



มหาวิทยาลัยมหิดล
คณะศิลปศาสตร์

เอกสารสืบเนื่องการประชุมวิชาการ PROCEEDINGS

การประชุมวิชาการระดับชาติ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ประจำปี
2561

The 2nd National Conference on Humanities and Social Sciences:
Learning Diversity for Quality of Life

เรื่อง
“การเรียนรู้ที่หลากหลาย
เพื่อคุณภาพชีวิต”



9 กรกฎาคม 2561

อาคารสิริวิทยา คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล

มีนบุรี/พ่นไฟ



คำสั่ง คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ที่ 164/2561

เรื่อง แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิเป็นกรรมการประเมินบทความและบทความวิจัย
สำหรับการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 ประจำปี 2561 เรื่อง “การเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อคุณภาพชีวิต”
(Learning Diversity for Quality of Life) คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

เพื่อให้การจัดประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 ประจำปี 2561 เรื่อง “การเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อคุณภาพชีวิต” (Learning Diversity for Quality of Life) คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ดำเนินไปอย่างเรียบร้อย ในการนี้ จึงขอแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิเป็นกรรมการประเมินบทความและบทความวิจัย ดังมีรายนามต่อไปนี้

1. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

- 1.1 รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงศรี สรณสถาพร
- 1.2 รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีดี พิศณุวิณี
- 1.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งภัทร เริงพิทยา
- 1.4 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประฤดา จันทรส่อง
- 1.5 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปณิชา นิติสกุลวุฒิ
- 1.6 อาจารย์ ดร.ณัฐพงษ์ จันทรอยู่
- 1.7 อาจารย์ ดร.เชมฤทัย บุญวรรณ
- 1.8 อาจารย์ ดร.พิมพ์นิต คอนดี
- 1.9 อาจารย์ ดร.เกรียงไกร ฮ่อเฮงเส็ง
- 1.10 อาจารย์ ดร.ยุวดี ธีรธราดล
- 1.11 อาจารย์ ดร.วิภาพรรณ งามประมวญ
- 1.12 อาจารย์ ดร.ญาณชพิมพ์ ภาสวรเวทย์
- 1.13 อาจารย์ ดร.ทานพร ตระการเถลิงศักดิ์
- 1.14 อาจารย์ ดร.สมบูรณ์ พจน์ประสาท
- 1.15 อาจารย์ ดร.กรศิริ บุญประกอบ
- 1.16 อาจารย์ ดร.ไพศาล สุขใจรุ่งพัฒนา
- 1.17 อาจารย์ ดร.อัญชลี ภูผะกา
- 1.18 อาจารย์เก้ แดงสกุล
- 1.19 อาจารย์สุรัสวดี รัตนกุล
- 1.20 อาจารย์ธนัท ปรียานนท์

- 1.21 อาจารย์นิภาวรรณ เจริญลักษณ์
 - 1.22 อาจารย์สิรินี ชนวงค์
 - 1.23 อาจารย์ศศิษา วิทยาศรัย
 - 1.24 อาจารย์ธวัฒน์ นุตยางกุล
 - 1.25 อาจารย์ศุภชัย ชาญวรรณกุล
 - 1.26 อาจารย์ณรงค์ศักดิ์ สอนใจ
 - 1.27 อาจารย์ภัทรพันธุ์ ไชยาคำ
 - 1.28 อาจารย์ศศิพันธุ์ ดิษฐานนท์
 - 1.29 ดร.กัมพลสิทธิ์ เตชะราชันย์
2. คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
 - 2.1 รองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ ศิริสรศิริบุญ
 - 2.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ อมรสิริพงศ์
 - 2.3 อาจารย์ ดร.กฤษณ์ รักชาติเจริญ
 - 2.4 อาจารย์ ดร.บุญวดี มนตรีกุล ณ อยู่ธยา
 3. สถาบันสิทธิมนุษยชนและสันติศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล
 - 3.1 อาจารย์ ดร.ดวงหทัย บุรณเจริญกิจ
 - 3.2 อาจารย์ ดร.เอกพันธุ์ ปิณฑวนิช
 4. มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี
 - 4.1 อาจารย์ ดร.อนัญญา กรรณสูต
 5. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 - 5.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประชา คุณธรรมดี
 6. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 - 6.1 รองศาสตราจารย์ ดร.สุรสิทธิ์ อมรวนิชศักดิ์
 7. คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 - 7.1 อาจารย์ ดร.สุภลักษณ์ ลวดลาย
 8. สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 - 8.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อังศรา ประเสริฐสิน
 9. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 - 9.1 อาจารย์ ดร.พลพัฒน์ โคตรจรัส
 10. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
 - 10.1 อาจารย์ ดร.ธิดา ญาณปรีชาเศรษฐ
 - 10.2 อาจารย์ ดร.นันทวัฒน์ ภัทรกรนันท์
 11. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
 - 11.1 รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา

12. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

12.1 รองศาสตราจารย์ ดร.วรัทยา ธรรมกิตติภาพ

13. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธนบุรี

13.1 ดร.ปฐมพร อินทรางกูร ณ อยุธยา

14. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

14.1 อาจารย์ศุภินันท์การย์ ระวังวงศา

15. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

15.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุทัศน์ คล้ายสุวรรณ

ทั้งนี้ ให้ผู้ทรงคุณวุฒินี้มีหน้าที่ประเมินบทความและบทความวิจัย ตั้งแต่บัดนี้จนกว่าจะดำเนินการประเมิน
แล้วเสร็จ

สั่ง ณ วันที่ 3 กรกฎาคม 2561



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนายุทธ อนธิติ)

คณบดีคณะศิลปศาสตร์

ผลกระทบของทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลและความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเอง
ต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือนอย่างต่อเนื่อง
The Effect of Personal Innovative and Subject Knowledge on Continuance Intention
of the QR Code App for Shopping in a Virtual Store

เวธกา ุระชน¹ และธาดาธิเบศร์ ภูทอง²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลและความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเองต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือนอย่างต่อเนื่อง โดยการนำทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (The theory of reasoned action: TRA) และแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) มาทำการศึกษาร่วมในบริบทของการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคล ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเอง การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน จำนวน 129 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์และแบบเอกสาร ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ทดสอบความเที่ยงของแต่ละตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าครอนแบค นำผลมาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปัจจัยด้านทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์และความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเองยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ ยังพบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล, ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเอง, ความตั้งใจในการใช้อย่างต่อเนื่อง, แอปสแกนรหัสคิวอาร์

¹นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ABSTRACT

The main purposes of this study are to the effect of personal innovative and subject knowledge on continuance intention of the QR code app for shopping in a virtual store. Based on 2 theories which are widely accepted: The theory of reasoned action or TRA and Technology Acceptance Model (TAM). Which includes the personal innovation, subjective knowledge, perceived usefulness, perceived ease of use, and continuance intention. The sample used in this research is a group of people who used QR code app for shopping in a virtual store 129 samples. An online and paper questionnaire survey was administrated by convenience sampling and data were collected to test the reliability of each variable with coefficient alpha. The data were analyzed through statistic methods such as descriptive statistics and test the hypothesis by using the simple regression analysis and multiple regression analysis.

Results showed that the personal innovativeness factor has significant positive impact on the subjective knowledge factor ($p < 0.05$). The factors that most significant positive impact on the perceived usefulness factor and perceived ease of use factor are personal innovativeness factor and subjective knowledge factor ($p < 0.05$). Moreover, the perceived usefulness factor and perceived ease of use are most significant positive impact on the continuance intention of the QR code app for shopping in a virtual store factor ($p < 0.05$), respectively.

Keywords: personal innovativeness, subject knowledge, continuance intention, QR code app

