

# คุณลักษณะส่วนบุคคลและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อการ ชำระเงินผ่านระบบ QR Code ของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร

## PERSONAL CHARACTERISTICS AND TECHNOLOGY ACCEPTANCE TOWARDS PAYMENT VIA QR CODE SYSTEM OF CONSUMERS IN BANGKOK

Received: January 10, 2019

Revised: March 18, 2019

Accepted: March 25, 2019

ชญารณณ์ คุ่มถิ่นแก้ว\*

Chayaporn Khumthinkaew\*

จรัญญา ปานเจริญ\*\*

Charunya Parncharoen\*\*

---

\* นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

\* M.B.A. Candidate, Master of Business Administration, College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

\* Email: 605151020005@dpu.ac.th

\*\* ผู้ช่วยศาสตราจารย์และปริญญาเอก วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

\*\* Assistant Professor, Doctor, College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

\*\* Email: charunya@dpu.ac.th

## บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความแตกต่างของคุณลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อความคิดเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์กับความคิดเห็นการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากตัวอย่างที่เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและเคยชำระเงินผ่านระบบ QR Code จำนวน 385 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้เทคนิค Independent Sample t-test, One-way ANOVA และ Pearson Correlation ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครมีระดับความคิดเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นด้านประโยชน์ สูงกว่าด้านการใช้งาน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ อาชีพ วุฒิการศึกษา และสถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก

**คำสำคัญ:** ความคิดเห็น การชำระเงิน คิวอาร์โค้ด การยอมรับเทคโนโลยี

## Abstract

The objectives of this study were 1) to study the technology acceptance towards payment via QR Code System of consumers in Bangkok, 2) to study the differences of personal characteristics opinions towards payment via QR Code System of consumers in Bangkok, and 3) to study the relationships between the technology acceptance of electronic payment and the opinion towards payment via QR Code System of consumers in Bangkok. A survey research was employed and the data were obtained from questionnaires of 385 people who lived in Bangkok and used to pay via the QR Code System. Data were analyzed using descriptive statistics, including percentage, mean, and standard deviation. The hypothesis were tested with inferential statistics using Independent Sample T-test, One-way ANOVA, and Pearson Correlation. The results of this study found that in overall, consumers in Bangkok had the high level of opinions towards payment via QR Code System. They had higher Opinions of Perceived Usefulness than Opinions towards Using. The results of hypothesis testing reveal that consumers in Bangkok who had different in age, occupation, educational level, and marital status had statistically different in opinions towards payment via OR Code System. It is also founds that the technology acceptance of electronic payment was related to opinions towards payment via QR Code system at a high level.

**Keywords:** Opinions, Payment, QR Code, Technology Acceptance

## บทนำ

ในยุคปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการดำเนินชีวิตในทุกๆ มิติ ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสาร การศึกษาและการประกอบธุรกิจการค้าต่างๆ โดยเฉพาะธุรกรรมทางการเงิน (Fintech) ผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือสมาร์ทโฟน โดยเริ่มมีแอปพลิเคชันด้านระบบการชำระเงิน (Payment) ซึ่งจากเดิมที่ต้องใช้บริการชำระเงินที่เคาน์เตอร์ธนาคารหรือตู้ ATM แต่ตอนนี้สามารถชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือสมาร์ทโฟนได้ ไม่ว่าจะเป็นการโอนเงิน การตรวจสอบยอดเงิน การจ่ายบิล การซื้อสินค้าออนไลน์ และอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการเงินก็สามารถทำได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว ลดค่าใช้จ่าย และลดต้นทุนในการดำเนินการต่างๆ อีกด้วย ส่งผลให้เกิดแนวคิดเรื่องสังคมไร้เงินสดที่ด้วยความสำคัญของเงินสดจะลดลง และถูกแทนที่ด้วยการใช้ระบบคอมพิวเตอร์และการโทรคมนาคมในการทำธุรกรรมทางการเงิน ระบบการชำระเงินของโลกได้เปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือการมุ่งไปใช้ e-Payment หรือบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์แทนเงินสดกันมากขึ้น วิธีการชำระเงินสำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยสามารถทำได้หลายวิธี อาทิ การชำระเงินผ่านบัตรเครดิต บัตรเดบิต บัตรเอทีเอ็ม และธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Banking) เช่น Internet Banking และ Mobile Banking เป็นต้น ต้องยอมรับว่ากระแสไทยแลนด์ 4.0 ที่เกิดขึ้นในปีที่ผ่านมาส่วนหนึ่งเกิดขึ้นได้จากการตลาดของกลุ่มสถาบันการเงินที่หันมาโปรโมตแนวคิดสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) กันอย่างหนัก

การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบ Mobile Banking ธนาคารต่างๆ มียอดการใช้งานเติบโตเป็นเท่าตัว ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) พบว่า ในปี 2559 คนไทยทำธุรกรรมทั้งโอนเงินและชำระเงินค่าบริการต่างๆ ผ่าน Mobile Banking สูงขึ้นอย่างรวดเร็ว เพิ่มขึ้นเป็น 20.8 ล้านบัญชี จาก 13.92 ล้านบัญชี ณ สิ้นปี 2558 เมื่อพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินเปลี่ยนไป ธนาคารจึงต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลง โดยไม่สามารถทำธุรกิจรูปแบบเดิมได้ ทำให้หลายธนาคารได้เริ่มประกาศใช้เทคโนโลยีคิวอาร์โค้ดเพื่อรองรับการใช้งานให้ลูกค้าสะดวกสบายมากขึ้น โดยหวังให้ประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสดตามนโยบายของรัฐบาลได้ (วิโรไท สันติประภพ, ธนา เขียวอัจฉริยะ และศิริจันทร์ สมภาร, 2560)

QR code หรือ Quick Response Code คือรหัสชนิดหนึ่งที่ถูกพัฒนามาจาก Barcode แต่ใช้งานง่ายกว่าและเก็บข้อมูลได้มากกว่า ซึ่งเราสามารถสแกนคิวอาร์โค้ดผ่านโทรศัพท์มือถือที่เป็นสมาร์ทโฟนได้ ซึ่งตอนนี้พัฒนาให้ใช้จ่ายค่าสินค้าและบริการตามร้านค้าได้แล้ว เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าปลีก ร้านอาหารแผงขายของในตลาด ร้านค้าริมทาง ร้านค้าออนไลน์ รวมถึงจ่ายค่ามอเตอร์ไซค์รับจ้างได้ด้วย

ผลการวิจัยของวิชา บริษัทผู้ให้บริการด้านการชำระเงินในรูปแบบดิจิทัล ที่พบว่า 3 ใน 4 หรือ 74% ของผู้ทำแบบสำรวจในประเทศไทยรู้จักการชำระเงินด้วย QR Code ซึ่งเป็นตัวเลขที่มากที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยผู้ใช้ในกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y (อายุ 26-33 ปี) นิยมใช้มากที่สุด 53% เมื่อเทียบกับผู้ใช้ในกลุ่มเจนเนอเรชั่น X (อายุ 34-49 ปี) 29% ส่วนหมวดที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในการชำระด้วย QR Code คือ การชำระบิลต่างๆ 50% การชำระเงินในร้านสะดวกซื้อ 39% และในร้านขายของชำ 36% ซึ่งทำให้เห็นว่า มีผู้คนส่วนมากพร้อมที่จะชำระเงินด้วย QR Code ในชีวิตประจำวัน (สุริพงษ์ ตันติยานนท์ และธิดา บุญเลขชา, 2561) แม้ว่าการชำระเงินด้วย QR code จะสามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลในยุคที่มีการเชื่อมต่อสูงนั้นแต่ก็ยังมีส่วนที่ยังไม่ยอมรับเทคโนโลยีในการชำระเงิน เนื่องจากผู้บริโภคขาดความเชื่อถือในการชำระค่าสินค้าและบริการในแต่ละครั้ง การที่ผู้ใช้ระบบเป็นห่วงเรื่องความปลอดภัยของข้อมูล มีขั้นตอนการใช้งานที่ยุงยาก และการที่ผู้ใช้ระบบไม่เห็นถึงประโยชน์ของการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา คุณลักษณะส่วนบุคคลและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อการชำระเงินผ่านระบบ QR Code ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากในปัจจุบันคนไทยส่วนใหญ่หันมาชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) กันมากขึ้น ทำให้มีการซื้อขายของผู้บริโภคกันมากตามขึ้นไปด้วย ในอุตสาหกรรมบริการชำระเงินผ่านระบบ QR Code ประเภทนี้ตามที่กล่าวข้างต้นโดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้จะสามารถนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานและแนวทางให้กับ

