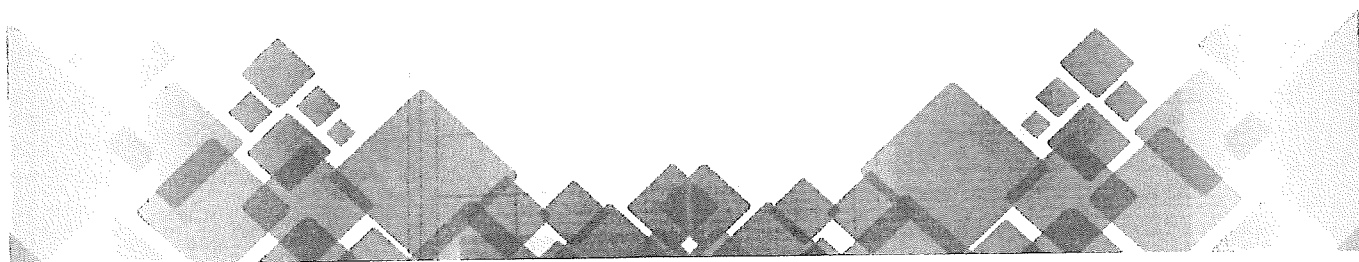


รายงานสืบเนื่องงานสัมมนาทางวิชาการนิเทศศาสตร์ การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการสื่อสาร

วันพุธที่ 22 พฤษภาคม 2562 ณ โรงแรม Swissotel Ratchada





คำสั่ง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ที่ ๐๐๖ /2562

เรื่อง แต่งตั้งกรรมการวิชาการ

การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการสื่อสารและการบริหารจัดการ ครั้งที่ 3
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ประจำปีการศึกษา 2561

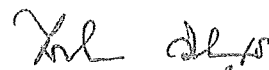
1. ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.ศักดา ปิ่นเหม่งเพ็ชร	ประธานกรรมการ
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช	กรรมการ
3. รองศาสตราจารย์ ดร.จันทิมา เขียวแก้ว	กรรมการ
4. รองศาสตราจารย์ ดร.รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง	กรรมการ
5. รองศาสตราจารย์ ดร.นฤกต วันตะเมธ	กรรมการ
6. รองศาสตราจารย์ ดร.สุทนต์ ศรีไสย์	กรรมการ
7. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงษ์	กรรมการ
8. รองศาสตราจารย์ ดร.นภวรรณ ต้นติเวชกุล	กรรมการ
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนม คล้ายยา	กรรมการ
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวิภา สิ้นสุวรรณ	กรรมการ
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์	กรรมการ
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.वलัักษณ์กมล จ้างกมล	กรรมการ
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขจิตขวัญ กิจวิสาละ	กรรมการ
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รัตติกาล เจนจิต	กรรมการ
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตระหนักจิต ยุทธรรยง	กรรมการ
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม	กรรมการ
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ ฉัตรชาติชาต	กรรมการ
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์	กรรมการ
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรตล แก้วประเสริฐ	กรรมการ
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทนต์ ศรีไสย์	กรรมการ
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภารัตน์ พงศ์สุราษฎร์	กรรมการ
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชวัลลักษณ์ คุณาธิกรกิจ	กรรมการ
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวัต ลิ้มป้าพาณิชย์กุล	กรรมการ
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ ประจักษ์เนตร	กรรมการ
25. ดร.มานะ ตริยาภิวัดณ์	กรรมการ
26. ดร.พัชรา เอี่ยมกิจการ	กรรมการ

การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการสื่อสาร ครั้งที่ 3 ปี 2562