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในโลกของเทคโนโลยีในปัจจุบัน ผู้คนจำนวนมากนิยมซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน ผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพราะสามารถทำได้ง่าย มีความสะดวกสบาย รวดเร็ว และสามารถดูข้อมูลได้ทุกที่ทุกเวลา ตามความต้องการของผู้ใช้งาน เพียงแค่มีคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ต่างๆ และสัญญาณอินเทอร์เน็ตก็สามารถโต้ตอบถึงกันได้ทันที ในประเทศไทยมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตใช้โทรศัพท์ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และใช้โทรศัพท์ในการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก ร้านค้าและธุรกิจซูเปอร์เซ็นเตอร์ที่มีขนาดใหญ่ ทั้งเทสโก้โลตัส หรือบิ๊กซีเริ่มหาช่องทางออนไลน์ (ASTV ผู้จัดการออนไลน์, 2556) โดยกลุ่มธุรกิจซูเปอร์เซ็นเตอร์มีแนวคิดว่าการส่งซื้อสินค้าออนไลน์ในประเทศไทยยังมีโอกาสที่จะเติบโตเพิ่มขึ้นได้อีก เว็บไซต์ 24hrs ให้ข้อมูลเกี่ยวกับร้านค้าเสมือนที่กรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ ได้มีการสร้างร้านค้าเสมือน (Virtual Store) ที่อยู่บนกำแพงขนาบของรถไฟฟ้าใต้ดิน โดยใช้เทคโนโลยีต่างๆ รอบตัวของผู้คนเพียงสามอย่างเท่านั้น คือ สมาร์ทโฟน, ร้านค้าออนไลน์ (E-Commerce) และรหัสคิวอาร์ ที่จะสามารถพบเจอได้ตามแผ่นพับโฆษณา ทำให้สามารถเพิ่มยอดขายได้อย่างรวดเร็ว และไม่ต้องกังวลว่าจะมีการขโมยของเกิดขึ้น อีกทั้งยังไม่ต้องมีรายจ่ายในเรื่องของเงินเดือนพนักงานอีกด้วย วิธีการซื้อคือนำโทรศัพท์มือถือไปสแกนที่ QR CODE ของสินค้าที่ต้องการ ระบบจะตรวจสอบความถูกต้องแล้วคิดเงินจากกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อ เมื่อชำระเงินเรียบร้อยแล้ว สินค้าก็จะถูกจัดส่งไปยังผู้ซื้อทันที

รหัสคิวอาร์หรือคิวอาร์โค้ด (QR Code: Quick Response Code) คือ บาร์โค้ดสองมิติ (Probst, 2012) ชนิดหนึ่ง ถูกพัฒนามาจากบาร์โค้ด (Bar code) ที่จะเก็บข้อมูลเช่น ชื่อ เบอร์โทรศัพท์ และที่อยู่ของข้อมูลต่างๆ บนอินเทอร์เน็ต (Onk, 2013) เพื่อให้บาร์โค้ดอ่านง่ายและเร็วต่อการตอบสนอง มีความทันสมัย ใช้งานง่ายและเก็บข้อมูลได้มากขึ้น และเพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ หรือรายการสั่งซื้อได้โดยตรง เพียงแค่มีสมาร์ตโฟนเครื่องเดียวเป็นตัวสแกน QR Code ก็สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทันที ช่วยให้การจับจ่ายซื้อของมีความสะดวกมากขึ้น ไม่จำเป็นต้องออกไปห้างสรรพสินค้า ช่วยลดเวลาในการซื้อของได้ QR Code ถูกพัฒนาโดยบริษัทเดนโซ เวฟ (Denso Wave Incorporated) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของโตโยต้าที่นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการติดตามส่วนประกอบของรถยนต์ และยังมีอีกหลายๆ องค์กรที่เริ่มนิยมนำรหัสคิวอาร์เข้ามาใช้ เพื่อให้เกิดความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร การแจ้งข่าวสาร หรือการบริการเสริมต่างๆ มากมาย เพื่อให้เกิดความได้เปรียบจากคู่แข่งอื่นๆ ขององค์กรตนเอง (Nicolás, 2012)

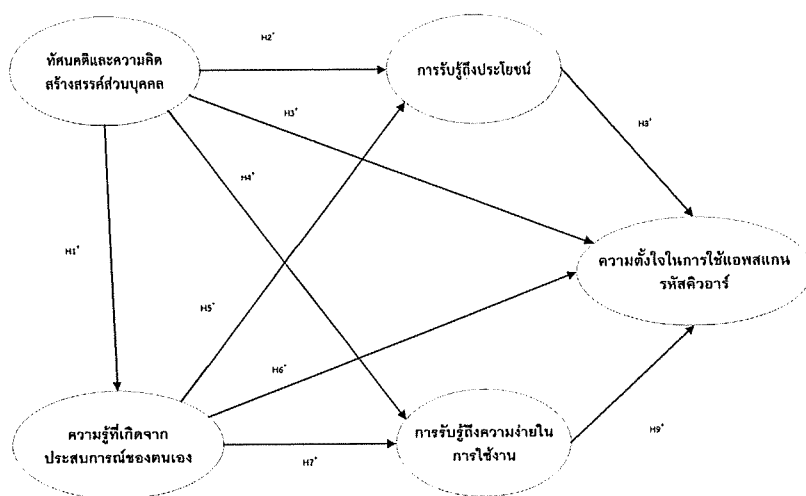
จากที่กล่าวมาเบื้องต้น จะเห็นได้ว่าการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือนทำให้เกิดความสะดวกสบาย และมีความรวดเร็วในการซื้อสินค้า มีความใช้งานง่ายและมีประสิทธิภาพ เป็นเทคโนโลยีที่แปลกใหม่น่าทดลองใช้ ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่สำคัญและน่าสนใจในการศึกษาถึงผลกระทบของปัจจัยด้านทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเอง การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ ที่จะส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือนอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเอง การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านคุณภาพของความสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์

สมมติฐานของการวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลและความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเองต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือนอย่างต่อเนื่อง โดยผู้วิจัยได้นำทฤษฎีที่เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวาง คือ ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (The theory of reasoned action หรือ TRA) ของ Fishbein and Ajzen และทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) มาทำการศึกษาร่วมกันในบริบทของทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลและความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเองต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคล ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเอง การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถนำมาสร้างกรอบงานวิจัยได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยข้างต้น สามารถนำมาสร้างสมมติฐานงานวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐาน	รายละเอียด
H1	ทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคลเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเอง
H2	ทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคลเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์
H3	ทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคลเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์
H4	ทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคลเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน
H5	ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์
H6	ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์
H7	ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน
H8	การรับรู้ถึงประโยชน์เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์
H9	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ในเรื่องการศึกษาถึงผลกระทบของทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลและความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเองต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือนอย่างต่อเนื่อง โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์และเอกสารเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน ขนาดกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้โปรแกรม G * Power (Version 3) (Faul, Erdfelder, Lang and Buchner, 2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% ผลการคำนวณทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 129 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จากนั้นดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่เป็นเอกสารและแบบออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน โดยแบบสอบถามประกอบด้วยชุดคำถาม 2 ส่วนดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมาตรวัดที่ใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้คือ มาตรวัด 5 ระดับ ส่วนที่ 2 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบของทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลและความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเองต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือนอย่างต่อเนื่อง จำนวน 12 ข้อคำถาม โดยมาตรวัดที่ใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ คือ มาตรวัด 5 ระดับ

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทั่วไปและมีประสบการณ์ในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน

กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้โปรแกรม G * Power (Version 3) (Faul, Erdfelder, Lang and Buchner, 2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่ได้มีขนาดเท่ากับ จำนวน 129 คน และใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ (SPSS) และจัดหมวดหมู่ข้อมูลเพื่อนำมาสรุปและนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้จะทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน โดยใช้แบบสอบถามเอกสารและออนไลน์ในการเก็บข้อมูล จากนั้นดำเนินการแจกแบบสอบถามเอกสาร และส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และชุมชนเครือข่ายสังคมเฟซบุ๊ก เป็นต้น โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2561

การวิจัยมีการทดสอบเครื่องมือ โดยทดสอบความเหมาะสม (Pre-Test) ของแบบสอบถามงานวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน เพื่อประเมินถึงความเข้าใจและความง่ายของคำถาม หลังจากปรับปรุงแบบสอบถามแล้ว ทำการเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้น (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างอีก 30 คน โดยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนแบค (Cronbach's alpha) เพื่อทดสอบความเที่ยงของแต่ละ Construct และวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมากให้อยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน ทำให้ได้จำนวน

ตัวแปรที่น้อยลง รวมทั้งการปรับปรุงคำถามอีกครั้ง เพื่อให้แบบสอบถามครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา และปัจจัยทั้งหมดที่ต้องการศึกษา ก่อนการเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 129 คน

วิธีวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

งานวิจัยนี้หลังจากได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว จะทำการตรวจสอบเพื่อให้คะแนนและทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาค่าสถิติและวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมากให้อยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน ทำให้ได้จำนวนตัวแปรที่น้อยลง
2. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค (Cronbach's alpha) เพื่อทดสอบความเที่ยงของแต่ละ Construct
3. การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น 1 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีหลายๆตัวแปร ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม 1 ตัวแปร ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 ($\alpha = .05$) เป็นเกณฑ์ในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
4. การวิเคราะห์สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เช่น การคำนวณจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย

สรุปผลการวิจัย

การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ

ข้อมูลที่จัดเก็บจากกลุ่มตัวอย่างถูกนำไปทดสอบข้อมูลขาดหาย (Missing data) และข้อมูลสุดโต่ง (Outliers) นอกจากนี้ยังทดสอบว่าข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ (Normal) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linearity) มีภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) และมีภาวะร่วมเส้นตรง (Singularity) หรือไม่ ผลการทดสอบพบว่าข้อมูลไม่มีปัญหาด้านข้อมูลขาดหาย ข้อมูลสุดโต่ง และข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงและไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ และภาวะร่วมเส้นตรง ดังกล่าว