หน่วยงานของกลุ่มสถาบันการเงินที่เกี่ยวข้องที่รับผิดชอบในเรื่องของ QR Code สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยนี้ไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ หรือวางแผนการสื่อสารทางการตลาดเกี่ยวกับเรื่องความง่าย ประโยชน์ในการใช้เทคโนโลยีการชำระเงินค่าสินค้าผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) มากยิ่งขึ้น

### วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อการชำระเงินผ่านระบบ QR Code ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของคุณลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อความคิดเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบ QR Code ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์กับความคิดเห็นการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

### แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### การยอมรับเทคโนโลยี

Chu and Chu (2011 อ้างถึงใน เกวรินทร์ ละเอียดตินันท์, 2557) ได้ให้ความหมายของการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) ว่าหมายถึง การทำความเข้าใจในเทคโนโลยีและการตัดสินใจที่จะยอมรับเทคโนโลยีแล้วนำเทคโนโลยีมาใช้ในชีวิตประจำวัน คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ความตั้งใจที่จะใช้ (Intention to Use) การรับรู้ถึงความเสี่ยง (Perceived Risk) ทักษะทัศนคติที่มีต่อการใช้ (Attitude toward Using) และการนำมาใช้งานจริง (Actual Use) และในขณะที่ Davis (อ้างถึงใน ศนิ อนันต์รัตนโชติ, 2553) ได้นำเสนอแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) เพื่อใช้ในการประเมินการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศและการนำมาใช้งานจริง ซึ่งแนวคิดที่ได้จากแบบจำลอง TAM นี้คือ ความเชื่อทัศนคติ เจตนาของการใช้งาน รวมไปถึงพฤติกรรมการใช้มีความสัมพันธ์สามารถอธิบายและคาดการณ์เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีระหว่างผู้ใช้ที่หลากหลายได้

1) การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี (Perceived Usefulness: PU) หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้บริการเชื่อว่าประโยชน์ของเทคโนโลยีจะมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับงานของตนซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับทัศนคติที่มีต่อการใช้งานและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ

2) การรับรู้ความง่ายต่อการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยี (Perceived Ease of Use: PEOU) หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้บริการเชื่อว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้มีความง่ายในการใช้งาน สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายามสูงซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการรับรู้ประโยชน์และทัศนคติ

3) ทักษะทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using: AT) หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อเทคโนโลยีนั้นๆ ซึ่งเกิดจากการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับและการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ (Behavioral Intention)

4) พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ (Behavioral Intention: BI) หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำของผู้ใช้บริการที่มีต่อเทคโนโลยีนั้นๆ โดยได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ถึงประโยชน์และทัศนคติที่มีต่อการใช้งานเทคโนโลยีนั้น

5) การใช้งานจริง (Actual Use: AU) ซึ่งทัศนคติเป็นตัวแปรที่มีผลต่อการใช้งานจริงของผู้ใช้บริการ

