาร์โค้ด	22
ภาพที่ 3 การบรรจุข้อมูลของ Alphanumeric จำนวน 300 ตัวไว้ในคิวอาร์โค้ด 1 ภาพ.....	23
ภาพที่ 4 การเปรียบเทียบขนาดในการเก็บข้อมูลของคิวอาร์โค้ดและบาร์โค้ด	23
ภาพที่ 5 การบรรจุข้อมูลภาษาญี่ปุ่นของคิวอาร์โค้ด	24
ภาพที่ 6 ขั้นตอนการสร้างคิวอาร์โค้ดเพื่อรับเงินและการแสกนเพื่อจ่ายเงิน	27
ภาพที่ 7 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM).....	32
ภาพที่ 8 แบบจำลองทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology : UTAUT)	33



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังอยู่ในวาระของการปฏิรูปประเทศครั้งใหญ่ในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม รัฐบาลได้ตระหนักถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการใช้เทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือสำคัญ ในการปฏิรูปประเทศไทยไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน และได้แถลงนโยบายต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ในด้านนโยบายเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล เรื่องการส่งเสริมภาคเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) และวางรากฐานของเศรษฐกิจดิจิทัลให้เริ่มขับเคลื่อนได้อย่างจริงจัง ซึ่งจะทำให้ทุกภาคเศรษฐกิจ ก้าวหน้าไปได้ทันโลกและสามารถแข่งขันในโลกสมัยใหม่ได้ ซึ่งหมายรวมถึงการผลิตและการค้า ผลิตภัณฑ์ดิจิทัลโดยตรง ทั้งผลิตภัณฑ์ฮาร์ดแวร์ ผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์ อุปกรณ์ สื่อสารดิจิทัล อุปกรณ์ โทรคมนาคมดิจิทัล และการใช้ดิจิทัลรองรับการให้บริการของภาคธุรกิจการเงินและ ธุรกิจบริการอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคสื่อสารและบันเทิง ตลอดจนการใช้ดิจิทัลรองรับการผลิตสินค้า อุตสาหกรรม และการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปรับปรุงบทบาทและภารกิจของหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงให้ คู่และผลักดันงานสำคัญของประเทศชาติในเรื่องนี้ และจะจัดให้มีคณะกรรมการระดับชาติ เพื่อ ขับเคลื่อนเรื่องนี้ได้อย่างจริงจัง (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2559)

ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (National e-Payment) เป็นระบบที่รัฐบาลกำลัง พยายามผลักดัน โดยถูกจัดทำขึ้นเพื่อพัฒนาระบบการชำระเงินของประเทศไทยให้เข้าสู่ระบบการ ชำระเงินรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างครบวงจร เนื่องจากในปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาท สำคัญในระบบเศรษฐกิจ สอดคล้องกับแนวคิดของเศรษฐกิจดิจิทัล ดังนั้นเพื่อให้การขับเคลื่อน เศรษฐกิจไทยมีความก้าวหน้า มีระบบรองรับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้มาตรฐาน สอดคล้อง กับการใช้งานเทคโนโลยีโดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการขยายวงกว้างมากขึ้น และมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจโดยรวม รัฐบาลโดยกระทรวงการคลัง จึงได้ริเริ่มแนวคิด ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ขึ้นตั้งแต่ในช่วงปี 2558 ที่ผ่านมา (สำนักงาน เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2560)

ในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมาจากกระแสการตื่นตัวของเทคโนโลยีใหม่ๆ ทั่วโลกเพื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัลที่ ชัดเจนขึ้น ทำให้มักได้ยินการพูดถึงคำศัพท์ทางเทคโนโลยีที่กำลังจะเข้ามาเปลี่ยนโลกธุรกิจในวงกว้าง เช่น Blockchain, Machine Learning, Biometrics, APIs (Application Programming Interfaces) ซึ่งในหลายภาคธุรกิจ รวมทั้งภาคการเงินการธนาคารก็มีการนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้ ในการ

ให้บริการทางการเงินกันอย่างแพร่หลาย และเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคมากขึ้น โดยเฉพาะการนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคในยุคปัจจุบันได้ง่ายที่สุด และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดีตัวอย่าง เช่น การพัฒนา Application ของ Mobile Banking บนโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนให้สามารถโอนเงิน หรือจ่ายชำระเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ ซึ่งเปลี่ยนวิธีการโอนเงิน ให้ง่ายขึ้นโดยไม่ต้องใช้เลขที่บัญชีธนาคาร เพียงใช้หมายเลขโทรศัพท์มือถือ หรือเลขที่บัตรประชาชนของผู้รับโอนก็สามารถทำธุรกรรมได้ หรือการสแกนคิวอาร์โค้ด เพื่อโอนเงินเข้าบัญชีผู้รับโอนได้ทันที จากการเข้ามาของเทคโนโลยีที่กล่าวข้างต้นโดยเฉพาะ เทคโนโลยีที่ให้บริการผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟนที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยตรงเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้ธนาคารพาณิชย์ต้องเผชิญความท้าทาย เพื่อตอบโจทย์ให้กับลูกค้าได้ตรงจุด ที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย รวมทั้ง ต้องมีความปลอดภัยสูง ทั้งนี้ด้วยปัจจุบันโครงสร้างทางสังคมของไทย ที่กำลังเปลี่ยนไปจากเดิม โดยเริ่มเข้าสู่การเปลี่ยนสังคมผู้สูงอายุ ประกอบกับการเข้ามามีบทบาททางสังคมของคนรุ่นใหม่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของลูกค้ายุคใหม่ที่กำลังเปลี่ยนไป อย่างไรก็ตามความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มก็มีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุมิแนวโน้มที่จะเดินทางไปสาขาน้อยลง แต่ยังคงต้องการคำปรึกษาจากพนักงานของธนาคารพาณิชย์ แต่กลุ่มลูกค้าสมัยใหม่มีแนวโน้มใช้บริการทางการเงินผ่านเทคโนโลยี ทำให้ธุรกิจธนาคารพาณิชย์ต้องเตรียมความพร้อม ทั้งด้านบุคลากร ระบบงาน เพื่อให้เข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างถูกต้อง และออกแบบผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เนื่องจากไม่สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์รูปแบบเดียวแต่เสนอให้กับลูกค้าทุกกลุ่มเหมือนในอดีตอีกต่อไป (วิเรชา สันตะพันธ์, 2560)

ด้านธนาคารกรุงไทยได้มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเป็นช่องทางในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าโดยมุ่งเน้นความสะดวกรวดเร็ว กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธนาคารจะเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการความทันสมัยและใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ในการเลือกทำรายการที่เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวันของลูกค้า เพื่อตอบสนองแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล เช่น การให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตผ่านคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน และแท็บเล็ต ของธนาคารกรุงไทย ที่สะดวก รวดเร็ว ลดต้นทุน ลดการเดินทาง และลดการใช้กระดาษ (ธนาคารกรุงไทย, 2557)

การใช้คิวอาร์โค้ด (Quick Response Code) เพื่อการชำระเงินนี้มีความสำคัญ คือ ช่วยเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้ใช้บริการ ทั้งด้านประชาชนและร้านค้าในการชำระเงิน สอดคล้องกับนโยบายของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ที่สนับสนุนการลดการใช้เงินสด และส่งเสริมการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนในการทำธุรกรรมให้กับระบบเศรษฐกิจตลอดจน

สอดคล้องกับนโยบายการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ และเศรษฐกิจดิจิทัลของรัฐบาลด้วย ธนาคารแห่งประเทศไทย ได้เห็นความสำคัญและสนับสนุนให้ผู้ให้บริการทางการเงิน นำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ เพื่อพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพบริการทางการเงินให้แก่ทุกภาคส่วน การนำเทคโนโลยีการชำระเงินด้วยคิวอาร์โค้ดหรือคิวอาร์เพย์เมนต์ (QR Payment) ที่เกิดความร่วมมือกันนั้นถือเป็นตัวอย่างสำคัญที่จะช่วยพัฒนาระบบการชำระเงินด้วยการนำเทคโนโลยีมาใช้ และตอบโจทย์การใช้ชีวิตของคนรุ่นใหม่ ที่มีจะพกโทรศัพท์มือถือติดตัวโดยไม่ต้องพกบัตร เพียงแสกนคิวอาร์โค้ดของร้านค้า ใส่จำนวนเงิน ก็สามารถชำระเงินได้ และยังช่วยเพิ่มความปลอดภัยของการใช้บัตร เนื่องจากเราไม่ต้องให้ข้อมูลบัตรกับร้านค้าอีกต่อไป (คุณฤชกร สิริโยธิน, 2560)

กระทรวงการคลังเป็นกระทรวงแห่งแรกของประเทศไทยที่ใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ ตามนโยบายคลัง 4.0 ซึ่งเป็นต้นแบบในการก้าวสู่ไทยแลนด์ 4.0 ที่จะเปลี่ยนเศรษฐกิจแบบเดิมไปสู่เศรษฐกิจยั่งยืนที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม และสนับสนุนนโยบายการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ของรัฐบาล ความร่วมมือในครั้งนี้ เป็นการเปิดประสบการณ์ใหม่สู่สังคมไร้เงินสด ด้วยการทำธุรกรรมชำระเงินค่าอาหารและเครื่องดื่มผ่านคิวอาร์โค้ดบนแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ (Krungthai Next) ซึ่งทำให้การใช้จ่ายในชีวิตประจำวันสะดวก และง่ายขึ้น ด้านผู้ขายเพียงสมัครพร้อมเพย์และติดคิวอาร์โค้ดไว้ที่ร้าน ก็จะได้รับเงินเข้าบัญชีทันที ลดความยุ่งยากในการรับหรือทอนเงิน ด้านผู้ซื้อก็ไม่ต้องพกเงินสด เพียงแค่สแกนคิวอาร์โค้ดของร้านค้า ระบุจำนวนเงิน และรหัส เพื่อยืนยันการทำรายการ เพียงเท่านี้ก็ชำระเงินเรียบร้อยแล้ว นอกจากนี้ธนาคารกรุงไทยมีแผนจะขยายการให้บริการกรุงไทยคิวอาร์โค้ดไปยังร้านค้าอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ร้านค้าและประชาชนทั่วไปมีโอกาสเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้ อย่างง่ายดาย เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐในการลดการใช้เงินสด มุ่งสู่ความเป็นสังคมไร้เงินสด ทั้งนี้ธนาคารกรุงไทยมีแผนยุทธศาสตร์ที่จะเป็นอีกหนึ่งกลไกในการสนับสนุนนโยบายคลัง 4.0 เพื่อร่วมขับเคลื่อนนโยบายของประเทศ โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินใหม่ๆ เพื่อให้ประชาชนทุกคนมีโอกาสเข้าถึงบริการทางการเงินที่สะดวกและปลอดภัยอย่างทั่วถึง เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและเป็นรากฐานที่สำคัญสู่การพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน (ฝ่ายสื่อสารองค์กรและภาพลักษณ์ธนาคารกรุงไทย, 2560)

ในประเทศจีนได้มีการนำเอาคิวอาร์โค้ดมาใช้กันอย่างแพร่หลาย เนื่องจากมีประสิทธิภาพสูงและยังเข้าถึงได้ง่าย เพียงแค่ผู้ใช้มีโทรศัพท์มือถือ และโปรแกรมสำหรับอ่านบาร์โค้ดก็สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย การประยุกต์ใช้บาร์โค้ดสองมิติสำหรับการดำเนินการธุรกิจต่าง ๆ โดยผ่านทางระบบโทรศัพท์มือถือ มีข้อจำกัด คือ ประเทศนั้น ๆ หรือพื้นที่บริการนั้น ๆ ต้องมีระบบการสื่อสารโทรคมนาคมที่ค่อนข้างทันสมัย สามารถรองรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้ เช่น เทคโนโลยี GPRS, EDGE, 3G และ 4G ซึ่งตอนนี้ในประเทศไทยก็มีระบบนี้เริ่มใช้กันบ้างแล้วในหลายพื้นที่ที่เป็นเมืองใหญ่

ส่วนระบบ 4G นั้นก็มีใช้โดยทั่วไปแล้วตามประเทศที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีในขั้นสูงแล้ว เช่น เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น จีน และอเมริกา เป็นต้น สำหรับประเทศไทยนั้น การพัฒนาระบบการจัดการธุรกิจโดยการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้นั้นจัดว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมากเพื่อให้ธุรกิจนั้นเกิดความคุ้มค่าต่อการลงทุนเกิดความสะดวกรวดเร็วรวมไปถึงทำให้ธุรกิจนั้นเกิดความมั่นคง ดังนั้นการนำบาร์โค้ดสองมิติมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจต่าง ๆ นั้นจึงจัดได้ว่าเป็นนวัตกรรมใหม่ที่ก่อให้เกิดการพัฒนา รูปแบบ ของธุรกิจที่มีประโยชน์และคุ้มค่ามากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ในอนาคตหากระบบการสื่อสารโทรคมนาคมของประเทศไทยมีการพัฒนาไปได้ เท่าเทียมกับประเทศอื่น ๆ ก็ยิ่งจะส่งผลให้เกิดการพัฒนา ระบบธุรกิจที่มีเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว รวมถึงการพัฒนาธุรกิจที่ยั่งยืนอีกด้วย นอกจากนี้บาร์โค้ดสองมิติ ยังสามารถช่วยลดต้นทุนของ ธุรกิจบริการอีกด้วย เช่น ธุรกิจโรงพยาบาล ธุรกิจ สายการบิน เป็นต้น ยิ่งไปกว่านั้นอาจนำมาใช้ในการรักษา ความลับและความปลอดภัยในธุรกิจการเงิน ก็เป็นไปได้ และอาจจะช่วยให้เกิดธุรกิจอีกด้าน อย่างหนึ่ง คือ ธุรกิจรับออกแบบบาร์โค้ดสองมิติ ซึ่ง สามารถที่จะสร้างให้เกิดสีสัน และแสดงให้เห็นถึง ความเป็น ตัวตนของตัวเองได้อีกด้วย และในอนาคต บริษัทและสื่อโฆษณาต่าง ๆ น่าจะมีปริมาณการใช้คิวอาร์ โค้ดที่มากกว่าเดิม (จักรกฤษณ์ หมั่นวิชา, 2557)

ในช่วงกลางปี พ.ศ.2533 คิวอาร์โค้ดได้ถูกพัฒนา รูปแบบ และมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งเป็น ที่นิยมในประเทศญี่ปุ่นและจีน ส่วนในประเทศอื่น ๆ เช่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา เยอรมัน ฯลฯ ได้นำ คิวอาร์โค้ดมาประยุกต์ใช้ ในทางธุรกิจและอุตสาหกรรม ในปัจจุบันได้มีการนำคิวอาร์โค้ดมาใช้ ประโยชน์ อย่างแพร่หลายในหลากหลายด้าน ยกตัวอย่าง เช่น ห้องสมุดของมหาวิทยาลัยโคโลราโด (University of Colorado at Boulder: CUB) นำคิวอาร์โค้ดมาใช้ใน การตอบคำถามต่างๆ แก่ ผู้ใช้บริการห้องสมุด ของ มหาวิทยาลัย เช่น การตอบคำถามเกี่ยวกับการบริการต่างๆ ของห้องสมุด การติดต่อกับบรรณารักษ์ห้องสมุด การขอเส้นทางเพื่อไปยังเครื่องถ่ายเอกสาร, บริษัท Warbasse Design ได้นำ สัญลักษณ์คิวอาร์โค้ดพิมพ์ลงบนโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ โดยในคิวอาร์โค้ด นั้นเก็บ URL (Uniform Resource Locator) ของตัวอย่างภาพยนตร์เรื่องดังกล่าว เพื่อให้ผู้สนใจได้ เข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์หลักของภาพยนตร์ ผ่านทางการอ่านหรือสแกนคิวอาร์โค้ด (ณัฐวุฒิ บุญโรจน์ วงศ์และกชกร พระพรตระกูล, 2560)