27. ดร.ทัศนีย์ เกริกกุลธร	กรรมการ
28. ดร.ปริญญา หุ่นโหม้	กรรมการ
29. ดร.สุจิตรา เปลียนรุ่ง	กรรมการ
30. ดร.สุธี เผ่าบุญมี	กรรมการ
31. ดร.โสภาค พาณิชพาพิบูล	กรรมการ
32. ดร.ศิษฐ์ วงศ์อาษา	กรรมการ
33. ดร.ปรัชญา แน่นมินทร์	กรรมการ
34. ดร.ณัทภักดิ์ ปิ่นจาด	กรรมการ
35. ดร.วิโรจน์ สุทธิสีมา	กรรมการ
36. ดร.ปรัชญา เขียมการุณ	กรรมการ
37. ดร.ณรงค์ ศรีเกรียงทอง	กรรมการ
38. ดร.พิมลพรรณ ไชยนันท์	กรรมการ
39. ดร.วิริยะ โพธิ์วิจิตร	กรรมการ
40. ดร.อัญชลี พิเชษฐพันธ์	กรรมการ
41. ดร.ธีรดา จงกลรัตน์นารณ์	กรรมการ

ทั้งนี้ ให้คณะกรรมการมีบทบาทและหน้าที่ในการดำเนินการจัดการประชุมวิชาการให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน และมีคุณภาพในระดับชาติ รวมถึงหน้าที่ในการพิจารณาบทความและสรรหาผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาบทความ

สั่ง ณ วันที่ 29 มีนาคม 2562



(รองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย



(อาจารย์ ดร.โสภาค พาณิชพาพิบูล)
รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะนิเทศศาสตร์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์
ในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors affecting the adoption of QR Payment technology of Krungthai Next users
in Bangkok

ธัชชนท์ เจษฎานุรักษ์¹ และ พิทักษ์ ศิริวงศ์²

¹นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร

²อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาระดับการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ผู้ที่เคยใช้บริการคิวอาร์เพย์เมนต์ ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อรวบรวมข้อมูลและนำไปวิเคราะห์ประมวลผลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปีระดับการศึกษาปริญญาตรี และส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท/เดือน มีความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ 5-10 ครั้ง/เดือน และมีความถี่ในการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ น้อยกว่า 5 ครั้ง/เดือน นอกจากนี้ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ : การยอมรับเทคโนโลยี คิวอาร์เพย์เมนต์ กรุงไทย เน็กซ์

Abstract

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

Keywords : Technology Adoption, QR Payment, Krungthai Next

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังอยู่ในวาระของการปฏิรูปประเทศครั้งใหญ่ในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม รัฐบาลได้ตระหนักถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการใช้เทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือสำคัญ ในการปฏิรูปประเทศไทยไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน และได้แถลงนโยบายต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติในด้านนโยบายเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล เรื่องการส่งเสริมภาคเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) และวางรากฐานของเศรษฐกิจดิจิทัลให้เริ่มขับเคลื่อนได้อย่างจริงจัง ซึ่งจะ使得ทุกภาคเศรษฐกิจก้าวหน้าไปได้ทันโลกและสามารถแข่งขันในโลกสมัยใหม่ได้ (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2559)

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

ต้นทุนในการทำธุรกรรมให้กับระบบเศรษฐกิจตลอดจนสอดคล้องกับนโยบายการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ และเศรษฐกิจดิจิทัลของรัฐบาลด้วย ธนาคารแห่งประเทศไทย ได้เห็นความสำคัญและสนับสนุนให้นำเทคโนโลยีใหม่มาใช้เพื่อพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพบริการทางการเงินให้แก่ทุกภาคส่วน (ฤชกร สิริโยธิน, 2560)

ในประเทศจีนได้มีการนำเอาคิวอาร์โค้ดมาใช้อย่างแพร่หลาย เนื่องจากมีประสิทธิภาพสูงและยังเข้าถึงได้ง่าย เพียงแค่ผู้ใช้มีโทรศัพท์มือถือ และโปรแกรมสำหรับอ่านบาร์โค้ดก็สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย การประยุกต์ใช้บาร์โค้ดสองมิติสำหรับการดำเนินการธุรกิจต่าง ๆ โดยผ่านทางระบบโทรศัพท์มือถือ มีข้อจำกัด คือ ประเทศนั้น ๆ หรือพื้นที่บริการนั้น ๆ ต้องมีระบบการสื่อสารโทรคมนาคมที่ค่อนข้างทันสมัย สามารถรองรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้ เช่น เทคโนโลยี GPRS, EDGE, 3G และ 4G ซึ่งตอนนี้ในประเทศไทยก็มีระบบนี้เริ่มใช้กันบ้างแล้วในหลายพื้นที่ที่เป็นเมืองใหญ่ส่วนระบบ 4G นั้นก็มีใช้โดยทั่วไปแล้วตามประเทศที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีในขั้นสูงแล้ว เช่น เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น จีน และอเมริกา เป็นต้น สำหรับประเทศไทยนั้น การพัฒนาระบบการจัดการธุรกิจโดยการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้นั้นจัดว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมากเพื่อให้ธุรกิจนั้นเกิดความคุ้มค่าต่อการลงทุน ดังนั้นการนำบาร์โค้ดสองมิติมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจต่าง ๆ นั้นจึงจัดได้ว่าเป็นนวัตกรรมใหม่ที่ก่อให้เกิดการพัฒนา รูปแบบของธุรกิจที่มีประโยชน์และคุ้มค่ามากยิ่งขึ้น (จักรกฤษณ์ หมั่นวิชา, 2557)