#### คิวอาร์โค้ด

คิวอาร์โค้ด หมายถึง สัญลักษณ์สี่เหลี่ยม หรือบาร์โค้ด 2 มิติ ลักษณะเป็นสี่เหลี่ยมที่ประกอบด้วยมอดูลสีดำเรียงกัน มีพื้นหลังสีขาว QR Code โค้ดที่มีการตอบสนองอย่างรวดเร็ว สามารถเก็บข้อมูลได้หลากหลายรูปแบบ ทั้งข้อมูลที่เป็นตัวอักษร ตัวเลข เบอร์โทรศัพท์ ข้อความ อีเมลหรือกระทั่งเว็บไซต์

URL ก็สามารถจัดเก็บในโค้ดอันเดียวได้ นิยมใช้กับโทรศัพท์มือถือ รุ่นที่มีกล้องถ่ายภาพ (ธนาคารออมสิน, 2561) ซึ่งปัจจุบันนิยมนำมาใช้หลายรูปแบบ เช่น ใช้เป็นช่องทางการรับชำระเงินที่ร้านค้า เข้าถึงข้อมูลเว็บไซต์ต่างๆ เพียงแค่สแกนผ่าน Mobile Application บนสมาร์ทโฟน (ปิยพร อรุณเกียรติกร, 2560)

### การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

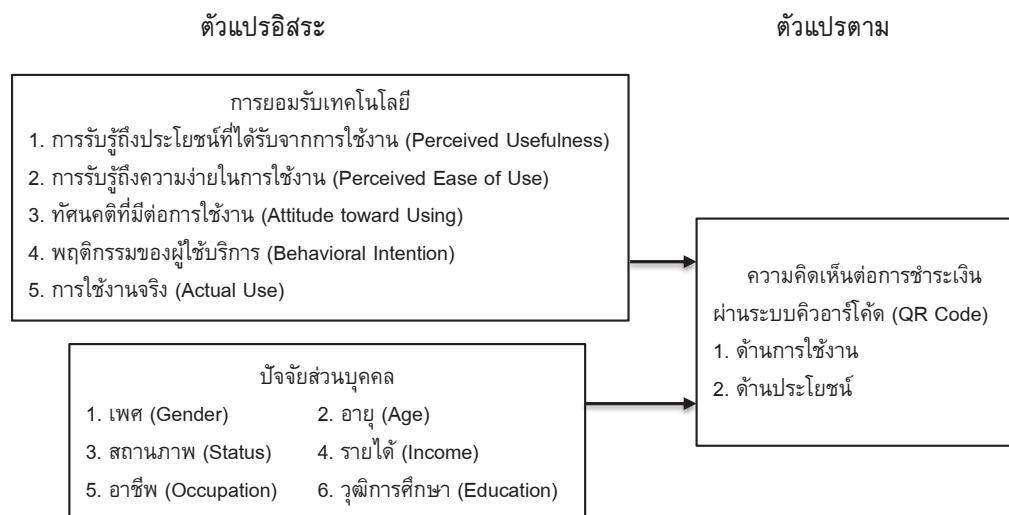
สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (2558) กล่าวว่า การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) คือ กระบวนการชำระเงินระหว่างผู้จ่ายกับผู้โอนเงิน ไปยังผู้รับเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการ หรือชำระหนี้ ผ่านช่องทางต่างๆ ที่มีความสะดวกและรวดเร็วโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์มาช่วย ทั้งด้านสื่อที่ใช้ชำระเงินแทนเงินสด เช่น บัตรเอทีเอ็ม บัตรเดบิต บัตรเครดิต เงินอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงช่องทางการชำระเงินที่ใช้งานง่ายและรวดเร็ว เช่น ผ่านอินเทอร์เน็ต โดยใช้อุปกรณ์ประเภทต่างๆ อาทิ คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ โดย ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน (ม.ป.ป.) ได้แบ่งประเภทของการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ออกเป็น 8 ประเภท ดังนี้