จากสถานการณ์และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลของประเทศ ไทยที่ได้กล่าวมาข้างต้น และเนื่องด้วยคิวอาร์โค้ด เป็นรูปแบบการรับ-ชำระเงินรูปแบบใหม่ การ เปลี่ยนผ่านการทำธุรกรรมการเงินไปสู่รูปแบบดิจิทัลต้องใช้เวลาและการปรับตัว ดังนั้นด้วยเหตุ ดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์ เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับ

เทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ รวมถึงปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะเพื่อนำมาใช้ปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความมั่นใจความปลอดภัยในการใช้บริการตรงความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่งต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือไว้วางใจส่งต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 คาดหวังในประสิทธิภาพส่งต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 ความคาดหวังในการใช้งานส่งต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 5 อิทธิพลทางสังคมส่งต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 6 สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานส่งต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

4. ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยนี้มุ่งที่จะศึกษาปัจจัยส่งต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการได้ตรงตามความต้องการและมีประสิทธิภาพ

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยใช้บริการคิวอาร์เพย์เมนต์ ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

ขอบเขตด้านพื้นที่

ศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าผู้ที่เคยใช้บริการคิวอาร์เพย์เมนต์ ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาในการทำวิจัย ตั้งแต่เดือนมกราคม 2561 ถึงเดือนเมษายน 2562 รวมเป็นระยะเวลา 16 เดือน

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยที่จะนำไปสู่การยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และธนาคารสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาและแก้ไขปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

2. ทราบถึงระดับการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และใช้เป็นแนวทางในการแก้ไข ปรับปรุงหรือสนับสนุนการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการทำธุรกรรมทางการเงินขององค์กร

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics) หมายถึง ข้อมูลจำเพาะเจาะจงของบุคคลกลุ่มตัวอย่าง เช่น

1.1 อายุ (Age) หมายถึง อายุของผู้ที่ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นคุณลักษณะจำเพาะของบุคคลกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 4 ช่วง คือ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ระหว่าง 21-30 ปี ระหว่าง 31-50 ปี และ มากกว่า 50 ปีขึ้นไป

1.2 ประสบการณ์ (Experience) หมายถึง เหตุการณ์ที่ผ่านมาเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ แบ่งเป็น 4 ช่วงคือ น้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน 6-10 ครั้งต่อเดือน 11-20 ครั้งต่อเดือน และ มากกว่า 20 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป

2. การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust Perception) หมายถึง การรับรู้ได้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อผู้ให้บริการว่าจะได้รับการบริการอย่างซื่อสัตย์สุจริตไม่เอาเปรียบ และได้รับความปลอดภัยในการใช้บริการ การสร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจให้อยู่ในระดับที่ผู้ใช้งานเชื่อถือได้ จะสามารถช่วยลดการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ใช้งานลงได้และส่งผลทางบวกต่อเจตนาในการทำพฤติกรรม เนื่องจากความเชื่อมั่นไว้วางใจสามารถทำให้ผู้ใช้งานเชื่อว่าผู้ให้บริการจะนำมาซึ่งผลประโยชน์ที่คุ้มค่าต่อผู้ใช้งาน

3. ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) หมายถึง ระดับความเชื่อของบุคคลกลุ่มตัวอย่างที่เชื่อว่าเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์จะเพิ่มขีดความสามารถในการทำธุรกรรมทางการเงิน ช่วยให้ได้รับประสิทธิภาพและความปลอดภัยในการใช้งานที่ต้องการได้ มีความคาดหวังในผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นหลังจากการปฏิบัติ หรือคาดหวังว่าเทคโนโลยีจะช่วยให้บรรลุผลประโยชน์ที่ตั้งเป้าหมายไว้

4. ความคาดหวังในการใช้งาน (Effort Expectancy) หมายถึง ระดับความเชื่อของบุคคลกลุ่มตัวอย่างที่คาดหวังการใช้เทคโนโลยีโดยไม่ต้องใช้ความพยายามสูงมากนักในการใช้งาน มีความสะดวก สามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ง่ายเมื่อนำเทคโนโลยีมาใช้งาน

5. อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) หมายถึง ระดับความเชื่อของบุคคลกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นคล้อยตามกลุ่มบุคคลที่เชื่อว่าบุคคลนั้นควรใช้เทคโนโลยีนี้ในการทำธุรกรรมทางการเงิน อาจเกิดจากแรงจูงใจจากกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อหรือความรู้สึก เช่น อิทธิพลจากเพื่อนร่วมงาน คู่ค้าธุรกิจ คิดว่าเทคโนโลยีนี้ช่วยให้การทำธุรกรรมทางการเงินมีความสะดวก และรวดเร็วยิ่งขึ้น

6. สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) หมายถึง ระดับความเชื่อของบุคคลกลุ่มตัวอย่างว่าโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ความรู้พื้นฐานที่เกี่ยวข้อง ที่จะสามารถช่วยสนับสนุนหรืออำนวยความสะดวกให้เกิดการใช้งานได้



7. กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการ แอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ค้นคว้าเอกสารและรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในหลักการแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ โดย ผู้วิจัยได้สรุปสาระสำคัญของประเด็นที่จะนำเสนอไว้ดังนี้

1. แนวคิดที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์
 - 1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับคิวอาร์โค้ด
 - 1.2 ความหมายของเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์
 - 1.3 ประโยชน์ของเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์
 - 1.4 ความปลอดภัยของเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์
2. ข้อมูลทั่วไปของกรุงไทย เน็กซ์
 - 2.1 ความหมายของกรุงไทย เน็กซ์
 - 2.2 ความปลอดภัยของระบบกรุงไทย เน็กซ์
 - 2.3 รูปแบบการให้บริการคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์
3. แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 3.1 แนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust)
 - 3.2 แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง (Expectancy)
 - 3.3 แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม (Social Influence)
 - 3.4 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM)
 - 3.5 แบบจำลองทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology : UTAUT)
 - 3.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์

1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับคิวอาร์โค้ด

คิวอาร์โค้ดหรือรหัสคิวอาร์มีลักษณะเป็นบาร์โค้ด 2 มิติ (2D Code) ชนิดหนึ่ง que พัฒนามาจาก บาร์โค้ดโดยบริษัท DENSO WAVE ในประเทศญี่ปุ่น มีการผลิตออกมาครั้งแรกในปี ค.ศ. 1994 และได้จดทะเบียนลิขสิทธิ์ชื่อ "QR Code" ทั้งในญี่ปุ่น และทั่วโลก อักษรย่อ "QR" ย่อมาจาก Quick Response หรือการตอบสนองที่รวดเร็ว คิวอาร์โค้ดสามารถถูกอ่านได้อย่างรวดเร็ว การอ่านคิวอาร์โค้ด นิยมใช้กับโทรศัพท์มือถือ รุ่นที่มีกล้องถ่ายภาพ และสามารถติดตั้งซอฟต์แวร์เพิ่มเติมได้ (ดวงกมล นาคะวัจนะ, 2554)



ภาพที่ 2 ลักษณะของคิวอาร์โค้ดเปรียบเทียบกับบาร์โค้ด

ที่มา : DENSO WAVE INCORPORATED, 2018

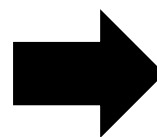
จากภาพที่ 2 จะเห็นได้ว่าคิวอาร์โค้ดมีข้อมูลทั้งในแนวตั้งและแนวนอน ในขณะที่บาร์โค้ดธรรมดา นั้นมีข้อมูลเพียงแค่แนวเดียว ทำให้คิวอาร์โค้ดนั้นสามารถบรรจุข้อมูลได้มากกว่าบาร์โค้ดธรรมดา

1.2 คุณสมบัติของรหัสคิวอาร์

1.2.1 สามารถบรรจุข้อมูลได้ในปริมาณสูง

บาร์โค้ดแบบธรรมดานั้น สามารถบรรจุข้อมูลได้สูงสุดเพียง 20 Digits แต่คิวอาร์โค้ดนั้น สามารถบรรจุข้อมูลได้มากกว่าบาร์โค้ดธรรมดาหลายเท่าตัวและการบรรจุข้อมูลของคิวอาร์โค้ดนั้น ก็ได้จำกัดอยู่เพียงแค่ ตัวเลขเท่านั้น แต่ยังสามารถบรรจุ ตัวอักษรเลข (Alphanumeric) ตัวอักษรภาษาญี่ปุ่น (Kanji และ Hiragana) สัญลักษณ์ ตัวเลขฐานสอง (Binary) และรหัสสี (Colure Code) อีกด้วย โดยทั้งหมดนี้สามารถจะบรรจุไว้ในคราวเดียวกัน

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890abcdefghijklmnop
 klmnopqrstuvwxyz1234567890abcdefghijklmnopqrs
 tuvwxyz1234567890abcdefghijklmnopqrstuvwxyz12
 34567890abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890abcdefghijklmnop
 klmnopqrstuvwxyz1234567890abcdefghijklmnopqrs
 tuvwxyz1234567890abcdefghijklmnopqrstu



ภาพที่ 3 การบรรจุข้อมูลของ Alphanumeric จำนวน 300 ตัวไว้ในคิวอาร์โค้ด 1 ภาพ
 ที่มา : DENSO WAVE INCORPORATED, 2018

1.2.2 มีขนาดเล็ก

คิวอาร์โค้ดนั้นสามารถบันทึกข้อมูลได้ทั้งในแนวตั้งและแนวนอน ทำให้ความสามารถในการบรรจุข้อมูลเมื่อเปรียบเทียบกับบาร์โค้ดแบบธรรมดาในจำนวนข้อมูลที่เท่ากันนั้น จะมีพื้นที่การบันทึกที่น้อยกว่าอย่างเห็นได้ชัดเจน ดังภาพที่ 4

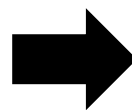


ภาพที่ 4 การเปรียบเทียบขนาดในการเก็บข้อมูลของคิวอาร์โค้ดและบาร์โค้ด
 ที่มา : DENSO WAVE INCORPORATED, 2018

1.2.3 ความสามารถในการบรรจุตัวอักษรภาษาญี่ปุ่น

เนื่องจากคิวอาร์โค้ดเป็นการพัฒนาทางสัญลักษณ์โดยประเทศญี่ปุ่น ทำให้ความสามารถในการบรรจุตัวอักษรญี่ปุ่นนั้นถูกบรรจุอยู่ในคุณสมบัติเบื้องต้นด้วย และด้วยคุณสมบัตินี้เองทำให้คิวอาร์โค้ดได้รับ Japanese Industrial Standard (JIS) หรือมาตรฐานอุตสาหกรรมของประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นสัญลักษณ์บอกว่าคิวอาร์โค้ดนั้นสามารถใช้ได้ในกิจกรรมอุตสาหกรรมในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งการบรรจุข้อมูลในลักษณะตัวอักษรญี่ปุ่น (Kanji และ Hiragana) ในตัวเต็มรูปแบบนั้น คิวอาร์โค้ดสามารถทำได้สูงสุดถึง 13 bits (26 ตัวอักษร) ซึ่งมากกว่า 2D Code แบบอื่นถึงร้อยละ 20

QRコードは漢字・かなを効率良く
表現することができます。



ภาพที่ 5 การบรรจุข้อมูลภาษาญี่ปุ่นของคิวอาร์โค้ด

ที่มา : DENSO WAVE INCORPORATED, 2018

1.2.4 ป้องกันคราบสกปรกและการฉีกขาด

คิวอาร์โค้ดนั้นสามารถที่จะอ่านข้อมูลหรือกู้ข้อมูลได้แม้ว่าจะมีการฉีกขาดหรือมีคราบสกปรกเพียงบางส่วน โดยสามารถกู้คืนได้มากที่สุด ร้อยละ 30 ของข้อมูลในคิวอาร์โค้ด อนึ่ง ความมากน้อยของข้อมูลที่ถูกรื้อฟื้นจะขึ้นอยู่กับความเสียหายที่เกิดขึ้น

1.2.5 สามารถอ่านข้อมูลได้ 360 องศา

คิวอาร์โค้ดมีความสามารถในการอ่านข้อมูล 360 องศาด้วยความเร็วสูง โดยความสามารถดังกล่าว ทำได้โดยผ่านรูปแบบของการตรวจสอบตำแหน่ง ที่อยู่ทั้ง 3 มุมของสัญลักษณ์ ซึ่งรูปแบบการตรวจสอบเหล่านี้ทำให้เครื่องอ่านมีความเสถียรในเรื่องของความเร็วในการอ่าน และเป็นตัวป้องกันการรบกวนของพื้นอีกด้วย

1.2.6 คุณสมบัติในการควบรวม

คิวอาร์โค้ดสามารถแบ่งข้อมูลที่หนึ่งสัญลักษณ์ลงในหลาย ๆ สัญลักษณ์ได้ และในขณะเดียวกันก็สามารถจะนำสัญลักษณ์ดังกล่าวนั้นมาวางติดกันแล้วอ่าน ข้อมูลออกมาเป็นชิ้นเดียวกันได้ โดย 1 สัญลักษณ์สามารถแบ่งได้ สูงสุดถึง 16 สัญลักษณ์ จึงเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการใช้งานในพื้นที่จำกัด

1.3 คิวอาร์เพย์เมนต์

คิวอาร์เพย์เมนต์ หรือ การชำระเงินด้วยคิวอาร์โค้ด คือวิธีการชำระเงินรูปแบบใหม่ที่ใช้คิวอาร์โค้ดเพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนข้อมูลในการทำธุรกรรมชำระเงิน แทนการใช้ช่องทางอื่นๆ เช่น บัตรเครดิต หรือเครื่องรูดบัตรเครดิต เป็นต้น ปัจจุบันคิวอาร์โค้ดได้ถูกพัฒนาเพื่อใช้ในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการที่ร้านค้าทั่วไปและร้านค้าออนไลน์ และนิยมใช้ในหลายประเทศ เช่น จีน และอินเดีย โดยในคิวอาร์โค้ดจะบรรจุข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการชำระเงิน และใช้ควบคู่กับสมาร์ตโฟน ซึ่งได้พัฒนาให้สามารถเชื่อมต่อกับบัตรเครดิต บัตรเดบิต บัญชีเงินฝากธนาคาร จึงเพิ่มความสะดวกใน

การชำระเงินแก่ประชาชนเป็นอย่างมาก ไม่ต้องพกตัวบัตรหรือให้ข้อมูลบนบัตรแก่ร้านค้า (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560)

1.4 ประโยชน์ของเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ หรือ การชำระเงินด้วยคิวอาร์โค้ด

1.4.1 ประโยชน์ต่อประชาชน ได้แก่ สะดวก ใช้งานง่าย ไม่ต้องพกเงินสด, ปลอดภัย ไม่ต้องกลัวเงินสูญหาย ปลอดภัยจากการโจรกรรม ไม่เสี่ยงต่อการทุจริตที่ร้านค้า ไม่ต้องกังวลเรื่องธนบัตรปลอม

1.4.2 ประโยชน์ต่อร้านค้า ได้แก่ เพิ่มช่องทางการชำระเงิน ช่วยขยายฐานลูกค้าและโอกาสทางธุรกิจ, ค่าใช้จ่ายถูก ไม่ต้องเสียค่าอุปกรณ์, เงินเข้าบัญชีโดยตรง ไม่ตกหล่นสูญหาย ไม่ต้องทอนเงิน, ตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิตยุคใหม่ของลูกค้า ที่นิยมทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ

1.4.3 ประโยชน์ต่อระบบการเงินโดยรวม ได้แก่ ลดการใช้เงินสด ลดต้นทุนการจัดการเงินสดของประเทศ, สร้างโครงสร้างพื้นฐานการชำระเงิน ที่เปิดกว้างให้เชื่อมต่อกันได้