จากสถานการณ์และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลของประเทศไทยที่ได้กล่าวมาข้างต้น และเนื่องด้วยคิวอาร์โค้ด เป็นรูปแบบการรับ-ชำระเงินรูปแบบใหม่ การเปลี่ยนผ่านการทำธุรกรรม การเงินไปสู่รูปแบบดิจิทัลต้องใช้เวลาและการปรับตัว ดังนั้นด้วยเหตุดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ รวมถึงปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะเพื่อนำมาใช้ปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความมั่นใจความปลอดภัยในการใช้บริการตรงความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาระดับการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือไว้วางใจส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. คาดหวังในประสิทธิภาพส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ความคาดหวังในการใช้งานส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
5. อิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
6. สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยนี้มุ่งที่จะศึกษาปัจจัยส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการได้ตรงตามความต้องการและมีประสิทธิภาพ

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยใช้บริการคิวอาร์เพย์เมนต์ ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าผู้ที่ใช้บริการคิวอาร์เพย์เมนต์ ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาในการทำวิจัย ตั้งแต่เดือนมกราคม 2561 ถึงเดือนเมษายน 2562 รวมเป็นระยะเวลา 16 เดือน

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ (Trust)

มีผู้ให้นิยามความหมายของความเชื่อมั่นไว้วางใจแตกต่างกันไปตามสาขาวิชาต่างๆ ทั้งในด้านการตลาด 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) ที่เกี่ยวพันกับลูกค้า, การให้ความสะดวกสบาย (Comfort), การแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง (Conflict) และการให้ความไว้วางใจ (Trust)

Mayer, Davis, และ Schoorman (1995) กล่าวว่า ความไว้วางใจหมายถึง ความตั้งใจกระทำต่อผู้อื่นบนพื้นฐานความคาดหวังเชิงบวกที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคล ภายใต้เงื่อนไขของความเสี่ยงและการพึ่งพากัน

Rotter (1971) ได้ให้ความหมายความไว้วางใจว่า เป็นความคาดหวังต่อบุคคลเป็นที่น่าเชื่อถือทั้งด้านคำพูด การกระทำ คำมั่นสัญญา จากการเขียนหรือใช้ข้อความของบุคคลหรือกลุ่มซึ่งจะสามารถทำให้เกิดความไว้วางใจ

โดยสรุปได้ว่าความเชื่อถือไว้วางใจหมายถึง ความเชื่อมั่นที่มีต่อบุคคลที่ได้รับการไว้วางใจว่าจะปฏิบัติหรือปกป้องผลประโยชน์ของเรา โดยไม่เอารัดเอาเปรียบหรือทำให้เกิดความเสียหาย ความไว้วางใจจะเพิ่มขึ้นเมื่อความ

คาดหวังได้รับการตอบสนองในแง่บวก แต่ความไว้วางใจจะลดลงหากความคาดหวังนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง หรือได้รับการตอบสนองในระดับที่ต่ำกว่าความคาดหวัง

แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง (Expectancy)

Vroom (1964) เชื่อว่าบุคคลจะถูกจูงใจได้เมื่อบุคคลนั้นประเมินแล้วว่าตนเองมีความสามารถที่จะกระทำตามเป้าหมายหรือไม่ เกิดเป็นความคาดหวังต่อความพยายามนั้น โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน

ความคาดหวังในความพยายามต่อการกระทำหรือการปฏิบัติงาน, ความคาดหวังในการกระทำต่อผลลัพธ์หรือผลของการปฏิบัติงาน และความคาดหวังในคุณค่าของผลลัพธ์หรือรางวัล

Hersey (1982) ได้กล่าวถึง ความคาดหวังเป็นการที่บุคคลรับรู้ถึงการปฏิบัติ อย่างเหมาะสมตามบทบาทของตนเองและรับรู้ถึงบทบาทของบุคคลอื่น ความคาดหวังจะเป็นตัวบอก ว่าบุคคลจะต้องปฏิบัติอย่างไรเมื่ออยู่ในสถานการณ์ต่างๆ

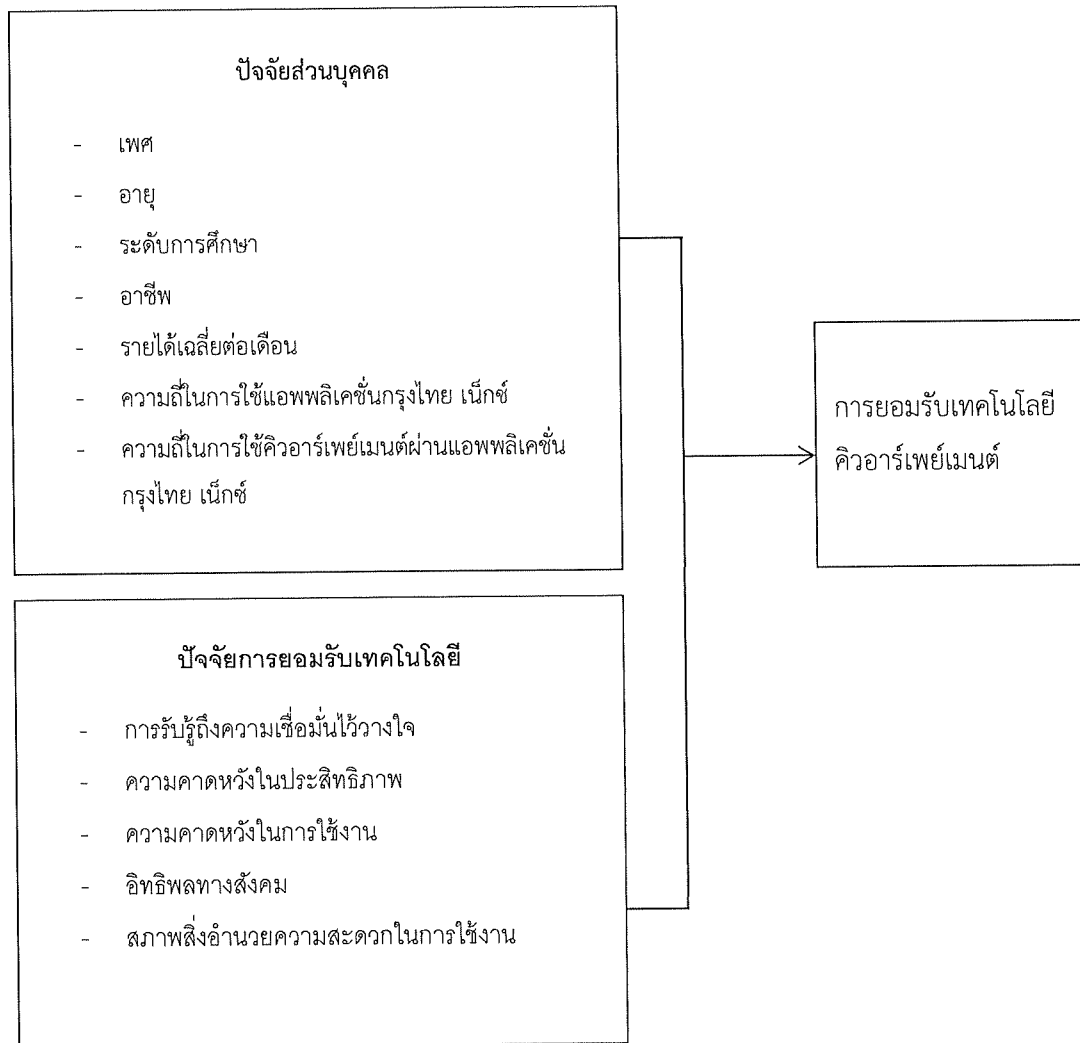
โดยสรุปได้ว่าความคาดหวัง หมายถึง การทำนาย การคาดคะเนล่วงหน้าของเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และความต้องการในผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นเมื่อปฏิบัติหรือลงมือทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งลงไป

แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม (Social Influence)

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

โดยสรุปได้ว่าอิทธิพลทางสังคมหมายถึง กระบวนการหรือพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคลหรือกลุ่มที่มีผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติของผู้อื่นในสังคม ในการจูงใจหรือโน้มน้าวทำให้คล้อยตาม แรงกดดันทางสังคมให้ต้องปฏิบัติตามผู้อื่นนั้น บางครั้งมีความรุนแรงมากและสามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ ซึ่งพฤติกรรมเหล่านั้นอาจจะไม่เกิดขึ้นเลยถ้าไม่ได้รับแรงกดดันทางสังคม

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีการศึกษา

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในลักษณะเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล (Questionnaire) เพื่อรวบรวมข้อมูลและนำไปวิเคราะห์ประมวลผลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยใช้บริการคิวอาร์พีย์เมนต์ ผ่านแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เคยใช้บริการคิวอาร์เพย์เมนต์ ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน เนื่องจากเป็นข้อมูลด้านธุรกิจไม่สามารถเปิดเผยได้ จึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างจากวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนของ W.G. Cochran โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์ปัญญา, 2549) ใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือขนาดตัวอย่างไม่น้อยกว่า 384 คน

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ใช้บริการคิวอาร์เพย์เมนต์ ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.80 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 44.20 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.80 รองลงมาคืออายุระหว่าง 31 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.20 ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี 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 รองลงมาคือรายได้เฉลี่ย 30,001 – 40,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 28.20 สำหรับความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ 5 - 10 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาคือใช้แอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ น้อยกว่า 5 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 33.2 และสำหรับความถี่ในการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ น้อยกว่า 5 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาคือใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ระหว่าง 5-10 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 28.2

ผลการศึกษาส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

1. การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ

การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการสื่อสาร ครั้งที่ 3 ปี 2562

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 การใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย 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 เหมาะกับวิธีการใช้สมาร์ตโฟน 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

ผลการศึกษาส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานของการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย 6 สมมติฐาน โดยผลของการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์

สมมติฐานที่ 1.4 อาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์

สมมติฐานที่ 1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์

สมมติฐานที่ 1.6 ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์

สมมติฐานที่ 1.7 ความถี่ในการใช้คิวอาร์เพย์เมนต์ผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์

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

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

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

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

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

ตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน

Path	Beta (β)	S.E.	p
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

อภิปรายผลและสรุปผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงเทพฯ เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาถึงปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

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 ของผู้ใช้บริการกรุงเทพฯ เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า การรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ (B เท่ากับ 0.258, p เท่ากับ 0.000) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

จากสมมติฐานนี้พบว่า ผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ รัฐยาภรณ์ (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 ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลทางลบต่อความตั้งใจในการใช้บริการ Location-Based Services และการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการ Location-Based Services

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

จากสมมติฐานนี้พบว่า ผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ ศศิจันทร์ ปัญจทวี และ กัลยา ใจรักษ์ (2560) ที่ศึกษาถึงปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศ วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้คือ ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศ และเพื่อสร้างสมการพยากรณ์การยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศ ของบุคลากรในสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขต เชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพมีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศ โดยบุคลากรของสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตเชียงใหม่ จะเกิดการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศได้ก็ต่อเมื่อ บุคลากรมีความคาดหวังจากประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศ ว่าระบบสารสนเทศจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ช่วยให้บุคลากรได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจในการปฏิบัติงานต่อผู้บริหารก่อนจะพิจารณาสั่งการให้มีการดำเนินงานต่อไป และเทคโนโลยีสารสนเทศยังช่วยให้ ผู้ปฏิบัติงานมีเวลาไปปฏิบัติงานด้านอื่นๆเพิ่มขึ้น เป็นเครื่องมือในการทำงานที่ช่วยลดขั้นตอนในการปฏิบัติงาน และสิ่งสำคัญในการใช้ระบบสารสนเทศที่ช่วยในการประสานงานระหว่างฝ่ายต่างๆได้รวดเร็วและสะดวกมากขึ้น