งานวิจัยนี้ได้ทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค พบว่าทุกตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.7 จึงถือว่ามีความเชื่อถือได้สำหรับงานวิจัยแบบ Basic research (Hair et al., 1998) นอกจากนี้ยังได้ทดสอบความตรงของแบบสอบถาม ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) โดยใช้เกณฑ์ที่ข้อคำถามที่จับกลุ่มกันเป็นแต่ละตัวแปรต้องมีค่า Factor loading ไม่น้อยกว่า 0.5 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบได้จำนวนปัจจัยทั้งหมด 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ทักษะคิดและความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคล ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเอง การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชันสำหรับสควาร์

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค
ทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคล	0.837
ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเอง	0.916
การรับรู้ถึงประโยชน์	0.652
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	0.854
ความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์	0.960

ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง คิดเป็นร้อยละ 63.3 ช่วงอายุตั้งแต่ 21-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56.1 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 51.8 มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 45.3 และส่วนใหญ่เคยใช้บริการแอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน 2 – 3 ครั้ง ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 42.4

การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple regression) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) โดยใช้ค่า p-value ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 เป็นตัวกำหนดนัยสำคัญทางสถิติ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ยืนยันสมมติฐานที่ 1 สมมติฐานที่ 2 สมมติฐานที่ 4 สมมติฐานที่ 5 สมมติฐานที่ 7 สมมติฐานที่ 8 และสมมติฐานที่ 9 ด้วยค่า p-value ที่น้อยกว่า 0.05 อีกทั้งค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อน (Residual Mean) ล้วนเป็น 0 คือ ค่าความคลาดเคลื่อนนั้นคงที่ ซึ่งจะไม่เกิด Heteroscedasticity และไม่มีความสัมพันธ์ร่วมเชิงพหุเส้น (Multicollinearity) ด้วยค่า Tolerance ที่เข้าใกล้ 1 และค่า VIF ไม่เข้าใกล้ 10 ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบของ 9 สมมติฐาน

สมมติฐาน	p-value	Beta	R ²	Tolerance	VIF	Residual Mean
1. ทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคลเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเอง	0.000*	0.565	0.502	1.000	1.000	0.000
2. ทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคลเป็น	0.006*	0.202	0.542	0.748	1.337	0.000

สมมติฐาน	p-value	Beta	R ²	Tolerance	VIF	Residual Mean
ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์						
3. ทักษะคิดและความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคลเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์	0.328	0.075	0.692	0.706	1.416	0.000
4. ทักษะคิดและความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคลเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	0.034*	0.174	0.595	0.748	1.337	0.000
5. ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์	0.000*	0.302	0.542	0.748	1.337	0.000
6. ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์	0.337	0.072	0.692	0.579	1.726	0.000
7. ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	0.000*	0.444	0.595	0.748	1.337	0.000
8. การรับรู้ถึงประโยชน์เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์	0.000*	0.458	0.692	0.464	2.156	0.000
9. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจ	0.007*	0.263	0.692	0.424	2.357	0.000

สมมติฐาน	p-value	Beta	R ²	Tolerance	VIF	Residual Mean
ในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์						

*p-value < 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ทักษะคิดและความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคลเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเอง เป็น 0.565 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Meuter et al. (2005) ที่กล่าวว่า การที่คนทำอะไรด้วยตัวเอง จะทำให้เกิดความมั่นใจในตัวเองมากขึ้นและจะรู้ว่าการใช้บริการออนไลน์เป็นเรื่องที่ง่าย

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ทักษะคิดและความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคลเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์เป็น 0.202 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dabholkar (1996) ระบุว่า มีการใช้งานง่าย มีประสิทธิภาพ และมีความรวดเร็วเป็นปัจจัยที่สำคัญในการใช้บริการออนไลน์ด้วยตนเอง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ทักษะคิดและความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่าทักษะคิดและความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคลเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความสะดวกสบายในการใช้งานเป็น 0.174 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับการงานวิจัยของ Meuter et al. (2000) ที่ว่าความสะดวกสบายในการใช้งาน เป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในการใช้บริการออนไลน์

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 พบว่าความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์เป็น 0.302 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lu et al. (2005) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการใช้อินเตอร์เน็ตไร้สายผ่านมือถือ พบว่านวัตกรรมมีอิทธิพลอย่างมากกับการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งาน