1. การชำระเงินตามใบแจ้งหนี้ (Bill Payment)
2. การชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment)
3. บัตรเดบิต (Debit Card)
4. บัตรเครดิต (Credit Card)
5. เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money)
6. เช็ค (Cheque)
7. บริการโอนเงิน
8. การชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Payment)

### วิธีการดำเนินการวิจัย

#### 1. กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย ปรากฏดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## 2. ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและเคยชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกใช้สูตรของคอคแรน (Cochran, 1977) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling)

## 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยพัฒนาแบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรม ศึกษาค้นคว้า จากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะส่วนบุคคลและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อการชำระเงินผ่านระบบ QR Code และทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability Test) โดยค่า Cronbach's Alpha ที่ได้อยู่ระหว่าง 0.775 - 0.937 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

## 4. วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้เทคนิค t-test F-test, One-way ANOVA และ Pearson Correlation

## ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

การศึกษารววิจัยเรื่องคุณลักษณะส่วนบุคคลและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อการชำระเงินผ่านระบบ QR Code ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผลดังนี้

### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 51.90 ส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง อายุ 26 - 35 ปี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 30.90 ส่วนใหญ่มีช่วงรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 30.60 ส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 และมีสถานภาพโสด มากที่สุด จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 70.65

### 2. ความคิดเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code)

| ความคิดเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|--|-----------|------|------------------|
| 1. ด้านการใช้งาน                                       | 4.02      | 0.69 | มาก              |
| 2. ด้านประโยชน์  | 4.21      | 0.62 | มากที่สุด        |
| รวม  | 4.11      | 0.60 | มาก              |

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่เป็นตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นด้านประโยชน์มากกว่าด้านการใช้งาน อาจเพราะผู้บริโภคเห็นด้วยว่า การชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) ทำให้การชำระเงินง่ายขึ้น ทำให้การทำงานง่ายขึ้น สะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น และช่วยลดข้อผิดพลาดในการชำระเงิน ซึ่งสอดคล้อง

กับผลงานวิจัยของ สยามพร พึ่งवास (2554) ได้ที่ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ 3G Plus ของเครือข่ายทรูมูฟ เอช ในเขตกรุงเทพมหานคร และพบว่า การใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ 3G Plus ของเครือข่ายทรูมูฟ เอชสามารถเรียนรู้และทำความเข้าใจได้ด้วยตนเอง การติดตั้งไม่ยุ่งยาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สยามพร พึ่งवास (2554) ได้ที่ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ 3G Plus ของเครือข่ายทรูมูฟ เอช ในเขตกรุงเทพมหานคร และพบว่า ทำให้เกิดประโยชน์ด้านการศึกษาและเรียนรู้ใหม่ๆ ได้นอกสถานที่ ทำให้ทำงานในชีวิตประจำวันนอกสถานที่ได้อย่างสะดวก

### 3. การยอมรับเทคโนโลยี

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับเทคโนโลยี

| การยอมรับเทคโนโลยี                           | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับการยอมรับ |
|--|-----------|------|----------------|
| 1. การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งาน | 4.37      | 0.59 | มากที่สุด      |
| 2. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน           | 4.22      | 0.60 | มากที่สุด      |
| 3. ทักษะคนที่มีการใช้งาน                     | 4.20      | 0.56 | มาก            |
| 4. พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ                   | 4.13      | 0.61 | มาก            |
| 5. การใช้งานจริง                             | 4.25      | 0.63 | มากที่สุด      |
| รวม  | 4.23      | 0.49 | มากที่สุด      |