1.5 ความปลอดภัยของเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์

ความปลอดภัยของเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการใช้บัตร เนื่องจากผู้ชำระเงินไม่ต้องให้ตัวบัตรหรือข้อมูลบัตรโดยตรงแก่ร้านค้า การรับ-จ่ายเงินถูกต้องแม่นยำ ด้วยข้อมูลการชำระเงินที่บรรจุในคิวอาร์โค้ด และระบบที่รองรับพัฒนาอยู่บนโครงสร้างพื้นฐานการให้บริการในปัจจุบัน ซึ่งมีความปลอดภัย ได้มาตรฐานสากล มีการตรวจสอบเป็นประจำ อีกทั้งการใช้โมบายแอปพลิเคชัน (mobile application) เพื่อการชำระเงิน มี user name และ password เพื่อเข้าใช้งาน ช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการใช้งาน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560)

2. ข้อมูลทั่วไปของ Krungthai Next

2.1 Krungthai Next

Krungthai Next คือบริการธนาคารออนไลน์บนโมบายแอปพลิเคชัน ให้บริการลูกค้าทำรายการธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเองผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่ ทุกเวลา ใช้งานง่าย ทั้งเรียกดูบัญชี โอนเงิน ชำระเงิน สำหรับผู้มีบัญชีเงินฝากกับธนาคารกรุงไทยก็เสมือนทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารด้วยตนเองตลอด 24 ชม. (ธนาคารกรุงไทย, 2018)

2.2 ระบบกรุงไทย เน็กซ์

ระบบกรุงไทย เน็กซ์ ไม่มีการเก็บข้อมูลในการเข้าใช้งานระบบ หรือ ข้อมูลเกี่ยวกับบัญชีไว้ในเครื่องโทรศัพท์มือถือ หรือคอมพิวเตอร์ และมีการรักษาความปลอดภัยต่างๆ ตามมาตรฐานสากล

เช่น การเข้ารหัสข้อมูลสำหรับการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ด้วย SSL 128 bits, Data Encryption ประกอบกับการทำรายการที่สำคัญ จะมีการใช้ 2 Factor Authentication ในการยืนยันการทำรายการด้วย เช่นการใช้รหัส TOP (Time Out Password) เป็นต้น ดังนั้น ลูกค้าจึงมั่นใจได้ว่าสามารถใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ได้อย่างปลอดภัย ไม่ว่าจะใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือเครื่องคอมพิวเตอร์ปกติ นอกจากนี้ธนาคารจะส่งข้อความแจ้งเตือนให้ลูกค้าทราบทางข้อความ หรืออีเมลทุกครั้งที่มีการเข้าใช้บริการด้วย (ธนาคารกรุงไทย, 2561)

2.3 รูปแบบการให้บริการคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์

บริการคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ เป็นการทำธุรกรรมทางการเงินโดยใช้คิวอาร์โค้ดเป็นสื่อในการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ และโมบายแอปพลิเคชัน ของผู้ให้บริการที่ลูกค้าใช้งานอยู่ โดยการให้บริการคิวอาร์เพย์เมนต์ของธนาคารกรุงไทยนั้น สามารถใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ซึ่งดาวน์โหลดได้ทั้งในระบบไอโอเอส และ แอนดรอยด์

บริการคิวอาร์เพย์เมนต์ในแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ นั้นมีรูปแบบการให้บริการดังนี้

2.3.1 การโอนเงิน ลูกค้าสามารถทำการโอนเงิน โดยเพียงสแกนคิวอาร์โค้ดผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ โดยไม่ต้องระบุหมายเลขบัญชีของผู้รับเงิน รองรับการทำการรายการทั้งจากบัญชีออมทรัพย์ และบัญชีกระแสรายวัน โดยเมื่อลูกค้าชำระบบกรุงไทย เน็กซ์ สามารถโอน เงินผ่านคิวอาร์โค้ด จาก เมนู “สแกน” > ทำการแสกนภาพคิวอาร์โค้ดของผู้รับเงิน > ระบุจำนวนเงินและใส่รหัสเพื่อยืนยันการทำรายการ



3 ใส่จำนวนเงิน

4 ยืนยันรายการ
(ใส่บันทึกช่วยจำ ถ้ามี)

5 ใส่ PIN เพื่อทำการรายการ

6 แสดงผลการ Scan QR และสามารถ
กดแชร์การทำรายการ

ภาพที่ 6 ขั้นตอนการสร้างคิวอาร์โค้ดเพื่อรับเงินและการสแกนเพื่อจ่ายเงิน
ที่มา : www.ktb.co.th

2.3.2 ในส่วนของการชำระเงินลูกค้าสามารถทำรายการชำระเงินหรือชำระค่าสินค้าและบริการโดยการสแกนคิวอาร์โค้ดบนใบแจ้งหนี้ผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือเช่นกัน

3. แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ (Trust)

มีผู้ให้นิยามความหมายของความเชื่อมั่นไว้วางใจแตกต่างกันไปตามสาขาวิชาต่างๆ ทั้งในด้าน การตลาด สังคม และการแพทย์ เป็นต้น เช่น

กรกนก ชุบแวงวาปี และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2557) กล่าวว่าความไว้วางใจ คือ พื้นฐานของความสัมพันธ์ทางการติดต่อสื่อสารในการให้บริการแก่ลูกค้า องค์กรจำเป็นต้องเรียนรู้ทฤษฎีความสัมพันธ์ใกล้ชิด ความคุ้นเคยเพื่อครองใจลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 5 C ได้แก่ การสื่อสาร (Communication), ความใส่ใจและการให้ (Caring and giving), การให้ข้อผูกมัด (Commitment) ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า, การให้ความสะดวกสบาย (Comfort), การแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง (Conflict) และการให้ความไว้วางใจ (Trust)

1. การสื่อสาร (Communication) พนักงานควรจะสื่อสารกับลูกค้าในลักษณะที่ทำให้ลูกค้าอบอุ่นใจได้พนักงานควรเปิดเผยจริงใจ และพร้อมให้ความช่วยเหลือลูกค้าเพื่อให้ทั้งสองฝ่ายเต็มใจแสดงความรู้สึกและความคิดร่วมกัน

2. ความใส่ใจ และการให้ (Caring and Giving) ความเอาใจใส่และความพร้อมที่จะให้นั้นกลายเป็นคุณสมบัติของความสัมพันธ์ใกล้ชิดที่ประกอบด้วยความเอื้ออาทร ความอบอุ่น และความรู้สึกปกป้อง ซึ่งมีผลให้ลูกค้ารู้สึกดี กล่าวคือองค์กรอาจแสดงความรู้สึกเหล่านี้จากสิ่งเล็กๆน้อยๆที่เป็นที่สังเกต เช่น พนักงานกล่าวต้อนรับและเชื้อเชิญ สอบถามและให้ความสำคัญกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในทุกรายละเอียด ชี้แจงลักษณะการทำงาน กล่าวคำขอบคุณและแนะนำขั้นตอนการทำธุรกรรม เป็นต้น

3. การให้ข้อผูกมัด (Commitment) ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า องค์กรควรจะยอมเสียผลประโยชน์เพื่อคงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เช่น ยินดีตรวจเช็คสภาพรถ 10 ขั้นตอน เช่น การตรวจเช็คคลมยาง การตรวจสภาพหม้อน้ำ ชัดสีรถยนต์ภายหลัง 2 เดือนหลังจากการทำสี เป็นต้น โดยไม่คิดค่าบริการ เพื่อร่วมกับการรณรงค์ของรัฐบาลที่มุ่งให้ผู้ขับขี่รถยนต์ใช้รถด้วยสมรรถนะที่แน่ใจว่าปลอดภัย ในกรณีนี้ชี้ให้เห็นว่า เป็นการเสียประโยชน์เพียงบางส่วน เพื่อให้ได้รับความไว้วางใจที่เนิ่นนาน

4. การให้ความสะดวกสบาย (Comfort) ความเอาใจใส่ลูกค้าจะทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความสะดวกสบาย กล่าวคือ ลูกค้าจะรู้สึกยินดีอบอุ่น มั่นใจ มั่นคงที่ได้รับบริการ ลูกค้าส่วนใหญ่ประเมินความสะดวกสบายจากการบริการที่ดีขององค์กร

5. การแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง (Conflict) และการให้ความไว้วางใจ (Trust) ถ้าองค์กรสามารถทำให้ลูกค้ายึดสบายใจได้ จะดีกว่าการที่องค์กรจะต้องแก้ไขสถานการณ์ความขัดแย้งกับลูกค้า นั่นคือ องค์กรควรจะแสดงความรับผิดชอบด้วยการออกตัวไว้มาก่อนว่า ถ้าลูกค้าพบสิ่งใดที่สงสัย หรือไม่พอใจในสินค้าและบริการที่ลูกค้าคิดว่าตนจะเสียเปรียบ ขอให้ลูกค้าสอบถามเพื่อให้พนักงานได้รับชี้แจงโดยเร็ว ก่อนที่ลูกค้าจะรู้สึกโกรธหรือไม่พึงพอใจในสินค้าและบริการ

Baier Annette (1986) ให้คำจำกัดความว่า “ความเชื่อไว้วางใจคือความเชื่อมั่นในผู้อื่นว่า เขาจะกระทำทุกวิถีทางในการปกป้องผลประโยชน์ของเราและจะไม่ทำร้ายหรือเอาเปรียบเรา ดังนั้น ความเชื่อไว้วางใจจึงสัมพันธ์กับจุดอ่อนที่เกิดจากความไม่แน่นอนในพฤติกรรมของผู้อื่นในอนาคต”

Mayer, Davis Schoorman (1995) กล่าวว่า ความไว้วางใจหมายถึง ความตั้งใจกระทำต่อผู้อื่นบนพื้นฐานความคาดหวังเชิงบวกที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคล ภายใต้เงื่อนไขของความเล็งเห็นและการพึ่งพากัน

Rotter (1971) ได้ให้ความหมายความไว้วางใจว่า เป็นความคาดหวังต่อบุคคลเป็นที่น่าเชื่อถือทั้งด้านคำพูด การกระทำ คำมั่นสัญญา จากการเขียนหรือใช้ข้อความของบุคคลหรือกลุ่มซึ่งจะสามารถทำให้เกิดความไว้วางใจ

Golembiewski McConkie (1975) นิยามความหมายของความไว้วางใจว่า ความไว้วางใจแสดงถึงความพึ่งพาอาศัยกันหรือความมั่นใจในบางสถานการณ์ ความไว้วางใจสะท้อนให้เห็นความคาดหวังผลลัพธ์ทางบวก ความไว้วางใจแสดงถึง ความเสี่ยงบางประการต่อความคาดหวังของสิ่งที่ได้รับและความไว้วางใจแสดงถึง บางระดับของความไม่แน่นอนต่อผลลัพธ์

Robinson (1996) ได้ให้ความหมายความไว้วางใจว่า ความไว้วางใจเป็นความคาดหวังในทางบวก ต่อบุคคลอื่นไม่ว่าจะเป็นคำพูด การกระทำ หรือการตัดสินใจที่จะกระทำตามสมควรแล้วแต่โอกาส

โดยสรุปได้ว่าความเชื่อไว้วางใจหมายถึง ความเชื่อมั่นที่มีต่อบุคคลที่ได้รับการไว้วางใจว่าจะปฏิบัติหรือปกป้องผลประโยชน์ของเรา โดยไม่เอาเปรียบหรือทำให้เกิดความเสียหาย ความไว้วางใจจะเพิ่มขึ้นเมื่อความคาดหวังได้รับการตอบสนองในแง่บวก แต่ความไว้วางใจจะลดลงหากความคาดหวังนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง หรือได้รับการตอบสนองในระดับที่ต่ำกว่าความคาดหวัง

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง (Expectancy)

Vroom (1964) เชื่อว่าบุคคลจะถูกจูงใจได้เมื่อบุคคลนั้นประเมินแล้วว่าตนเองมีความสามารถที่จะกระทำตามเป้าหมายหรือไม่ เกิดเป็นความคาดหวังต่อความพยายามนั้น โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

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

Parasuraman, Zeithaml Berry (1988) ได้กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึง ทักษะที่เกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภคที่พวกเขาคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในการบริการนั้นๆ ลูกค้าน่าซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่เฉพาะเจาะจง และลูกค้าจะประเมินผลของการซื้อโดยมีพื้นฐานจากสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับ ความต้องการคือสิ่งที่ฝังลึกอยู่ในจิตใต้สำนึกของมนุษย์ เป็นผลสืบเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่และสถานะภาพของแต่ละบุคคล เมื่อรู้สึกว่ามีความต้องการ พวกเขาจะมีแรงจูงใจที่จะทำให้ความต้องการได้รับการตอบสนอง

Hersey (1982) ได้กล่าวถึง ความคาดหวังเป็นการที่บุคคลรับรู้ถึงการปฏิบัติ อย่างเหมาะสมตามบทบาทของตนเองและรับรู้ถึงบทบาทของบุคคลอื่น ความคาดหวังจะเป็นตัวบอก ว่าบุคคลจะต้องปฏิบัติอย่างไรเมื่ออยู่ในสถานการณ์ต่างๆ

ชิษณุกร พรภาณวิษณุ (2540) กล่าวว่า ความคาดหวังหมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น การรับรู้ การตีความ หรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้น โดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการ หรือคาดหวังเอาไว้

เบญจา นิลบุตร (2540) ได้กล่าวว่า ความคาดหวังเกิดจากรู้สึกนึกคิดในการคาดคะเนเหตุการณ์ล่วงหน้าว่าจะเกิดขึ้นอย่างไร อันเป็นความปรารถนาจะไปถึงเป้าหมายที่กำหนดไว้

โดยสรุปได้ว่าความคาดหวัง หมายถึง การทำนาย การคาดคะเนล่วงหน้าของเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และความต้องการในผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นเมื่อปฏิบัติหรือลงมือทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งลงไป

3.3 แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม (Social Influence)

David Matsumoto (2009) กล่าวว่า อิทธิพลทางสังคม หมายถึง ความสามารถหรือกระบวนการในการที่จะเปลี่ยนแปลงความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมของผู้อื่น กลุ่มหมายถึงคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน รับรู้ว่าคุณคือเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม และพึ่งกันและกัน การอนุโลมตามกลุ่มหรือการปฏิบัติตามกลุ่มหมายถึง การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมหรือเจตคติ ซึ่งเกิดขึ้นเพราะต้องการที่จะทำตามความเชื่อหรือมาตรฐานของผู้อื่น