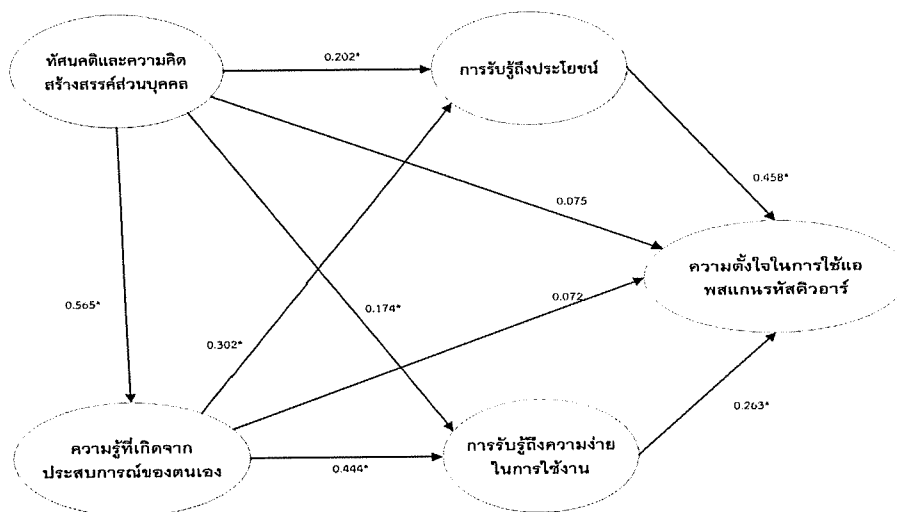
ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6 พบว่า ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเองไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 7 พบว่า ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งานเป็น 0.444 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Agarwal and Prasad.(1998) พบว่าคนรุ่นใหม่มีแนวโน้มที่จะเสี่ยงมากขึ้น ซึ่งหมายความว่าพวกเขาจะกระตือรือร้นที่จะลองเทคโนโลยีใหม่ๆ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 8 พบว่าการรับรู้ถึงประโยชน์เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์เป็น 0.458 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Steenkamp et al. (1999) ผู้บริโภคจะลองใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ แต่ยังไม่ทราบว่าใช้งานได้ต่อไปหรือไม่หลังจากทดลองใช้ครั้งแรก และงานวิจัยของ Liljander et al. (2006) พบว่านวัตกรรมของผู้บริโภคทั่วไปมีผลกระทบเพียงเล็กน้อยต่อทัศนคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ต

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 9 พบว่าการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์เป็น 0.263 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ s. Pikkarainen et al. (2004) พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ของธนาคารออนไลน์ มีอิทธิพลต่อการยอมรับของผู้บริโภคในการใช้บริการออนไลน์ด้วยตนเอง เนื่องจากมีความง่าย เฟลิดเฟลิน และมีความปลอดภัย

จากผลการวิจัยข้างต้น สามารถสร้างตัวแบบของผลการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 2



หมายเหตุ: * ตัวแปรอิสระมีผลต่อตัวแปรตามทีระดับนัยสำคัญ $p < 0.05$

ภาพที่ 2 ตัวแบบของผลการวิจัยผลกระทบของทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลและความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเองต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือนอย่างต่อเนื่อง

เมื่อพิจารณาตัวแปรตาม คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ พบว่าตัวแปรอิสระ ทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคล และความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเอง ส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาตัวแปรตาม คือ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน พบว่าตัวแปรอิสระ ทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคล และความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเอง ส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ พบว่าตัวแปรอิสระ การรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐาน	รายละเอียด	ผลการทดสอบ
H1	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์	ยืนยัน
H2	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	ไม่ยืนยัน
H3	การรับรู้ถึงประโยชน์เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	ยืนยัน
H4	คุณภาพของระบบงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	ยืนยัน
H5	คุณภาพของสารสนเทศเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	ยืนยัน
H6	การรับรู้ถึงประโยชน์เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการ	ไม่ยืนยัน
H7	คุณภาพของระบบงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการ	ไม่ยืนยัน
H8	คุณภาพของสารสนเทศเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการ	ยืนยัน
H9	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการ	ยืนยัน

การอภิปรายผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลและความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเองต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือนอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ ได้แก่ ผู้ที่มีประสบการณ์ใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้า ขนาดกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้โปรแกรม G* Power (Version 3) (Faul, Erdfelder, Lang and Buchner, 2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% และสร้างแบบสอบถามออนไลน์และกระดาษในการเก็บข้อมูลเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการวาง URL ของแบบสอบถามไว้บนเครือข่ายสังคมเฟซบุ๊กของผู้วิจัย และกระจายไปยังกลุ่มตัวอย่างโดยตรง ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 129 ชุด จากนั้นนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยมีการประเมินความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค (Cronbach's alpha) การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวกับตัวแปรตาม เพื่อนำไปพยากรณ์ค่าของตัวแปรตามด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple regression) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression)

ผลที่ได้รับจากงานวิจัยพบว่า ทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคลเป็นปัจจัยที่ส่งผลในเชิงบวกต่อความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเอง ซึ่งให้เห็นว่าเมื่อสามารถทำอะไรด้วยตัวเองได้จะทำให้คนเกิดความมั่นใจในตัวเองมากขึ้น และจะทราบได้ว่าการใช้บริการออนไลน์หรือเทคโนโลยีต่างๆ เป็นเรื่องที่ง่าย ต่อมาพบว่าทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคล และความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเอง เป็นปัจจัยที่ส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ ซึ่งเห็นว่าการที่ผู้ใช้งานบริการออนไลน์จะทราบถึงประโยชน์ของแอปสแกนรหัสคิวอาร์ เมื่อใช้บริการแล้วจะเกิดการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับตามมาและจะทำให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการที่เพิ่มขึ้น และสามารถ

ตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว ต่อมาพบว่าทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคล และความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเอง เป็นปัจจัยที่ส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ซึ่งเห็นว่าหลังจากที่ผู้ใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ใช้งานเรียบร้อยแล้ว จะได้รับรู้ถึงประโยชน์และความสะดวกสบายในการใช้งาน เป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในการใช้บริการออนไลน์ นอกจากนี้ พบว่าการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ ซึ่งเห็นว่าผู้ใช้บริการออนไลน์จะมีความมั่นใจในความสามารถของตนเองเกี่ยวกับความสามารถในการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่งจะสามารถลดปัญหาในการใช้เทคโนโลยีได้ ในขณะที่ทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคลและความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเองไม่ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ ซึ่งเห็นว่าความคิดแปลกใหม่หรือความแปลกใหม่ของเทคโนโลยีไม่สำคัญสำหรับผู้ใช้บริการออนไลน์ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการออนไลน์ส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับความสะดวก หรือความง่ายในการใช้งานมากกว่า และความรู้ที่เกิดจากการใช้งานแอปสแกนรหัสคิวอาร์ก็ไม่ได้มีความสำคัญกับผู้ใช้บริการออนไลน์ เนื่องจากผู้ใช้งานสามารถเรียนรู้ได้จากการใช้งานที่เกิดขึ้นกับตนเอง เมื่อได้ทดลองใช้งานแล้ว ก็จะเกิดความรู้ความเข้าใจในการใช้งานแอปสแกนรหัสคิวอาร์

ประโยชน์ที่ได้รับ

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยแบ่งเป็นด้านทฤษฎีและด้านการนำไปปฏิบัติดังนี้

1. ประโยชน์ในด้านทฤษฎี

ผลของงานวิจัยทำให้เกิดการสร้างตัวแบบที่ใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการเว็บไซต์ตัวแทนการท่องเที่ยวออนไลน์ โดยสามารถนำทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (The theory of reasoned action หรือ TRA) ของ Fishbein and Ajzen และทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) มาเป็นกรอบทางการศึกษาและสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต อีกทั้งผลของงานวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อต่อยอดงานวิจัยในอนาคตได้ เช่น ศึกษาเพิ่มเติมในปัจจัยอื่นๆ ที่ยังไม่ได้ทำการศึกษาในงานวิจัยนี้

2. ประโยชน์ด้านการนำไปปฏิบัติ

ประโยชน์ในภาคปฏิบัติจากงานวิจัยนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้เข้ากับธุรกิจได้ โดยแยกออกเป็นมุมมองต่างๆ ดังนี้

ปัจจัยทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคลนั้น นักพัฒนาและออกแบบแอปสแกนรหัสคิวอาร์ในการซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน ต้องให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการใช้งาน มีประสิทธิภาพ และมีความรวดเร็ว ผู้ใช้งานจะมั่นใจมากขึ้นเมื่อได้ใช้งานแอปสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน ซึ่งจะทำให้เกิดความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเอง การรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

ปัจจัยความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเอง นักพัฒนาและออกแบบแอปสแกนรหัสคิวอาร์ในการซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน ต้องให้ความสำคัญในการทดลองใช้งานแอปสแกนรหัสคิวอาร์ในการซื้อสินค้าว่ามีความสะดวก รวดเร็ว และไม่จำเป็นต้องต่อคิวชำระค่าสินค้า ซึ่งจะทำให้เกิดการรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ นักพัฒนาและออกแบบแอปสแกนรหัสคิวอาร์ในการซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน ต้องให้ความสำคัญกับความสะดวก รวดเร็วในการซื้อสินค้ามากกว่าการซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้า ผู้ใช้งานจะทราบ

ว่าไม่จำเป็นต้องไปต่อคิวซื้อสินค้าหรือชำระสินค้าก็สามารถซื้อสินค้าได้ทันทีผ่านทางแอปสแกนรหัสคิวอาร์ ซึ่งจะทำให้เกิดความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์

ปัจจัยการรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งาน นักพัฒนาและออกแบบแอปสแกนรหัสคิวอาร์ในการซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน ต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบแอปพลิเคชันให้ใช้งานง่าย เรียนรู้ง่าย มีความทันสมัย สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทันที จะทำให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจ และกลับมาใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ในการซื้อสินค้าบ่อยขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดความตั้งใจในการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์

งานวิจัยในอนาคต

การต่อยอดการวิจัยสามารถทำได้ในหลายๆ แนวทางดังนี้

1. ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างให้กว้างขึ้น โดยการเปรียบเทียบระหว่างคนไทยกับคนต่างชาติ เพื่อหาความแตกต่างที่เกิดจากปัญหาด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ นวัตกรรม และความคิด ที่มีผลกระทบต่อการใช้แอปสแกนรหัสคิวอาร์ในการซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน
2. ศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ความสวยงามของแอปสแกนรหัสคิวอาร์ กลยุทธ์ทางการตลาด หรือชื่อเสียงของการให้บริการ เป็นต้น มาร่วมศึกษาเพิ่มเติมไปใช้ในการประกอบการวิจัยของงานวิจัยชิ้นนี้ด้วย
3. เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมยิ่งขึ้น อาจขยายผลไปศึกษาโดยทำการเปรียบเทียบระหว่างแอปสแกนคิวอาร์ที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อความใช้บริการที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
4. นำกรอบการวิจัยนี้ไปศึกษาเพิ่มเติมในบริบทของการใช้งานเทคโนโลยีอื่นๆ ในประเทศไทยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- สุธาทิพย์ นิธิสิริพงศ์. (2559). อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชันสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน. เข้าถึงเมื่อ 3 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5702037333_3917_2478.pdf.
- โลจิสติกคาเฟ่. (2559). กรณีศึกษา: ร้านค้าเสมือน Homeplus Subway Virtual Store. เข้าถึงเมื่อ 8 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.logisticafe.com/2011/07/homeplus-subway-virtual-store/>
- Agarwal, R., Karahanna, E., (2000). *Time flies when you're having fun: Cognitive absorption and beliefs about information technology usage*. MIS Q. 24 (4), 665–694.
- Curran, J.M., Meuter, M.L., (2005). *Self-service technology adoption: comparing three technologies*. J. Serv. Mark. 19 (2), 103–113.
- Dabholkar, P.A., (1996). *Consumer evaluations of new technology-based self-service options: an investigation of alternative models of service quality*. Int. J. Res. Mark. 13 (1), 29–51.
- Klerck, D., Sweeney, J.C., (2007). *The effect of knowledge types on consumer-perceived risk and adoption of genetically modified foods*. Psychol. Market. 24 (2), 171–193.

- Liljander, V., Gillberg, F., Gummerus, J., van Riel, A., (2006). *Technology readiness and the evaluation and adoption of self-service technologies*. J. Retail. Consumer Serv. 13 (3), 177–191.
- Lu, J., Yao, J.E., Yu, C.-S., (2005). *Personal innovativeness, social influences and adoption of wireless Internet services via mobile technology*. J. Strateg. Inf. Syst. 14 (3), 245–268.
- Meuter, M. L., Bitner, M.J., Ostrom, A.L., Brown, S.W., (2005). *Choosing among alternative service delivery modes: an investigation of customer trial of selfservice technologies*. J. Market. 69 (2), 61–83.
- Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto, H., Pahnla, S., (2004). *Consumer acceptance of online banking: an extension of the technology acceptance model*. Internet Res. 14 (3), 224–235.