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่เป็นตัวอย่างมีระดับการยอมรับเทคโนโลยี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งาน รองลงมาคือ การใช้งานจริง ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน และด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ตามลำดับ อาจเพราะผู้บริโภคเห็นด้วยว่า มีความสะดวกรวดเร็ว มากกว่าการใช้จ่ายด้วยเงินสด ใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา ช่วยลดค่าใช้จ่ายต่างๆ และช่วยให้ปลอดภัยในการไม่ต้องพกเงินสดในจำนวนมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชยามภรณ์ กิติลธิชัย (2559) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า การใช้บริการซื้อสินค้าด้วยระบบ E-Wallet ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟนได้รับความสะดวกรวดเร็ว มากกว่าการใช้จ่ายด้วยเงินสด

4. ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบ QR Code แตกต่างกัน เพื่อศึกษาความแตกต่างของคุณลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อความคิดเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบ QR Code ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3 ความแตกต่างของคุณลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อความคิดเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบ QR Code ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

| ความคิดเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบ QR Code | ชาย (n=185) |      | หญิง (n=200) |      | t-test | Sig   | ผลการทดสอบสมมติฐาน |
|---|-------------|------|--------------|------|--------|-------|--------------------|
|   | $\bar{X}$   | S.D. | $\bar{X}$    | S.D. |        |       |                    |
| 1. ด้านการใช้งาน                          | 4.11        | 0.65 | 3.94         | 0.71 | 0.015  | 0.388 | แตกต่าง            |
| 2. ด้านประโยชน์                           | 4.25        | 0.56 | 4.17         | 0.67 | 0.232  | 0.036 | ไม่แตกต่าง         |
| รวม                                       | 4.18        | 0.54 | 4.06         | 0.64 | 0.042  | 0.011 | ไม่แตกต่าง         |



ตารางที่ 4 ความแตกต่างของคุณลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อความคิดเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบ QR Code ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน วุฒิการศึกษา สถานภาพ

| ความคิดเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบ QR Code | ปัจจัยส่วนบุคคล               | $\bar{X}$ | S.D. | F-Test | Sig   | ผลการทดสอบสมมติฐาน |
|---|-------------------------------|-----------|------|--------|-------|--------------------|
| อายุ                                      | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี      | 4.15      | 0.54 | 7.944  | 0.00  | แตกต่าง            |
|   | อายุ 26 - 35 ปี               | 4.21      | 0.53 |        |       |                    |
|   | อายุ 36 - 45 ปี               | 4.14      | 0.60 |        |       |                    |
|   | อายุ 46 - 55 ปี               | 3.89      | 0.70 |        |       |                    |
|   | มากกว่า 55 ปี                 | 3.55      | 0.75 |        |       |                    |
| อาชีพ                                     | นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา       | 4.22      | 0.50 | 4.518  | 0.001 | แตกต่าง            |
|   | พนักงานบริษัทเอกชน            | 4.15      | 0.52 |        |       |                    |
|   | ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ  | 4.08      | 0.65 |        |       |                    |
|   | ธุรกิจส่วนตัว                 | 4.32      | 0.63 |        |       |                    |
|   | พ่อบ้าน/แม่บ้าน               | 3.73      | 0.79 |        |       |                    |
|   | อื่นๆ (โปรดระบุ).....         | 3.80      | 0.62 |        |       |                    |
| รายได้ต่อเดือน                            | ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 4.21      | 0.55 | 1.917  | 0.107 | ไม่แตกต่าง         |
|   | 10,001 - 20,000 บาท           | 4.03      | 0.59 |        |       |                    |
|   | 20,001 - 30,000 บาท           | 4.06      | 0.61 |        |       |                    |
|   | 30,001 - 40,000 บาท           | 4.14      | 0.57 |        |       |                    |
|   | ตั้งแต่ 40,001 บาท ขึ้นไป     | 4.24      | 0.62 |        |       |                    |
| วุฒิการศึกษา                              | ต่ำกว่าปริญญาตรี              | 3.96      | 0.72 | 4.974  | 0.007 | แตกต่าง            |
|   | ปริญญาตรี                     | 4.12      | 0.54 |        |       |                    |
|   | สูงกว่าปริญญาตรี              | 4.24      | 0.55 |        |       |                    |
| สถานภาพ                                   | โสด                           | 4.16      | 0.55 | 3.442  | 0.033 | แตกต่าง            |
|   | สมรส                          | 4.05      | 0.58 |        |       |                    |
|   | หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่     | 3.79      | 0.80 |        |       |                    |