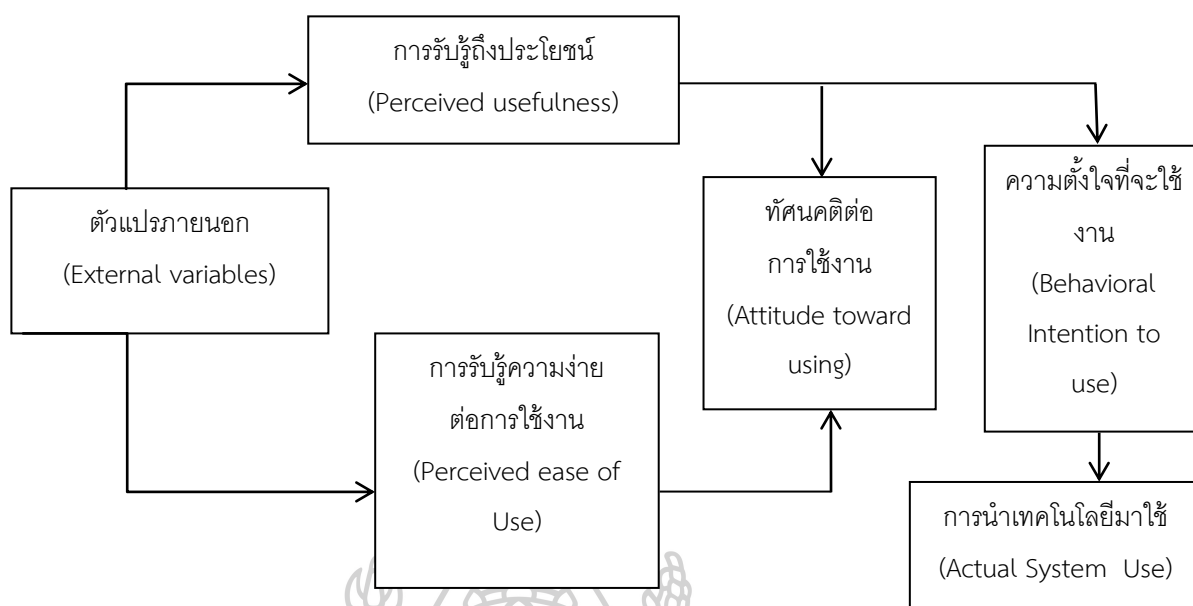
Kelman (1958) ซึ่งได้ให้ความหมายอิทธิพลทางสังคมว่า หมายถึงการที่ผู้ใช้ถูกชักจูงจากปัจจัยภายนอกให้เปลี่ยนแปลงเจตคติ อาจเกิดขึ้นได้หลายระดับซึ่งแต่ละระดับจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการที่แตกต่างในการชักจูงให้คล้อยตาม กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลกระทบกับพฤติกรรมของผู้ใช้ อิทธิพลทางสังคมวัดได้จากองค์ประกอบ 3 ประการคืออิทธิพลจากหน่วยงานของรัฐบาล อิทธิพลจากคู่แข่ง และอิทธิพลจากลูกค้า

Friedkin Johnsen (1990) ได้ให้ความเห็นว่า อิทธิพลทางสังคมคือการที่ความคิดเห็นหรือการกระทำต่างๆที่ได้รับผลจากผู้อื่นส่งผลให้มีการทำตามคล้อยตามหรือมีผลต่อการตัดสินใจ

โดยสรุปได้ว่าอิทธิพลทางสังคมหมายถึง กระบวนการหรือพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคลหรือกลุ่มที่มีผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติของผู้อื่นในสังคม ในการจูงใจหรือโน้มน้าวให้คล้อยตาม แรงกดดันทางสังคมให้ต้องปฏิบัติตามผู้อื่นนั้น บางครั้งมีความรุนแรงมากและสามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ ซึ่งพฤติกรรมเหล่านั้นอาจจะไม่เกิดขึ้นเลยถ้าไม่ได้รับแรงกดดันทางสังคม

3.4 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM)

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) ของ Davis (1989) ซึ่งเป็นแบบจำลองที่ปรับแต่งพัฒนามาจากทฤษฎีการตอบสนองอย่างมีเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA) โดยหลักการของ TAM จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยหลัก 4 ประการ ได้แก่ ตัวแปรภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี (External variables) เช่น ข้อมูลประชากรศาสตร์ (Demographic), ประสบการณ์ (Previous experience) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Perceived usefulness) และการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived ease of Use) โดยปัจจัยที่กล่าวข้างต้นจะส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward using) ซึ่งมีผลต่อแนวโน้มที่จะใช้เทคโนโลยี (Behavioral Intention to use) และส่งผลให้เกิดการนำเทคโนโลยีมาใช้งาน (Actual System Use)



ภาพที่ 7 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM)
ที่มา : Davis, 1989

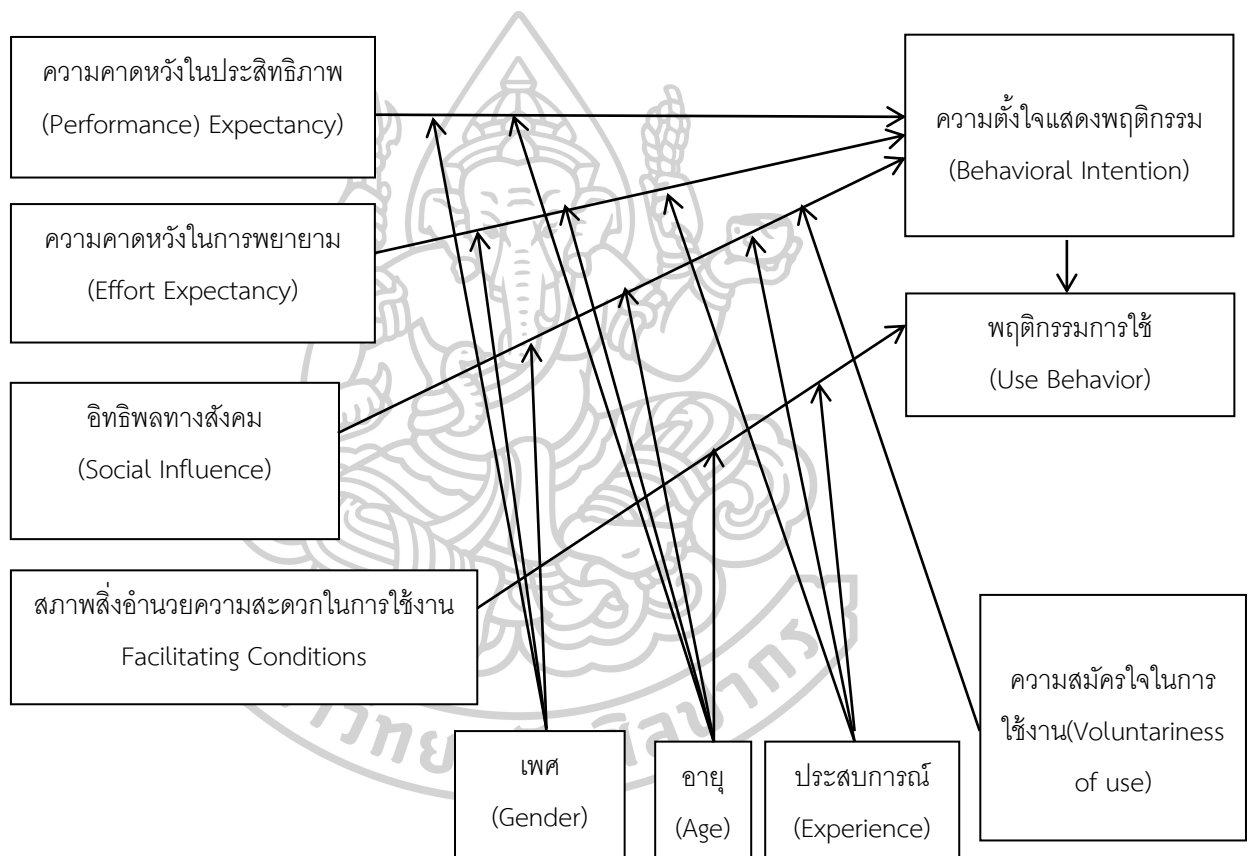
3.5 แบบจำลองทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology : UTAUT)

แบบจำลองทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology : UTAUT) นำเสนอโดย Venkatesh และคณะ เนื่องจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี TAM เมื่อใช้เป็นทฤษฎีพื้นฐานในงานวิจัย อาจทำให้จำเป็นต้องคัดเลือกเฉพาะแบบจำลองที่มีชื่อเสียง หรือทำให้งานวิจัยส่วนใหญ่ละเลยแบบจำลองที่เป็นทางเลือก ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาแบบจำลองเพื่อใช้อธิบายการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคลภายใต้ทฤษฎีรวม (Unified theory) ที่อาศัยพื้นฐานความสัมพันธ์ที่เด่นชัดของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี และถูกนำไปใช้ศึกษาการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคลในภาคธุรกิจ โดยใช้ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมหรือพฤติกรรมการใช้เป็นตัวแปรหลัก

หลักการของทฤษฎี UTAUT ศึกษา พฤติกรรมการใช้ ที่ได้รับแรงขับเคลื่อนจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรม โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 3 ประการ ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy), ความคาดหวังในความพยายาม (Effort expectancy) และ อิทธิพลของสังคม (Social influence) ส่วนสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานมีความสัมพันธ์โดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้ สำหรับตัวแปรเสริม/ ตัวผันแปร มีจำนวน 4 ตัวแปรได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์ และ ความสมัครใจในการใช้งาน มีความสำคัญใน

การทำหน้าที่เชื่อมโยง (Conjunction) แบบจำลองทั้ง 8 ทฤษฎีให้กลายเป็นทฤษฎีรวม ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยหลักและตัวแปรเสริม/ตัวผันแปรตามทฤษฎี UTAUT

ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจแสดงพฤติกรรมหรือพฤติกรรมการใช้ได้รับอิทธิพลจาก 3 ปัจจัยหลัก ยกเว้นสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้สำหรับตัวแปรเสริมหรือตัวผันแปรที่เป็นส่วนขยายแบบจำลองและทำหน้าที่ในการขยายปัจจัยหลัก 4 ด้านข้างต้น จะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมหรือพฤติกรรมการใช้ผ่านปัจจัยหลัก 4 ด้าน ดังแสดงในภาพที่ 8



ภาพที่ 8 แบบจำลองทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology : UTAUT)

ที่มา : Venkatesh, Morris, Davis, และ Davis (2003)

3.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Gupta, Dasgupta Gupta (2008) ศึกษาเรื่องการยอมรับการใช้ ICT ในหน่วยงานของรัฐบาลในประเทศที่กำลังพัฒนา การศึกษาเชิงประจักษ์ เป็นการศึกษาคำตอบใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อเปลี่ยนการให้บริการของรัฐบาล โดยการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการสามารถตรวจสอบได้และมีประสิทธิภาพ ในการศึกษาสำรวจการยอมรับการใช้ไอซีที เพื่อยกระดับการติดต่อจากรัฐบาลให้กับพนักงานในองค์กรของรัฐในประเทศที่กำลังพัฒนา เป็นการตรวจสอบพฤติกรรมกรยอมรับเทคโนโลยีโดยใช้การผนวกทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology : UTAUT) ผลการศึกษาพบว่าประสิทธิภาพ ความคาดหวังจากความพยายาม มีอิทธิพลต่อสังคมและสภาพสิ่งแวดล้อมทั้งหมดในเชิงบวกต่อผู้ใช้ไอซีที แต่ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ของผลกระทบจากเพศในความสัมพันธ์นี้

ณิชกาญจน์ อินทรารักษ์ (2557) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่นำไปสู่การยอมรับการใช้เทคโนโลยีเซ็คอินตัวเครื่องบินด้วยคิวอาร์โค้ด ในบริษัทสายการบินพาณิชย์แห่งหนึ่ง เป็นการนำข้อมูลมาประยุกต์และหาแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาการใช้ระบบเซ็คอินตัวเครื่องบินผ่านคิวอาร์โค้ด ให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และสามารถเก็บแบบสอบถามได้จำนวน 400 ชุด

จากผลการศึกษาพบว่าผลของการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดของสองทฤษฎี คือ Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) และ Task-Technology Fit (TTF) กล่าวคือ ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีเซ็คอินตัวเครื่องบินผ่านคิวอาร์โค้ด ได้แก่ ปัจจัยความคาดหวังในการพยายามใช้เทคโนโลยี ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนในการใช้เทคโนโลยี และปัจจัยคุณลักษณะของงาน ส่วนปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทั้งนี้ เนื่องจากในบางฟังก์ชันในระบบการเซ็คอินตัวเครื่องบินนั้น ยังมีข้อจำกัดในเรื่องของความปลอดภัยของข้อมูล ความไม่เสถียรของระบบ ทำให้ผู้โดยสารยังไม่จำเป็นต้องเข้าไปใช้งานตามความต้องการของสายการบินได้

นางสาวชวิตา พุ่มดนตรี (2559) ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยมีขอบเขตงานวิจัยและกลุ่มตัวอย่าง คือประชาชนชาวไทยที่มีสัญชาติไทย เป็นผู้ที่เคยใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ATM, Internet Banking, Credit Card, Debit Card, Mobile Banking เป็นต้นและอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยคาดว่าจะงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อคณะทำงาน National e-Payment ธนาคารแห่งประเทศไทย และผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับบริการพร้อมเพย์ โดยสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอ

รายละเอียดของบริการ การเจาะกลุ่มผู้ใช้บริการ การส่งเสริมการตลาด รวมไปถึงการสร้าง ความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าผู้ใช้บริการพร้อมเพย์ได้มากยิ่งขึ้น

จากผลการวิจัย พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีทั้งหมด 8 ปัจจัย โดยแบ่งเป็นปัจจัยด้าน ประชากรศาสตร์ 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านอาชีพ และรายได้ และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและการ รับรู้ความเสี่ยง 6 ปัจจัย ซึ่งมีผลในทางลบ 1 ปัจจัย คือ ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง ส่วน 5 ปัจจัยที่ เหลือมีผลทางบวก โดยทั้ง 6 ปัจจัยสามารถเรียงลำดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา ปัจจัยด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังจากความพยายาม และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านอิทธิพลทาง สังคม และแรงจูงใจด้านความบันเทิง และ ปัจจัยด้านอุปนิสัยส่วนบุคคล

ผลจากการทบทวนแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับ เทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ และพบว่ามีปัจจัยด้านการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) ประกอบด้วย ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในการพยายาม อิทธิพลทางสังคมและ สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ขณะที่ปัจจัยอื่นๆที่น่าสนใจได้แก่การส่งเสริมการตลาด และการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ ที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ระเบียบวิธีวิจัย
2. ประชากรเป้าหมาย
3. กลุ่มตัวอย่างและจำนวนตัวอย่าง
4. การสุ่มตัวอย่าง
5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
6. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือการวิจัย
7. การตรวจสอบเครื่องมือ
8. ขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล
9. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในลักษณะเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล (Questionnaire) เพื่อรวบรวมข้อมูลและนำไปวิเคราะห์ประมวลผลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์

2. ประชากรเป้าหมาย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยใช้บริการคิวอาร์เพย์เมนต์ ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนเนื่องจากเป็นข้อมูลด้านธุรกิจไม่สามารถเปิดเผยได้

3. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เคยใช้บริการคิวอาร์เพย์เมนต์ ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างจากวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนของ W.G. Cochran โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95

และค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549) ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม 0.50

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ = 0.05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{(0.05)(1 - 0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

ใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือขนาดตัวอย่างไม่น้อยกว่า 384 คน

4. การสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่เคยใช้บริการคิวอาร์พีเมนต์ ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูล โดยรูปแบบของแบบสอบถาม ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและทฤษฎีต่างๆ รวมไปถึงการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งผู้วิจัยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 8 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เขตที่อาศัย ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ และความถี่ในการใช้คิวอาร์พีเมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ซึ่ง

คำถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้เพียง 1 คำตอบในแต่ละข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจจำนวน 4 ข้อ ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามวิธีการให้คะแนนรวม (Rating scale method: Likert scale question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) มีเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคาดหวังในประสิทธิภาพจำนวน 4 ข้อ ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามวิธีการให้คะแนนรวม (Rating scale method: Likert scale question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) มีเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความคาดหวังในการพยายามจำนวน 5 ข้อ ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามวิธีการให้คะแนนรวม (Rating scale method: Likert scale question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) มีเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคมจำนวน 4 ข้อ ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามวิธีการให้คะแนนรวม (Rating scale method: Likert scale question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) มีเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานจำนวน 4 ข้อ ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามวิธีการให้คะแนนรวม (Rating scale method: Likert scale question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) มีเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 7 คำถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์จำนวน 4 ข้อ ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามวิธีการให้คะแนนรวม (Rating scale method: Likert scale question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) มีเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 5 ระดับ

สำหรับแบบสอบถามในส่วนที่ 2 – 7 ผู้วิจัยใช้ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่าตามแบบของลิเคิร์ต (Likert Rating Scale) 5 ระดับ โดยแต่ละระดับมีความหมายดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	หมายถึง	เห็นด้วย
3	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

6. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

1. ศึกษาขั้นตอนจากเอกสาร ตำรา ที่เกี่ยวข้องกับคิวอาร์เพย์เมนต์ และงานวิจัยเรื่องที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยการนำวัตถุประสงค์ของการวิจัยมาร่างเป็นแนวคำถามในแบบสอบถาม พร้อมกับปรับปรุงให้แบบสอบถามมีความสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎี
3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น นำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ โดยอาศัยดุลยพินิจของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมกับผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมของข้อคำถาม
4. นำแบบสอบถามไปตรวจสอบความถูกต้องโดยผู้ทรงคุณวุฒิ โดยใช้วิธีการทางสถิติ ตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม และใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence : IOC) ระหว่างข้อคำถามกับประเด็นหลักของเนื้อหา โดยการให้คะแนนของผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีค่า IOC มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ขึ้นไป
5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขไปทดสอบใช้กับผู้ที่เคยใช้บริการคิวอาร์เพย์เมนต์ ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 30 คน หลังจากนั้นนำมาทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยโปรแกรม SPSS โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient)

7. การตรวจสอบเครื่องมือ

7.1 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดสอบความถูกต้องของเนื้อหา โดยนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาศัยดุลยพินิจของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมกับผู้ทรงคุณวุฒิอีก 2 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและครอบคลุมตามองค์ประกอบที่กำหนด โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

1. ผู้ตรวจสอบแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสามารถใช้วัดค่าตัวแปรที่จะศึกษาได้ ให้ +1
2. ผู้ตรวจสอบไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสามารถใช้วัดค่าตัวแปรที่ศึกษาได้หรือไม่ ให้ 0
3. ผู้ตรวจสอบแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่สามารถใช้วัดค่าตัวแปรที่จะศึกษาได้ ให้ -1

$$\text{สูตร IOC} = \frac{\sum^R}{N}$$

IOC = ค่าดัชนีความสอดคล้อง

Σ = ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

จากนั้น ผู้วิจัยนำคะแนนที่ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินให้มาคำนวณหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับ วัตถุประสงค์ ผู้วิจัยจะเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนี IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป หากข้อคำถามใดมีค่าไม่ถึง 0.5 แต่มีความจำเป็นต้องใช้ข้อคำถามนั้นๆ เพื่อให้ครอบคลุมสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการวัด ผู้วิจัยจำเป็นต้องนำข้อคำถามนั้นไปปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยจากการตรวจสอบค่าดัชนี IOC ของข้อคำถามทั้งหมด พบว่า ค่า IOC เท่ากับ 0.67 – 1.0 ซึ่งมีความมากกว่า 0.5 นั่นคือ สามารถนำข้อคำถามมาใช้ในการศึกษาคั้งนี้ได้ (ประสพชัย พสุนนท์, 2555: 224)

7.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัด โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.5 หรือความเชื่อมั่นทางสถิติที่ 95% ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของครอนบราค (Cronbach's alpha coefficient) (บุญชม ศรีสะอาด, 2545: 99) ถ้าค่าที่ได้จากการทดสอบสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด นั่นคือ 0.7 สามารถนำแบบสอบถามไปใช้ในงานวิจัยได้ ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของครอนบราคสามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_j^2}{S^2} \right]$$

กำหนดให้	α	=	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
	n	=	จำนวนข้อในแบบสอบถาม
	$\sum S_j^2$	=	ผลรวมของค่าคะแนนความแปรปรวนเป็นรายข้อ
	S^2	=	คะแนนความแปรปรวนของแบบสอบถาม

การวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัด จากแบบสอบถามในส่วนที่ 2 - 7 ผลจากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของครอนบราค (α) พบว่า แบบสอบถามส่วนที่ 2 แบบวัดการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ มีค่า α เท่ากับ 0.96 แบบสอบถามส่วนที่ 3 แบบวัดความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีค่า α เท่ากับ 0.88 แบบสอบถามส่วนที่ 4 แบบวัดความคาดหวังในการใช้งาน มีค่า α เท่ากับ 0.91 แบบสอบถามส่วนที่ 5 แบบวัดอิทธิพลทางสังคม มีค่า α เท่ากับ 0.82 แบบสอบถามส่วนที่ 6 แบบวัดสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน มีค่า α เท่ากับ 0.89 และแบบสอบถามส่วนที่ 7 แบบวัดการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ มีค่า α เท่ากับ 0.91 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องและค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ค่า α
การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ		0.96
1. ท่านเชื่อมั่นว่าการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ นั้นมีระบบป้องกันและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล	1.00	
2. ท่านเชื่อมั่นว่าการใช้งานคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในการชำระเงินมีความถูกต้องชัดเจน	0.67	
3. ท่านคิดว่าความปลอดภัยของข้อมูลระหว่างการทำรายการเป็นสิ่งสำคัญในการใช้งานคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์	1.00	
4. ท่านเชื่อมั่นและไว้วางใจที่จะใช้งานคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในการชำระเงิน	1.00	
ความคาดหวังในประสิทธิภาพ		0.88
1. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ช่วยเพิ่มช่องทางที่สะดวกในการชำระเงิน	1.00	
2. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ สามารถใช้แทนการชำระเงินรูปแบบเดิมได้	1.00	
3. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ช่วยให้การชำระเงินรวดเร็วยิ่งขึ้น	1.00	
4. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการชำระเงิน	0.67	
ความคาดหวังในการใช้งาน		0.91
1. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ง่ายต่อการจดจำให้เข้าใจถึงการใช้งาน	1.00	
2. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ผู้ใช้งานสามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ง่าย	1.00	
3. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ มีขั้นตอนไม่ซับซ้อนง่ายต่อการใช้งาน	0.67	
4. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ สามารถแสดงผลการชำระเงินได้รวดเร็ว ง่ายต่อการรับรู้สถานะการชำระเงิน	1.00	

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องและค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ค่า α
5. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ สามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชม.	0.67	
อิทธิพลทางสังคม		0.82
1. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ใช้งานกันอย่างแพร่หลาย	1.00	
2. ท่านรับรู้ว่าสถานบริการ ร้านค้าต่างๆ มีการรับชำระเงินโดยใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์	1.00	
3.ญาติพี่น้องหรือเพื่อนแนะนำให้ใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์	1.00	
4. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ เป็นสิ่งที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ดูดีและทันสมัย	1.00	
สภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน		0.89
1. ท่านมีความรู้ในด้านการใช้สมาร์ทโฟนขั้นพื้นฐานที่เพียงพอต่อการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชัน กรุงไทย เน็กซ์	1.00	
2. ท่านมีอุปกรณ์สมาร์ทโฟนที่รองรับการใช้งานคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์	1.00	
3. ท่านมีความรู้ที่ได้รับจากการเรียนรู้คู่มือการปฏิบัติเพียงพอต่อการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชัน กรุงไทย เน็กซ์	0.67	
4. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ เหมาะกับวิธีการใช้สมาร์ทโฟน	1.00	
การยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์		0.91
1. ท่านยอมรับที่จะใช้เทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์	1.00	
2. ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์	1.00	
3. ท่านคิดว่าการใช้เทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์จะมีประสิทธิภาพดีกว่าที่คาดการณ์ไว้	1.00	
4. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวันของท่าน	1.00	

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC ของข้อคำถามทั้ง 34 ข้อ มีค่า IOC เท่ากับ 0.67 – 1.00 แสดงถึงข้อคำถามตรงกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย และการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัดด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของครอนบราค พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.82 – 0.96 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 ตามคำแนะนำของ บุญชม ศรีสะอาด (2545) สามารถนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ได้

8. ขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บแบบสอบถาม ให้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ทำแบบสอบถามผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Online Survey) โดยสร้างแบบสอบถามใน Google Form และส่ง URL (Uniform Resource Locator) ให้กับผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามออนไลน์ว่ามีการตอบคำถามที่ครบถ้วนสมบูรณ์
3. นำแบบสอบถามไปทำการบันทึกรหัสคำตอบเพื่อประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for Social Science)

9. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้รับข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ที่ได้รับการตอบครบถ้วนสมบูรณ์แล้ว นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาลงรหัส ในแบบฟอร์มลงรหัส (Coding Form) และดำเนินการประมวลผลโดยวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อหาความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดและนำเสนอในรูปแบบตาราง
2. การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงเทพ เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จากแบบสอบถามเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
3. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis testing) การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรในแต่ละปัจจัยที่ทำการศึกษา สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยนี้ ใช้การทดสอบความแตกต่างของตัวแปรต้นที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Samples Test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA) และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ซึ่งประกอบไปด้วย การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis)

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์ของเพียร์สัน (Pearson' product moment correlation coefficient) เพื่อทดสอบคุณสมบัติของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยมีความหมายของสัญลักษณ์ ดังนี้

\bar{X}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย
S.D.	หมายถึง	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
T	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาการแจกแจงแบบที
F	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาการแจกแจงแบบเอฟ
Sig	หมายถึง	ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ
*	หมายถึง	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
r	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
LSD	หมายถึง	ค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างด้วยการจับคู่พหุคูณ

การพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ โดยเกณฑ์วัดระดับความสัมพันธ์มีดังนี้

-1.00	หมายถึง	มีความสัมพันธ์เต็มที่และไปในทิศทางตรงกันข้าม
-0.76 ถึง -0.99	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมากและมีทิศทางตรงกันข้าม
-0.56 ถึง -0.75	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ในระดับสูงและมีทิศทางตรงกันข้าม
-0.26 ถึง -0.55	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและมีทิศทางตรงกันข้าม
-0.01 ถึง -0.25	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและมีทิศทางตรงกันข้าม
0.00	หมายถึง	ไม่มีความสัมพันธ์
0.01 ถึง 0.25	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและไปในทิศทางเดียวกัน
0.26 ถึง 0.55	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและไปในทิศทางเดียวกัน
0.56 ถึง 0.75	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ในระดับสูงและไปในทิศทางเดียวกัน
0.76 ถึง 0.99	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมากและไปในทิศทางเดียวกัน
1.0	หมายถึง	ความสัมพันธ์เต็มที่และไปในทิศทางเดียวกัน

สำหรับเครื่องหมาย + หรือ - หน้าตัวเลขของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะแสดงถึงทิศทางของความสัมพันธ์ คือ r มีความหมาย + หมายถึง การมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง อีกตัวแปรหนึ่งจะมีค่าสูงตามไปด้วย) และ r มีความหมาย - หมายถึง การมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง อีกตัวแปรหนึ่งจะมีค่าต่ำ)

5. การวิเคราะห์การถดถอย โดยใช้ สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่มีมากกว่าหนึ่งตัวกับตัวแปรตามหนึ่งตัว โดยมีความหมายของสัญลักษณ์ ดังนี้

R	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R^2	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุคูณ
Mean Square	หมายถึง	ความแปรปรวน หรือ ส่วนเบี่ยงเบนกำลังสองเฉลี่ย
B	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ
Beta	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ
T	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาแบบที่
F	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาแบบเอฟ
Sig	หมายถึง	ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ

10. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาการเก็บข้อมูล โดยเริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม 2561 ถึงเดือนเมษายน 2562 ดังแสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 2 แสดงระยะเวลาการเก็บข้อมูล

รายละเอียดการดำเนินงาน	ระยะเวลา					
	ม.ค.61	ก.พ.61	ส.ค.61	มี.ค.62	เม.ย.62	พ.ค.62.
1. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	←→					
2. การกำหนดปัญหาในการวิจัย	←→					
3. จัดทำโครงร่างการวิจัย		←→				
4. จัดทำแบบสอบถามในการวิจัย			←→			
5. เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม				←→		
6. วิเคราะห์ผลข้อมูล				←→		
7. รายงานวิจัย					←→	
8. นำเสนอผลงานวิจัย						←→

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ในการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี คิวอาร์พีเมนต์ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- 1.) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติร้อยละ (Percentage)
- 2.) การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของตัวแปร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
- 3.) การวิเคราะห์ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for the Social Science)

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ที่เคยใช้บริการคิวอาร์พีเมนต์ ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ จำนวน 400 ราย โดยข้อมูลประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานที่อยู่อาศัย ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ และความถี่ในการใช้คิวอาร์พีเมนต์ ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละของลักษณะผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
- เพศ		
ชาย	177	44.2
หญิง	223	55.8
รวม	400	100.0
- อายุ		
อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	19	4.8
อายุระหว่าง 21 – 30 ปี	215	53.8
อายุระหว่าง 31 – 50 ปี	125	31.2
อายุ 50 ปี ขึ้นไป	41	10.2
รวม	400	100.0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละของลักษณะผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
- ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	3	0.8
มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า	16	4.0
อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	34	8.5
ปริญญาตรี	237	59.2
สูงกว่าปริญญาตรี	110	27.5
รวม	400	100.0
- อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	35	8.8
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	167	41.7
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	69	17.3
รับจ้างอิสระ	66	16.5
เกษียณ/ไม่ได้ทำงาน	18	4.5
อื่นๆ	45	11.2
รวม	400	100.0
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	18	4.5
10,000 - 20,000 บาท	72	18.0
20,001 - 30,000 บาท	119	29.8
30,001 - 40,000 บาท	113	28.2
40,001 - 50,000 บาท	42	10.5
50,000 บาท ขึ้นไป	36	9.0
รวม	400	100.0
- สถานที่อยู่อาศัย		
กรุงเทพมหานคร	400	100.0
ปริมณฑล	0	0.0
ต่างจังหวัด	0	0.0
รวม	400	100.0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละของลักษณะผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
- ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันกรงไทย เน็กซ์		
น้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน	133	33.2
5 – 10 ครั้งต่อเดือน	139	34.8
11 – 20 ครั้งต่อเดือน	90	22.5
มากกว่า 20 ครั้งต่อเดือน	38	9.5
รวม	400	100.0
- ความถี่ในการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรงไทย เน็กซ์		
น้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน	237	59.3
5 – 10 ครั้งต่อเดือน	113	28.2
11 – 20 ครั้งต่อเดือน	40	10.0
มากกว่า 20 ครั้งต่อเดือน	10	2.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.80 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 44.20

อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80 มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.80 มีอายุระหว่าง 31 – 50 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.20 และมีอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.20

ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 ระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ระดับปริญญาตรี จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.20 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50

อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.70 อาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.30 อาชีพรับจ้างอิสระ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 เกษียณ/ไม่ได้ทำงาน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 และอาชีพอื่นๆ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.80 มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.20 มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 และมีรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0

เขตที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0

ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามใช้แอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ น้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.20 ใช้แอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ 5 – 10 ครั้งต่อเดือน จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80 ใช้แอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ 11 – 20 ครั้งต่อเดือน จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 และใช้แอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ มากกว่า 20 ครั้งต่อเดือน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50

ความถี่ในการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ น้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.30 ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ 5 – 10 ครั้งต่อเดือน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.20 ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ 11 – 20 ครั้งต่อเดือน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ มากกว่า 20 ครั้งต่อเดือน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น

2. ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ

แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ มีข้อความทั้งหมดจำนวน 4 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่าตามแบบของ Likert Rating Scale 5 ระดับ นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ

การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1. ท่านเชื่อมั่นว่าการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ นั้น มีระบบป้องกันและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล	4.15	0.79	มาก	4
2. ท่านเชื่อมั่นว่าการใช้งานคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในการชำระเงินมีความถูกต้องชัดเจน	4.18	0.75	มาก	3
3. ท่านคิดว่าความปลอดภัยของข้อมูลระหว่างการทำรายการเป็นสิ่งสำคัญในการใช้งานคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์	4.22	0.80	มากที่สุด	1
4. ท่านเชื่อมั่นและไว้วางใจที่จะใช้งานคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในการชำระเงิน	4.19	0.76	มาก	2
รวม	4.19	0.66	มาก	