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

จากสมมติฐานนี้พบว่า ผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ Suha AlAwadhi and Anne Morris (2006) ที่ศึกษาถึงความคาดหวังในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อการยอมรับในบริการของรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ในประเทศคูเวต วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้คือ ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับบริการของรัฐบาล อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศคูเวต ผลการศึกษาพบว่า ความคาดหวังในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กันอย่างน้อย นัยสำคัญต่อการยอมรับในบริการของรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศคูเวต

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 สื่อประเสริฐสิทธิ (2554) ที่ศึกษาถึงอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยีการบริการ MIM วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้คือ ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี กรณีศึกษาการใช้บริการการสื่อสารระหว่างกันผ่านข้อความและรูปภาพแบบทันทีผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้าน

อิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยีการบริการ MIM อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอธิบายได้ว่าผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคนในสังคมโดยได้รับแรงกดดันที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานบริการ MIM จากคนในสังคมทั้งหัวหน้างานและคนรอบข้างที่เพิ่มมากขึ้น จะส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้งานบริการ MIM เพิ่มขึ้น

สมมติฐานที่ 6 สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ของผู้ใช้บริการกรุงไทย 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)

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากผลการวิจัยผู้วิจัยเห็นว่าความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัยของข้อมูลหรือความปลอดภัยในการชำระเงินยังอยู่ในระดับที่น้อยอยู่ และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆในการใช้บริการธุรกรรมการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาถึงปัจจัยในด้านของความปลอดภัยในการใช้งาน เพื่อธนาคารผู้ให้บริการสามารถนำข้อมูลมาปรับปรุงการให้บริการและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้ต่อไป

2. การศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้งานและการนำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อจะได้รับรู้ถึงความต้องการของลูกค้ามากขึ้น สามารถนำข้อมูลหรือพฤติกรรมต่างๆ มาปรับใช้เพื่อพัฒนาเป็นกลยุทธ์ในการออกผลิตภัณฑ์หรือพัฒนาแอปพลิเคชันของธนาคารต่อไป

บรรณานุกรม

- 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). อิทธิพลความเป็นเลิศของคุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในการใช้บริการและการบอกต่อของผู้ใช้บริการบางจาก กรีนวอชเดอะพรีเมียม (สาขาวิภาวดีรังสิต-หลักสี่). ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ 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

ฤชกร 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 สือประเสริฐสิทธิ์. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี กรณีศึกษาการใช้บริการการสื่อสารระหว่างกันผ่านข้อความและรูปภาพแบบทันทีผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร.

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

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

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

- ณิชกาญจน์ อินทรารักษ์. (2557). ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีใช้คอนพิวเตอร์เครื่องบินด้วย QR code: กรณีศึกษา สายการบินพาณิชย์แห่งหนึ่ง. (วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (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/QRCodeSlide20170830.pdf>
- ชวีศา พุ่มดนตรี. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เบญจา นิลบุตร. (2540). ความคาดหวังของข้าราชการตำรวจต่อรูปแบบภาวะผู้นำของผู้บังคับบัญชาศึกษากรณีศึกษาของบัญชาการศึกษา. (วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฝ่ายสื่อสารองค์กรและภาพลักษณ์ธนาคารกรุงไทย. (2560). กรุงเทพฯร่วมกับกระทรวงการคลังให้บริการ 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). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศ และเพื่อสร้างสมการพยากรณ์การยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศ ของบุคลากรในสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตเชียงใหม่.

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, ส. (2560). ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์

(National E-Payment). Retrieved from http://library2.parliament.go.th/ejournal/content_af/2560/mar2560-4.pdf