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบ QR Code แตกต่างกันในภาพรวม อาจเพราะการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) เป็นเรื่องใหม่บางช่วงอายุอาจจะตามไม่ทันเทคโนโลยี จึงทำให้แตกต่างกันในภาพรวม ซึ่งสอดคล้องกับผลงานของ นุชจรินทร์ ชอบดำรงธรรม (2553) ที่ศึกษาเรื่องอิทธิพลของสื่อโฆษณาในเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค และพบว่าผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีเพศ อายุ และอาชีพแตกต่างกันมีกระบวนการตอบสนองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แต่ไม่สอดคล้องกับผลงานของ ศุภรานันท์ กาญจนกุล (2560) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครต่อการรับชม Live Video Streaming และพบว่าผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อการรับชม Live Video Streaming ที่มีเพศ และอายุ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05



5. ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 การยอมรับเทคโนโลยีต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 5 ผลการแสดงความสัมพันธ์การยอมรับเทคโนโลยีต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์กับความคิดเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code)

| การยอมรับเทคโนโลยีต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ | ความคิดเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code)  |   |   |
|---|---|---|---|
|   | ด้านการใช้งาน   | ด้านประโยชน์  | ภาพรวม  |
| 1. การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งาน      | r = 0.46<br>Sig.=0.00<br>มีความสัมพันธ์<br>ระดับปานกลาง | r = 0.45<br>Sig.=0.00<br>มีความสัมพันธ์<br>ระดับปานกลาง | r = 0.50<br>Sig.=0.00<br>มีความสัมพันธ์<br>ระดับปานกลาง |
| 2. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน                | r = 0.53<br>Sig.=0.00<br>มีความสัมพันธ์<br>ระดับปานกลาง | r = 0.55<br>Sig.=0.00<br>มีความสัมพันธ์<br>ระดับปานกลาง | r = 0.59<br>Sig.=0.00<br>มีความสัมพันธ์<br>ระดับปานกลาง |
| 3. ทักษะคนที่มีการใช้งาน                          | r = 0.52<br>Sig.=0.00<br>มีความสัมพันธ์<br>ระดับปานกลาง | r = 0.53<br>Sig.=0.00<br>มีความสัมพันธ์<br>ระดับปานกลาง | r = 0.58<br>Sig.=0.00<br>มีความสัมพันธ์<br>ระดับปานกลาง |
| 4. พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ                        | r = 0.63<br>Sig.=0.00<br>มีความสัมพันธ์<br>ระดับมาก     | r = 0.59<br>Sig.=0.00<br>มีความสัมพันธ์<br>ระดับปานกลาง | r = 0.67<br>Sig.=0.00<br>มีความสัมพันธ์<br>ระดับมาก     |
| 5. การใช้งานจริง                                  | r = 0.55<br>Sig.=0.00<br>มีความสัมพันธ์<br>ระดับปานกลาง | r = 0.66<br>Sig.=0.00<br>มีความสัมพันธ์<br>ระดับมาก     | r = 0.66<br>Sig.=0.00<br>มีความสัมพันธ์<br>ระดับมาก     |
| ภาพรวม  | r = 0.66<br>Sig.=0.00<br>มีความสัมพันธ์<br>ระดับมาก     | r = 0.68<br>Sig.=0.00<br>มีความสัมพันธ์<br>ระดับมาก     | r = 0.73<br>Sig.=0.00<br>มีความสัมพันธ์<br>ระดับมาก     |