จากตารางที่ 4 พบว่า การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ ท่านคิดว่าความปลอดภัยของข้อมูลระหว่างการทำรายการเป็นสิ่งสำคัญในการใช้งานคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 รองลงมาคือ ท่านเชื่อมั่นและไว้วางใจที่จะใช้งานคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในการชำระเงิน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และท่านเชื่อมั่นว่าการใช้งานคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในการชำระเงินมีความถูกต้องชัดเจน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ตามลำดับ

3. ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความคาดหวังในประสิทธิภาพ

แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 4 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่าตามแบบของ Likert Rating Scale 5 ระดับ นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความคาดหวังในประสิทธิภาพ

ความคาดหวังในประสิทธิภาพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ช่วยเพิ่มช่องทางที่สะดวกในการชำระเงิน	4.28	0.81	มากที่สุด	1
2. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ สามารถใช้แทนการชำระเงินรูปแบบเดิมได้	4.16	0.82	มาก	3
3. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ช่วยให้การชำระเงินรวดเร็วยิ่งขึ้น	4.21	0.77	มากที่สุด	2
4. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการชำระเงิน	4.12	0.78	มาก	4
รวม	4.19	0.68	มาก	

จากตารางที่ 5 พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพที่มีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด คือ การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ช่วยเพิ่มช่องทางที่สะดวกในการชำระเงิน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมาคือ การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ช่วยให้การชำระเงินรวดเร็วยิ่งขึ้น อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ สามารถใช้แทนการชำระเงินรูปแบบเดิมได้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ตามลำดับ

4. ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความคาดหวังในการใช้งาน

แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังในการใช้งาน มีข้อความทั้งหมดจำนวน 5 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่าตามแบบของ Likert Rating Scale 5 ระดับ นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความคาดหวังในการใช้งาน

ความคาดหวังในการใช้งาน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ง่ายต่อการจดจำให้เข้าใจถึงการใช้งาน	4.12	0.80	มาก	3
2. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ผู้ใช้งานสามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ง่าย	4.10	0.77	มาก	4
3. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ มีขั้นตอนไม่ซับซ้อนง่ายต่อการใช้งาน	4.07	0.79	มาก	5
4. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ สามารถแสดงผลการชำระเงินได้รวดเร็ว ง่ายต่อการรับรู้ สถานะการชำระเงิน	4.16	0.76	มาก	2
5. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ สามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชม.	4.25	0.82	มากที่สุด	1
รวม	4.14	0.67	มาก	

จากตารางที่ 6 พบว่า ความคาดหวังในการใช้งานที่มีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด คือ การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ สามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชม. อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมาคือ การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ สามารถแสดงผลการชำระเงินได้รวดเร็ว ง่ายต่อการรับรู้สถานะในการชำระเงิน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และ การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ง่ายต่อการจดจำให้เข้าใจถึงการใช้งาน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ตามลำดับ

5. ระดับความคิดเห็นที่มีต่ออิทธิพลทางสังคม

แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม มีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 4 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่าตามแบบของ Likert Rating Scale 5 ระดับ นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ระดับความคิดเห็นที่มีต่ออิทธิพลทางสังคม

อิทธิพลทางสังคม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ใช้งานกันอย่างแพร่หลาย	4.02	0.85	มาก	2
2. ท่านรับรู้ว่าคุณภาพบริการ ร้านค้าต่างๆ มีการรับชำระเงิน โดยใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์	3.98	0.89	มาก	3
3.ญาติพี่น้องหรือเพื่อนแนะนำให้ใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์	3.87	0.96	มาก	4
4. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ เป็นสิ่งที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ดูดีและทันสมัย	4.04	0.86	มาก	1
รวม	3.98	0.77	มาก	

จากตารางที่ 7 พบว่า อิทธิพลทางสังคมที่มีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด คือ การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ เป็นสิ่งที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ดูดีและทันสมัย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 รองลงมาคือ การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ใช้งานกันอย่างแพร่หลาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และท่านรับรู้ว่าคุณภาพบริการ ร้านค้าต่างๆ มีการรับชำระเงินโดยใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ตามลำดับ

6. ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน

แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน มีข้อความทั้งหมด 4 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่าตามแบบของ Likert Rating Scale 5 ระดับ นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน

สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1. ท่านมีความรู้ในด้านการใช้สมาร์ตโฟนขั้นพื้นฐานที่เพียงพอต่อการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์	4.19	0.85	มาก	3
2. ท่านมีอุปกรณ์สมาร์ตโฟนที่รองรับการใช้งานคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์	4.26	0.83	มากที่สุด	2
3. ท่านมีความรู้ที่ได้รับจากการเรียนรู้คู่มือการปฏิบัติเพียงพอต่อการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์	4.10	0.79	มาก	4
4. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ เหมาะกับวิธีการใช้สมาร์ตโฟน	4.28	0.75	มากที่สุด	1
รวม	4.20	0.69	มาก	

จากตารางที่ 8 พบว่า สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานที่มีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด คือ การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ เหมาะกับวิธีการใช้สมาร์ตโฟน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมาคือ ท่านมีอุปกรณ์สมาร์ตโฟนที่รองรับการใช้งานคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และท่านมีความรู้ในด้านการใช้สมาร์ตโฟนขั้นพื้นฐานที่เพียงพอต่อการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ตามลำดับ

7. ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์

แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์มีข้อความทั้งหมด 4 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่าตามแบบของ Likert Rating Scale 5 ระดับ นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์

การยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1. ท่านยอมรับที่จะใช้เทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์	4.29	0.75	มากที่สุด	1
2. ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์	4.12	0.82	มาก	4
3. ท่านคิดว่าการใช้เทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์จะมีประสิทธิภาพดีกว่าที่คาดการณ์ไว้	4.15	0.81	มาก	3
4. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวันของท่าน	4.19	0.76	มาก	2
รวม	4.19	0.70	มาก	

จากตารางที่ 9 พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ที่มีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด คือ ท่านยอมรับที่จะใช้เทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมาคือ การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวันของท่าน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และท่านคิดว่าการใช้เทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์จะมีประสิทธิภาพดีกว่าที่คาดการณ์ไว้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

ในการศึกษานี้ได้ทำการทดสอบสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปรต่างๆ ด้วยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ที่เป็นโปรแกรมสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และการจัดการข้อมูลต่างๆ เพื่อนำไปพิสูจน์การยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐาน

8. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผู้วิจัยได้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Correlation) ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ โดยใช้ Pearson's Correlation Coefficient ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ดังแสดงในตารางที่ 10

ตารางที่ 10 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตัวแปร (Constructs)	Mean	S.D.	1	2	3	4	5	6
การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ	4.19	0.66						
ความคาดหวังในประสิทธิภาพ	4.19	0.68	.762**					
ความคาดหวังในการใช้งาน	4.14	0.67	.732**	.746**				
อิทธิพลทางสังคม	3.98	0.77	.597**	.623**	.701**			
สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	4.20	0.69	.682**	.615**	.661**	.584**		
การใช้งาน								
การยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์	4.19	0.70	.620**	.600**	.638**	.742**	.705**	

หมายเหตุ N = 400 , ** $p < 0.01$, * $p < 0.05$

จากตารางที่ 10 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

1. การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในประสิทธิภาพในระดับสูงมากและไปในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.762$)

2. การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการใช้งานในระดับสูงและไปในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.732$)

3. การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจมีความสัมพันธ์กับอิทธิพลทางสังคมในระดับสูงและไปในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.597$)
4. การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจมีความสัมพันธ์กับสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งานในระดับสูงและไปในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.682$)
5. การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ในระดับสูงและไปในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.620$)
6. ความคาดหวังในประสิทธิภาพมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการใช้งานในระดับสูงและไปในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.746$)
7. ความคาดหวังในประสิทธิภาพมีความสัมพันธ์กับอิทธิพลทางสังคมในระดับสูงและไปในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.623$)
8. ความคาดหวังในประสิทธิภาพมีความสัมพันธ์กับสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งานในระดับสูงและไปในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.615$)
9. ความคาดหวังในประสิทธิภาพมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ในระดับสูงและไปในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.600$)
10. ความคาดหวังในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับอิทธิพลทางสังคมในระดับสูงและไปในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.701$)
11. ความคาดหวังในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งานในระดับสูงและไปในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.661$)
12. ความคาดหวังในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ในระดับสูงและไปในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.638$)
13. อิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์กับสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งานในระดับสูงและไปในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.584$)
14. อิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ในระดับสูงและไปในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.742$)
15. สภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ในระดับสูงและไปในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.705$)

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสัมพันธ์กันเองของตัวแปร (Multicollinearity) ซึ่งตัวแปรอิสระจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง การตรวจสอบ Multicollinearity จะพิจารณาจากค่า Variance Inflation Factor (VIF) และค่า Tolerance ซึ่งผลจากการทดสอบหาค่า VIF พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 2.13 – 3.27 ซึ่งน้อยกว่า 5 และค่า Tolerance ของตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.2 จึงยืนยันได้ว่าตัวแปรทั้ง 5 คือ การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ไม่มีความสัมพันธ์ทางตรงต่อกัน

ตารางที่ 11 แสดงค่า VIF และ Tolerance ของตัวแปร

ตัวแปร (Constructs)	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1. การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ	0.322	3.104
2. ความคาดหวังในประสิทธิภาพ	0.335	2.986
3. ความคาดหวังในการใช้งาน	0.306	3.267
4. อิทธิพลทางสังคม	0.469	2.132
5. สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	0.463	2.161

9. ผลการทดสอบสมมติฐาน

การศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือไว้วางใจส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 ความคาดหวังในประสิทธิภาพส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 ความคาดหวังในการใช้งานส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 5 อิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 6 สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

H_0 : เพศชายและเพศหญิงยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศชายและเพศหญิงยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

ตารางที่ 12 ผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

เพศ	n	Mean	S.D.	F	t	p
ชาย	177	4.22	0.67	0.016	0.822	0.411
หญิง	223	4.16	0.73			

* N = 400, Significant Level = $p < 0.05$

จากตารางที่ 12 ผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ที่ใช้การแจกแจงแบบที (T - Test) พบว่า มีค่า p -value เท่ากับ 0.411 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 สรุปได้ว่า เพศชายและเพศหญิงยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

H_0 : อายุที่แตกต่างกันยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

ตารางที่ 13 ผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

อายุ	n	Mean	S.D.	F	p
อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	19	4.36	0.61	7.027	0.000
อายุระหว่าง 21 - 30 ปี	215	4.14	0.65		
อายุระหว่าง 31 - 50 ปี	125	4.36	0.65		
อายุ 50 ปีขึ้นไป	41	3.83	0.95		

* N = 400, Significant Level = $p < 0.05$

จากตารางที่ 13 ผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) พบว่ามีค่า p -value เท่ากับ 0.000 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปได้ว่า อายุที่แตกต่างกันยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

ตารางที่ 14 ผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	n	Mean	S.D.	F	p
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	3	3.25	1.89	1.502	0.201
มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า	16	4.08	0.86		
อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	34	4.17	0.77		
ปริญญาตรี	237	4.21	0.67		
สูงกว่าปริญญาตรี	110	4.20	0.68		

* N = 400, Significant Level = $p < 0.05$

จากตารางที่ 14 ผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) พบว่ามีค่า p -value เท่ากับ 0.201 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกันยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกันยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

ตารางที่ 15 ผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

อาชีพ	n	Mean	S.D.	F	p
นักเรียน/นักศึกษา	35	4.25	0.60	4.166	0.001
ข้าราชการ/พนักงาน	167	4.29	0.64		
รัฐวิสาหกิจ					
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	69	4.30	0.55		
รับจ้างอิสระ	66	4.09	0.87		
เกษียณ/ไม่ได้ทำงาน	18	3.79	0.98		
อื่นๆ	45	3.90	0.69		

* N = 400, Significant Level = $p < 0.05$

จากตารางที่ 15 ผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) พบว่า มีค่า p -value เท่ากับ 0.001 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปได้ว่า อาชีพที่แตกต่างกันยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

ตารางที่ 16 ผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	n	Mean	S.D.	F	p
ต่ำกว่า 10,000 บาท	18	4.00	0.93	1.889	0.095
10,000 - 20,000 บาท	72	4.03	0.73		
20,001 - 30,000 บาท	119	4.17	0.67		
30,001 - 40,000 บาท	113	4.24	0.71		
40,001 - 50,000 บาท	42	4.31	0.68		
50,000 บาท ขึ้นไป	36	4.37	0.58		

* N = 400, Significant Level = $p < 0.05$

จากตารางที่ 16 ผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) พบว่า มีค่า p -value เท่ากับ 0.095 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 สรุปได้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

H_0 : ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ที่แตกต่างกันยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ที่แตกต่างกันยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

ตารางที่ 17 ผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์	n	Mean	S.D.	F	p
น้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน	133	3.84	0.78	25.562	0.000
5 - 10 ครั้งต่อเดือน	139	4.22	0.59		
11 - 20 ครั้งต่อเดือน	90	4.45	0.58		
มากกว่า 20 ครั้งต่อเดือน	38	4.68	0.43		

* N = 400, Significant Level = $p < 0.05$

จากตารางที่ 17 ผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) พบว่า มีค่า p -value เท่ากับ 0.000 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปได้ว่า ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ ที่แตกต่างกันยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.7 ความถี่ในการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

- H_0 : ความถี่ในการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ ที่แตกต่างกันยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ไม่แตกต่างกัน
- H_1 : ความถี่ในการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ ที่แตกต่างกันยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

ตารางที่ 18 ผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรความถี่ในการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

ความถี่ในการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์	n	Mean	S.D.	F	p
น้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน	237	4.04	0.74	12.045	0.000
5 – 10 ครั้งต่อเดือน	113	4.31	0.59		
11 – 20 ครั้งต่อเดือน	40	4.63	0.47		
มากกว่า 20 ครั้งต่อเดือน	10	4.63	0.52		

* N = 400, Significant Level = $p < 0.05$

จากตารางที่ 18 ผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรความถี่ในการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) พบว่า มีค่า p -value เท่ากับ 0.000 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปได้ว่า ความถี่ในการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ ที่แตกต่างกันยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์แตกต่างกัน

สำหรับการทดสอบสมมติฐานที่ 2 – 6 ใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ซึ่งการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Correlation) ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ พบว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจากการตรวจสอบ Multicollinearity พบว่าค่า VIF มีค่าอยู่ระหว่าง 2.13 – 3.27 ซึ่งน้อยกว่า 5 และค่า Tolerance ของตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.2 จึงยืนยันได้ว่าตัวแปรแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์ทางตรงต่อกัน สามารถนำมาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้ โดยผลจากการทดสอบสมมติฐาน ดังแสดงในตารางที่ 19

ตารางที่ 19 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 - 6

Path	Beta (β)	S.E.	<i>p</i>
การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ → การยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์	0.258	0.065	0.000
ความคาดหวังในประสิทธิภาพ → การยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์	0.154	0.065	0.014
ความคาดหวังในการใช้งาน → การยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์	0.334	0.063	0.000
อิทธิพลทางสังคม → การยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์	0.474	0.039	0.000
สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน → การยอมรับเทคโนโลยี คิวอาร์เพย์เมนต์	0.370	0.044	0.000

* $R^2 = 0.667$, $AR^2 = 0.662$, $F = 157.539$, Significant Level = $p < 0.05$

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p เท่ากับ 0.000) และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.258 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p เท่ากับ 0.014) และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.154 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่า ความคาดหวังในการใช้งานส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p เท่ากับ 0.000) และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.334 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 4

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 พบว่า อิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p เท่ากับ 0.000) และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.474 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 5

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6 พบว่า สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p เท่ากับ 0.000) และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.370 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 6

10. สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

จากผลการวิเคราะห์สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ของการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังแสดงในตารางที่ 20

ตารางที่ 20 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการศึกษา
สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือไว้วางใจส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3 ความคาดหวังในประสิทธิภาพส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4 ความคาดหวังในการใช้งานส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 5 อิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 6 สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร	ยอมรับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้ข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสำรวจ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการคิวอาร์เพย์เมนต์ ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน และจากการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ผู้วิจัยสามารถสรุปผล อภิปรายผล และให้ข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ใช้บริการคิวอาร์เพย์เมนต์ ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.80 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 44.20 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.80 รองลงมามีอายุระหว่าง 31 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.20 ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.20 รองลงมาจบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 27.50 อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 17.30 ในส่วนของรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 – 30,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 29.80 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ย 30,001 – 40,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 28.20 สำหรับความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ 5 - 10 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาใช้แอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ น้อยกว่า 5 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 33.2 และสำหรับความถี่ในการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ น้อยกว่า 5 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ระหว่าง 5-10 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 28.2

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

1. การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ

การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 อยู่ในระดับมาก จากรายละเอียดพบว่า ท่านคิดว่าความปลอดภัยของข้อมูลระหว่างการทำรายการเป็นสิ่งสำคัญในการใช้งานคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 รองลงมาคือ ท่านเชื่อมั่นและไว้วางใจที่จะใช้งานคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในการชำระเงิน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และท่านเชื่อมั่นว่าการใช้งานคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในการชำระเงินมีความถูกต้องชัดเจน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ตามลำดับ

2. ความคาดหวังในประสิทธิภาพ

ความคาดหวังในประสิทธิภาพในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 อยู่ในระดับมาก จากรายละเอียดพบว่า การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ช่วยเพิ่มช่องทางที่สะดวกในการชำระเงิน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมาคือ การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ช่วยให้การชำระเงินรวดเร็วยิ่งขึ้น อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ สามารถใช้แทนการชำระเงินรูปแบบเดิมได้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ตามลำดับ

3. ความคาดหวังในการใช้งาน

ความคาดหวังในประสิทธิภาพในการใช้งานในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 อยู่ในระดับมาก จากรายละเอียดพบว่า การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ สามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชม. อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมาคือ การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ สามารถแสดงผลการชำระเงินได้รวดเร็ว ง่ายต่อการรับรู้สถานะการชำระเงิน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ง่ายต่อการจดจำให้เข้าใจถึงการใช้งาน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ตามลำดับ

4. อิทธิพลทางสังคม

อิทธิพลทางสังคมในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 อยู่ในระดับมาก จากรายละเอียดพบว่า การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ เป็นสิ่งที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ดูดีและทันสมัย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 รองลงมาคือ การใช้คิวอาร์เพย์

เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ใช้งานกันอย่างแพร่หลาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และท่านรับรู้ว่าคุณภาพบริการ ร้านค้าต่างๆ มีการรับชำระเงินโดยใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ตามลำดับ

5. สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน

สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 อยู่ในระดับมาก จากรายละเอียดพบว่า การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ เหมาะกับวิธีการใช้สมาร์ทโฟน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมาคือ ท่านมีอุปกรณ์สมาร์ตโฟนที่รองรับการใช้งานคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และท่านมีความรู้ในด้านการใช้สมาร์ตโฟนขั้นพื้นฐานที่เพียงพอต่อการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ตามลำดับ

6. การยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์

การยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 อยู่ในระดับมาก จากรายละเอียดพบว่า ท่านยอมรับที่จะใช้เทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมาคือ การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวันของท่าน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และท่านคิดว่าการใช้เทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์จะมีประสิทธิภาพดีกว่าที่คาดการณ์ไว้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานของการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย 6 สมมติฐาน โดยผลของการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกัน **ไม่ส่งผล**ต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกัน **ส่งผล**ต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน **ไม่ส่งผล**ต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์

สมมติฐานที่ 1.4 อาชีพที่แตกต่างกัน **ส่งผล**ต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์

สมมติฐานที่ 1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์

สมมติฐานที่ 1.6 ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์

สมมติฐานที่ 1.7 ความถี่ในการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงเทพฯ เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p เท่ากับ 0.000) และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.258 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

สมมติฐานที่ 3 ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงเทพฯ เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p เท่ากับ 0.014) และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.154 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3

สมมติฐานที่ 4 ความคาดหวังในการใช้งาน ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงเทพฯ เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p เท่ากับ 0.000) และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.334 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 4

สมมติฐานที่ 5 อิทธิพลทางสังคม ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงเทพฯ เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p เท่ากับ 0.000) และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.474 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 5

สมมติฐานที่ 6 สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงเทพฯ เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p เท่ากับ 0.000) และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.370 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 6

2. อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการ กรุงเทพฯ เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาถึงปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 อภิปรายผลระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงเทพฯ เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

1. การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ

การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของข้อมูลระหว่างการทำการชำระเงินเป็นสิ่งสำคัญในการใช้งานคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ เป็นสิ่งแรก แสดงให้เห็นว่าความปลอดภัยของข้อมูลระหว่างการทำการชำระเงินสามารถบอกถึงระดับความเชื่อมั่นไว้วางใจในการใช้บริการ นั่นคือ การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจของผู้ใช้บริการจะเกิดขึ้น เมื่อแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ สามารถแสดงให้เห็นถึงความปลอดภัยของข้อมูลระหว่างการทำการชำระเงิน จะสามารถสร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้ใช้บริการและเกิดการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Baier Annette (1986) ที่กล่าวว่า ความเชื่อถือว่าไว้วางใจคือความเชื่อมั่นในผู้อื่นว่าเขาจะกระทำทุกวิถีทางในการปกป้องผลประโยชน์ของเราและจะไม่ทำร้ายหรือเอาเปรียบเรา รวมถึงแนวคิดของ Mayer, Davis, และ Schoorman (1995) ที่กล่าวว่า ความไว้วางใจหมายถึง ความตั้งใจกระทำต่อผู้อื่นบนพื้นฐานความคาดหวังเชิงบวกที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคล ภายใต้เงื่อนไขของความเสี่ยงและการพึ่งพากัน

2. ความคาดหวังในประสิทธิภาพ

ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ ช่วยเพิ่มช่องทางที่สะดวกในการชำระเงินเป็นอันดับแรก นั่นคือ ผู้ใช้งานคาดหวังว่าจะเกิดประสิทธิภาพที่ดีในการใช้งาน สามารถเป็นช่องทางในการชำระเงินที่สะดวกได้ ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้ตรงตามความคาดหวังเมื่อใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ สอดคล้องกับแนวคิดของ Vroom (1964) ที่กล่าวว่าความคาดหวังในความพยายามต่อการกระทำหรือการปฏิบัติงาน โดยคาดหวังว่าเมื่อใช้อุปกรณ์ เครื่องมือ เทคโนโลยีต่างๆ ร่วมกับความพยายามของตนเองแล้วโอกาสที่จะกระทำสิ่งนั้นได้สำเร็จมีอย่างน้อยเพียงใด เป็นการคิดก่อนจะทำการสิ่งต่าง ๆ ว่าจะสามารถทำได้หรือไม่ รวมถึงแนวคิด

ของ ชิษณุกร พรภานุวิชญ์ (2540) กล่าวว่า ความคาดหวังหมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น การรับรู้ การตีความ หรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้น โดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลใด บุคคลหนึ่งประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการ หรือคาดหวังเอาไว้

3. ความคาดหวังในการใช้งาน

ความคาดหวังในการใช้งาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ สามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชม. เป็นอันดับแรก นั่นคือ ผู้ใช้งานคาดว่าการใช้งานเพื่อชำระเงินหรือทำธุรกรรมการเงินต่างๆ สามารถใช้งานได้ เมื่อใดก็ได้ อำนวยความสะดวกในการใช้งานโดยไม่มีเงื่อนไขด้านเวลาในการใช้งาน สอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml, และBerry (1988) ได้กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึง ทักษะที่เกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภคที่พวกเขา คาดหมายว่าจะเกิดขึ้นในการบริการนั้นๆ ลูกค้านักซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่เฉพาะเจาะจง และลูกค้าจะประเมินผลของการซื้อโดยมีพื้นฐานจากสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับ ความต้องการคือสิ่งที่ฝังลึกอยู่ในจิตใต้สำนึกของมนุษย์ เป็นผลสืบเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่และสถานะภาพของแต่ละบุคคล เมื่อรู้สึกว่ามีความต้องการ พวกเขาจะมีแรงจูงใจที่จะทำให้ความต้องการ ได้รับการตอบสนอง รวมถึงแนวคิดของ เบญจา นิลบุตร (2540) ได้กล่าวว่า ความคาดหวังเกิดจากความรูสึกนึกคิดในการคาดคะเนเหตุการณ์ล่วงหน้าว่าจะเกิดขึ้นอย่างไร อันเป็นความปรารถนาจะไปถึงเป้าหมายที่กำหนดไว้

4. อิทธิพลทางสังคม

อิทธิพลทางสังคม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ เป็นสิ่งที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ดูดีและทันสมัย เป็นสำคัญ นั่นคือ การใช้งานคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ของบุคคลรอบข้างมีความดูดีทันสมัย ส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ดูดี ทำให้ผู้ใช้งานเกิดการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ สอดคล้องกับแนวคิดของ Kelman (1958) ซึ่งได้ให้ความหมายอิทธิพลทางสังคมว่า หมายถึงการที่ผู้ใช้ถูกชักจูงจากปัจจัยภายนอกให้เปลี่ยนแปลงเจตคติ อาจเกิดขึ้นได้หลายระดับซึ่งแต่ละระดับจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการที่แตกต่างในการชักจูงให้คล้อยตาม กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ใช้ อิทธิพลทางสังคมวัดได้จากองค์ประกอบ 3 ประการคืออิทธิพลจากหน่วยงานของรัฐบาล อิทธิพลจากคู่แข่ง และอิทธิพลจากลูกค้า รวมถึงแนวคิดของ David Matsumoto (2009) กล่าวว่า อิทธิพลทางสังคม หมายถึง ความสามารถหรือกระบวนการในการที่จะเปลี่ยนแปลงความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมของผู้อื่น กลุ่มหมายถึงคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ระบุว่าพวกตนเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม และพึ่งกันและกัน การ

อนุโลมตามกลุ่มหรือการปฏิบัติตามกลุ่มหมายถึง การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมหรือเจตคติ ซึ่งเกิดขึ้นเพราะต้องการที่จะทำตามความเชื่อหรือมาตรฐานของผู้อื่น

5. สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน

สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ เหมาะกับวิธีการใช้สมาร์ตโฟนมากที่สุด นั่นคือ สมาร์ตโฟนเป็นส่วนสำคัญ ในการยอมรับใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ของผู้ใช้งาน ด้วยที่สมาร์ตโฟนมีฟังก์ชันการใช้งานที่เหมาะสม ส่งผลต่อความสะดวกในการใช้งานร่วมกับแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในการใช้งานชีวิตประจำวัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Venkatesh et al. (2003) ที่ได้ให้ความหมายของสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานว่า ความพร้อมขององค์การและทรัพยากร ทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบซอฟต์แวร์ตลอดจนผู้เชี่ยวชาญที่องค์การได้จัดเตรียมไว้เพื่อสนับสนุนการใช้งานของระบบเป้าหมาย

ส่วนที่ 2 อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ ความถี่ในการใช้งานหรือประสบการณ์ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1

จากสมมติฐานนี้พบว่า ผลการศึกษาสอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology : UTAUT) ของ Venkatesh และคณะ (2003) ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรเสริม ได้แก่ อายุ ประสบการณ์ มีความสำคัญในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ให้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ (β เท่ากับ 0.258, p เท่ากับ 0.000) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนด ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

จากสมมติฐานนี้พบว่า ผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ รัฐยาภรณ์ ชีรานูวรรตน์ (2553) ที่ศึกษาถึงการรับรู้ความเสี่ยงและการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจของผู้ใช้งานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการ Location-Based Services ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อายุ 21-25 ปี สามารถลดการรับรู้ความเสี่ยงจากการใช้ Location-Based Services ได้จากการป้องกันความเป็นส่วนตัว การสร้างความรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจได้จากการป้องกันความเป็นส่วนตัว และอิทธิพลจากสังคมของผู้ใช้ที่กล่าวถึงการใช้งานเชิงบวก แต่อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่สามารถเพิ่มการรับรู้ความเสี่ยงและลดการรับรู้ความเชื่อมั่นไว้วางใจจาก Location-Based Services

ได้แก่ ปัจจัยด้านการตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งานเอง นอกจากนี้พบว่า ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้บริการ Location-Based Services และการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้บริการ Location-Based Services

สมมติฐานที่ 3 ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่าความคาดหวังในประสิทธิภาพส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ (β เท่ากับ 0.154, p เท่ากับ 0.014) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 3

จากสมมติฐานนี้พบว่า ผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ ที่ศึกษาถึงปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศวัตถุประสงค์ของการศึกษานี้คือ ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศ และเพื่อสร้างสมการพยากรณ์การยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศ ของบุคลากรในสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพมีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศ โดยบุคลากรของสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตเชียงใหม่ จะเกิดการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศได้ก็ต่อเมื่อ บุคลากรมีความคาดหวังจากประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศ ว่าระบบสารสนเทศจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ช่วยให้บุคลากรได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจในการปฏิบัติงานต่อผู้บริหารก่อนจะพิจารณาสั่งการให้มีกรดำเนินงานต่อไป และเทคโนโลยีสารสนเทศยังช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานมีเวลาไปปฏิบัติงานด้านอื่นๆเพิ่มขึ้น เป็นเครื่องมือในการทำงานที่ช่วยลดขั้นตอนในการปฏิบัติงาน และสิ่งสำคัญในการใช้ระบบสารสนเทศที่ช่วยในการประสานงานระหว่างฝ่ายต่างๆได้รวดเร็วและสะดวกมากขึ้น

สมมติฐานที่ 4 ความคาดหวังในการใช้งาน ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่าความคาดหวังในประสิทธิภาพส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ (β เท่ากับ 0.334, p เท่ากับ 0.000) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 4

จากสมมติฐานนี้พบว่า ผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ AlAwadhi Morris (2009) ที่ศึกษาถึงความคาดหวังในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อการยอมรับในบริการของรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศคูเวต วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้คือ ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับบริการของรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศคูเวต ผลการศึกษาพบว่า ความคาดหวังในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญต่อการยอมรับในบริการของรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศคูเวต

สมมติฐานที่ 5 อิทธิพลทางสังคม ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่าอิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ (β เท่ากับ 0.474, p เท่ากับ 0.000) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 5

จากสมมติฐานนี้พบว่า ผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ จักรพงษ์ สี่อประเสริฐสิทธิ์ (2554) ที่ศึกษาถึงอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยีการบริการ MIM วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้คือ ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการบริการการใช้บริการการสื่อสารระหว่างกันผ่านข้อความและรูปภาพแบบทันทีผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยีการบริการ MIM อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอธิบายได้ว่าผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคนในสังคมโดยได้รับแรงกดดันที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานบริการ MIM จากคนในสังคมทั้งหัวหน้างานและคนรอบข้างที่เพิ่มมากขึ้น จะส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้งานบริการ MIM เพิ่มขึ้น

สมมติฐานที่ 6 สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่าสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ (β เท่ากับ 0.370, p เท่ากับ 0.000) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 6

จากสมมติฐานนี้พบว่า ผลการศึกษาสอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology : UTAUT) ของ Venkatesh และคณะ (2003) ที่ศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้ ที่ได้รับแรงขับเคลื่อนจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรม โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4 ประการ ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy), ความคาดหวังในความพยายาม (Effort expectancy), อิทธิพลของสังคม (Social influence) และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions)

3. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ของผู้ใช้บริการกรุงเทพฯ เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากผลการวิจัยผู้วิจัยได้เห็นว่าความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัยของข้อมูลหรือความปลอดภัยในการชำระเงินยังอยู่ในระดับที่น้อยอยู่ และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆในการใช้บริการธุรกรรมการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาถึงปัจจัยในด้านของความปลอดภัยในการใช้งาน เพื่อธนาคารผู้ให้บริการสามารถนำข้อมูลมาปรับปรุงการให้บริการและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้ต่อไป

2. การศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้งานและการนำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อจะรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้ามากขึ้น สามารถนำข้อมูลหรือพฤติกรรมต่างๆ มาปรับใช้เพื่อพัฒนาเป็นกลยุทธ์ในการออกผลิตภัณฑ์หรือพัฒนาแอปพลิเคชันของธนาคารต่อไป

3. การศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะกลุ่มประชากรผู้ที่เคยใช้บริการกรุงเทพฯ เน็กซ์ ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษากลุ่มประชากรที่ยังไม่เคยใช้บริการ เพื่อจะรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้ามากขึ้น สามารถนำข้อมูลหรือพฤติกรรมต่างๆ มาปรับใช้เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าให้กับธนาคารมากยิ่งขึ้น



รายการอ้างอิง

- AlAwadhi, S., & Morris, A. (2009). Factors influencing the adoption of e-government services. *Journal of Software*, 4(6), 584-590.
- Baier Annette. (1986). Trust and antitrust. *ethics*, 96(2), 231-260.
- David Matsumoto. (2009). *The Cambridge Dictionary of Psychology*. New York: Cambridge University Press.
- Friedkin, N. E., & Johnsen, E. C. (1990). Social influence and opinions. *Journal of Mathematical Sociology*, 15(3-4), 193-206.
- Golembiewski, R. T., & McConkie, M. (1975). The centrality of interpersonal trust in group processes. *Theories of group processes*, 131, 185.
- Gupta, B., Dasgupta, S., & Gupta, A. (2008). Adoption of ICT in a government organization in a developing country: An empirical study. *The Journal of Strategic Information Systems*, 17(2), 140-154.
- Hersey, P. (1982). *Management of organizational behavior : utilizing human resources / by paul Hersey, Keneth H. Blanchard* (4th ed. ed.). Englewood Cliffs, N.J. :: Prentice-Hall.
- Kelman, H. C. (1958). Compliance, identification, and internalization three processes of attitude change. *Journal of conflict resolution*, 2(1), 51-60.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of management review*, 20(3), 709-734.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of retailing*, 64(1), 12.
- Robinson, S. L. (1996). Trust and breach of the psychological contract. *Administrative science quarterly*, 574-599.
- Rotter, J. B. (1971). Generalized expectancies for interpersonal trust. *American psychologist*, 26(5), 443.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 425-478.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation / Victor H. Vroom*. New Delhi :: Wiley Eastern.

กรกนก ชูบวงวาปี และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2557). อิทธิพล ความเป็น เลิศ ของ คุณภาพ บริการ ที่มี ต่อ ความ ไว้ วางใจ ใน การ ใช้ บริการ และ การ บอก ต่อ ของ ผู้ ใช้ บริการ บางจาก กรีนวอช เดอะ พรี เมี่ยม (สาขา วิทยาปริวรรต-หลักสูตร). ฉบับ ภาษา ไทย สาขา มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ ศิลปะ และ ฉบับ *International Humanities, Social Sciences and arts*, 7(2), 48-60.

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2559). แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.

Retrieved from

http://www.mdes.go.th/assets/portals/1/files/590613_4Digital_Economy_Plan-Book.pdf

อุษกร สิริโยธิน. (2560). ยกระดับการชำระเงินไทย ด้วยการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่. Retrieved from

https://www.bot.or.th/Thai/PressandSpeeches/Speeches/Gov/Speech_9May60.pdf

จักรกฤษณ์ หมั่นวิชา. (2557). การประยุกต์ใช้บาร์โค้ดสองมิติ (2D barcode) เพื่อการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจ. *Hatyai Academic Journal*, 12(2), 183-193.

จักรพงษ์ สื่อประเสริฐสิทธิ์. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี กรณีศึกษาการใช้บริการการสื่อสารระหว่างกันผ่านข้อความและรูปภาพแบบทันทีผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร.

ชิษณุกร พรภาณุวิชญ์. (2540). ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อบทบาทการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นของสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล : กรณีศึกษาจังหวัดแพร่. (สังคมศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อม), มหาวิทยาลัยมหิดล.

ฐิตยาภรณ์ ธีรานูวรรตน์. (2553). การรับรู้ความเสี่ยงและการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจของผู้ใช้งานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการ Location-Based Services.

ณัฐวุฒิ บุญโรจน์วงศ์, & กชกร พระพรตระกูล. (2560). ความหลากหลายของคิวอาร์โค้ด - A Variety of QR Code. สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, 117-126.

ณิชกาญจน์ อินทรารักษ์. (2557). ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีเช็คอินตัวเครื่องบินด้วย QR code: กรณีศึกษา สายการบินพาณิชย์แห่งหนึ่ง. (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารเทคโนโลยี)), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ดวงกมล นาคะวัจนะ. (2554). QR Code. วารสารประกาย, 8(85), 36.

ธนาคารกรุงไทย. (2018). Krungthai next. Retrieved from

<https://www.ktb.co.th/th/content/personal/krungthai-next/faq>

ธนาคารกรุงไทย. (2557). รายงานประจำปี 2557. Retrieved from

http://www.ktb.co.th/Download/investorrelations/InvestorRelationsDownload_43KTB_Annual_Report_2557_TH.pdf

ธนาคารกรุงไทย. (2561). ระบบความปลอดภัยของระบบ KTB netbank. Retrieved from

<https://www.ktbnbank.com/consumer/>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). QR Code มิติใหม่ของการชำระเงิน. Retrieved from

<https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/FinTech/Documents/ORCodeSlide20170830.pdf>

ชวิศา พุ่มดนตรี. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เบญจา นิลบุตร. (2540). ความคาดหวังของข้าราชการตำรวจต่อรูปแบบภาวะผู้นำของผู้บังคับบัญชาศึกษาระดับศึกษากองบัญชาการศึกษา. (วิทยาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฝ่ายสื่อสารองค์กรและภาพลักษณ์ธนาคารกรุงไทย. (2560). กรุงไทยร่วมกับกระทรวงการคลังให้บริการ QR Code. Retrieved from <http://www.ktb.co.th/news/detail/1043>

วิเรชา สันตะพันธ์. (2560). ความท้าทายของธุรกิจธนาคารพาณิชย์ จากบริบทการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัล. Retrieved from

<http://www.jap.tbs.tu.ac.th/files/Article/Jap39/Full/Jap39ViKanKongNat.pdf>

ศศิจันทร์ ปัญจทวี และ กัลยา ใจรักษ์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศและเพื่อสร้างสมการพยากรณ์การยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศ ของบุคลากรในสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตเชียงใหม่.

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, ส. (2560). ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (National E-Payment). Retrieved from

http://library2.parliament.go.th/ejournal/content_af/2560/mar2560-4.pdf





แบบสอบถามสำหรับงานวิจัย

เรื่อง: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงเทพฯ เน็กซ์
ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาเอกการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการศึกษางานวิจัย คำตอบของท่านถือเป็นสิทธิส่วนบุคคล และข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนี้จะถูกเก็บไว้เป็นความลับเพื่อใช้ในการศึกษาและประโยชน์ในทางวิชาการเท่านั้น ขอให้ท่านตอบแบบสอบถามตรงตามความคิดเห็นและความเป็นจริงมากที่สุด โดยลักษณะคำถามแบ่งออกเป็น 7 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลและความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลและความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังในประสิทธิภาพ
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลและความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังในการใช้งาน
- ส่วนที่ 5 ข้อมูลและความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม
- ส่วนที่ 6 ข้อมูลและความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน
- ส่วนที่ 7 ข้อมูลและความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. เพศ

<input type="checkbox"/> ชาย	<input type="checkbox"/> หญิง
------------------------------	-------------------------------
2. อายุ

<input type="checkbox"/> น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	<input type="checkbox"/> 21-30 ปี
<input type="checkbox"/> 31-50 ปี	<input type="checkbox"/> 50 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	<input type="checkbox"/> มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า
<input type="checkbox"/> อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี	
4. อาชีพ

<input type="checkbox"/> นักเรียน/นักศึกษา	<input type="checkbox"/> ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
<input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	<input type="checkbox"/> รับจ้างอิสระ
<input type="checkbox"/> เกษียณ/ไม่ได้ทำงาน	<input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ _____
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท	<input type="checkbox"/> 10,000 - 20,000 บาท
<input type="checkbox"/> 20,001 - 30,000 บาท	<input type="checkbox"/> 30,001 - 40,000 บาท
<input type="checkbox"/> 40,001 - 50,000 บาท	<input type="checkbox"/> 50,000 บาท ขึ้นไป
6. ท่านอาศัยอยู่ในเขต/สถานที่อยู่อาศัย

<input type="checkbox"/> กรุงเทพมหานคร	<input type="checkbox"/> ปริมณฑล
<input type="checkbox"/> ต่างจังหวัด	
7. ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันกรู๊ฟไทย เน็กซ์

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน	<input type="checkbox"/> 5-10 ครั้งต่อเดือน
<input type="checkbox"/> 11-20 ครั้งต่อเดือน	<input type="checkbox"/> มากกว่า 20 ครั้งต่อเดือน
8. ความถี่ในการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรู๊ฟไทย เน็กซ์

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน	<input type="checkbox"/> 5-10 ครั้งต่อเดือน
<input type="checkbox"/> 11-20 ครั้งต่อเดือน	<input type="checkbox"/> มากกว่า 20 ครั้งต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นมากที่สุด

การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
1. ท่านเชื่อมั่นว่าการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ นั้นมีระบบป้องกันและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล					
2. ท่านเชื่อมั่นว่าการใช้งานคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในการชำระเงินมีความถูกต้องชัดเจน					
3. ท่านคิดว่าความปลอดภัยของข้อมูลระหว่างการทำการรายการเป็นสิ่งสำคัญในการใช้งานคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์					
4. ท่านเชื่อมั่นและไว้วางใจที่จะใช้งานคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในการชำระเงิน					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังในประสิทธิภาพ

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ความคาดหวังในประสิทธิภาพ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
1. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชัน กรุงไทย เน็กซ์ ช่วยเพิ่มช่องทางที่สะดวกใน การชำระเงิน					
2. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชัน กรุงไทย เน็กซ์ สามารถใช้แทนการชำระเงิน รูปแบบเดิมได้					
3. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชัน กรุงไทย เน็กซ์ ช่วยให้การชำระเงินรวดเร็ว ยิ่งขึ้น					
4. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชัน กรุงไทย เน็กซ์ ช่วยเพิ่มความปลอดภัยใน การชำระเงิน					

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังในการใช้งาน

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ความคาดหวังในการใช้งาน	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
1. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชัน กรุงไทย เน็กซ์ ง่ายต่อการจดจำให้เข้าใจถึง การใช้งาน					
2.การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชัน กรุงไทย เน็กซ์ ผู้ใช้งานสามารถเรียนรู้ วิธีการใช้งานได้ง่าย					
3. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชัน กรุงไทย เน็กซ์ มีขั้นตอนไม่ซับซ้อนง่ายต่อ การใช้งาน					
4. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชัน กรุงไทย เน็กซ์ สามารถแสดงผลการชำระเงิน ได้รวดเร็ว ง่ายต่อการรับรู้สถานะการชำระ เงิน					
5. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชัน กรุงไทยเน็กซ์ สามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชม.					

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นมากที่สุด

อิทธิพลทางสังคม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
1. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชัน กรุงไทย เน็กซ์ ใช้งานกันอย่างแพร่หลาย					
2. ท่านรับรู้ว่าคุณภาพบริการ ร้านค้าต่างๆ มี การรับชำระเงินโดยใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่าน แอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์					
3.ญาติพี่น้องหรือเพื่อนแนะนำให้ใช้คิวอาร์ เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์					
4. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชัน กรุงไทย เน็กซ์ เป็นสิ่งที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ ให้ดูดีและทันสมัย					

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นมากที่สุด

สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
1. ท่านมีความรู้ในด้านการใช้สมาร์ทโฟน ขั้นพื้นฐานที่เพียงพอต่อการใช้คิวอาร์เพย์ เมนต์ผ่านแอปพลิเคชัน กรุงไทย เน็กซ์					
2. ท่านมีอุปกรณ์สมาร์ทโฟนที่รองรับการใ้ งานคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชัน กรุงไทย เน็กซ์					
3. ท่านมีความรู้ที่ได้รับจากการเรียนรู้คู่มือ การปฏิบัติเพียงพอต่อการใช้คิวอาร์เพย์ เมนต์ผ่านแอปพลิเคชัน กรุงไทย เน็กซ์					
4. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชัน กรุงไทยเน็กซ์ เหมาะกับวิธีการใช้สมาร์ท โฟน					

ส่วนที่ 7 แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นมากที่สุด

การยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
1. ท่านยอมรับที่จะใช้เทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์					
2. ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์					
3. ท่านคิดว่าการใช้เทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์จะมีประสิทธิภาพดีกว่าที่คาดการณ์ไว้					
4. การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวันของท่าน					



ภาคผนวก ข หนังสือตอบรับบทความเพื่อนำเสนอและตีพิมพ์



ที่ นศ. 406/2562

คณะนิติศาสตร์

13 พฤษภาคม 2562

เรื่อง การตอบรับบทความเพื่อนำเสนอและตีพิมพ์ในการประชุมวิชาการระดับชาติด้านการสื่อสารและการบริหารจัดการ

เรียน คุณธัชชนนท์ เจษฎานุกรักษ์

ตามที่ท่านได้ส่งบทความเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีควอร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร” เพื่อนำเสนอในการประชุมวิชาการระดับชาติด้านการสื่อสารและการบริหารจัดการ ครั้งที่ 3 ปี 2019 ทางคณะกรรมการวิชาการได้พิจารณาบทความของท่านแล้ว มีความเห็น **ตอบรับบทความวิจัย** ของท่านเพื่อนำเสนอในการประชุมวิชาการระดับชาติด้านการสื่อสารและการบริหารจัดการ ในวันที่ 22 พฤษภาคม 2562 เวลา 09.00 – 17.00 น. ณ โรงแรม Swissotel Ratchada และจะตีพิมพ์บทความในรายงานสืบเนื่อง (Proceedings) โดยจะมีการเผยแพร่ในเว็บไซต์คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.โพโรจน์ วิไลนุช)

คณบดีคณะนิติศาสตร์



ภาคผนวก ค เกียรติบัตรนำเสนอผลงานวิชาการ



คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ขอขอบเกียรติบัตรนี้เพื่อแสดงว่า

นายธัชชนนท์ เจริญบุญรักษ์

นำเสนอผลงานวิชาการ

เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีควอร์เพย์เมนต์
ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร”

ในงานสัมมนาทางวิชาการและการประชุมวิชาการระดับชาติ

ด้านการสื่อสารและการบริหารจัดการ ครั้งที่ 3 ปี 2019

วันพุธที่ 22 พฤษภาคม 2562 ณ โรงแรม Swissotel Ratchada

(รองศาสตราจารย์ดร.ไพโรจน์ วิไลบุษย์)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายธัชชนนท์ เจษฐานุรักษ์
วัน เดือน ปี เกิด	28 กันยายน 2534
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	พ.ศ.2558 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
	พ.ศ.2559 ศึกษาต่อปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ที่อยู่ปัจจุบัน	152/5 ตำบลนครชัยศรี อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม 73120