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ด้านการใช้งานจริง มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า ด้านการใช้งานอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการใช้งาน อยู่ในระดับมาก อาจเพราะ เป็นประสบการณ์ที่ดีน่าสนใจสำหรับท่าน มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง เป็นเทคโนโลยีรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นที่ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย และมีความสะดวกในการเข้าถึง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศุภรานันท์ กาญจนกุล (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครต่อการรับชม Live Video Streaming และพบว่า Live Video Streaming เป็นสื่อรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นโดยถ่ายทอดผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่ายเพราะมีต้นทุนต่ำ ในการเข้าถึง และมีความสะดวก

ในการเข้าถึงผ่านอุปกรณ์ที่ผู้บริโภคมกติดัดตัวและใช้เป็นประจำ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เกวรินทร์ ละเอียดตินันท์ (2557) ที่ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และพบว่า ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครอาจเนื่องมาจากการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครเกิดจากปัจจัยอื่นๆ รวมถึงมีความไม่แน่ใจเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่านหรือซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ อาทิ มีความลังเลใจว่า การอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์จริงหรือสามารถช่วยพัฒนา และเพิ่มพูนความรู้ได้อย่างแท้จริง และอาจจะยังไม่ตระหนักถึง ด้านความง่ายในการใช้งาน เนื่องจากหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีการจัดหมวดหมู่ตามประเภทของหนังสือทำให้ง่ายต่อการสืบค้นหาข้อมูลตามที่ต้องการโดยใช้ระยะเวลาอันสั้น สามารถใช้งานหรือมีการสืบค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับหนังสือได้ตลอด 24 ชั่วโมง และมีความยืดหยุ่นในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้อาจเนื่องจากการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ไม่ได้ทำให้ผู้ใช้งานเกิดความรู้สึกเพลิดเพลินหรือพึงพอใจในการอ่าน และผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ไม่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าได้พบภาพหนังสือไปได้ทุกสถานการณ์ที่ไป แม้ว่าการอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการใช้งานจริง เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่เคยใช้บริการซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีความคิดเห็นว่าการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์สามารถใช้งานได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง มีความสะดวกสบายในการใช้งาน และมีความรวดเร็วในการใช้งาน

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษา เรื่อง คุณลักษณะส่วนบุคคลและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อการชำระเงินผ่านระบบ QR Code ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับความเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยเห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจหรือหน่วยงานของกลุ่มสถาบันการเงินต่างๆ สามารถนำผลการศึกษานี้ไปใช้ได้ดังนี้

1) ผลจากการศึกษา ความเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าด้านประโยชน์มีมากกว่าด้านการใช้งานที่ง่ายไม่ซับซ้อน ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจหรือหน่วยงานของกลุ่มสถาบันการเงินต่างๆ ควรมีการกระตุ้นการใช้งาน QR Code ให้มากยิ่งขึ้น โดยหน่วยงานของกลุ่มสถาบันการเงินต่างๆ ควรมีประชาสัมพันธ์ที่มากขึ้น อาจจะประชาสัมพันธ์ผ่านโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นวิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ Application และสื่ออื่นๆ เพื่อที่การชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) มีความน่าสนใจดึงดูดใจให้ผู้บริโภคมาใช้งานมากยิ่งขึ้น

2) ผลจากการศึกษา ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบ QR Code ด้านการใช้งาน พบว่า ผู้บริโภคเพศหญิง ที่มีอายุมากกว่า 55 ปี มีอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีสถานภาพ หย่าร้าง/หม้าย/แยกย้าย มีระดับค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจหรือหน่วยงานของกลุ่มสถาบันการเงินต่างๆ ควรนำข้อมูลต่างๆ ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด มีการใช้แผนในการทำการตลาดเฉพาะกลุ่ม โดยส่วนใหญ่ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเป็นคนที่สูงอายุมาก และไม่ค่อยสนใจในเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ซึ่งควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์กับสื่อโทรทัศน์/วิทยุ/หนังสือพิมพ์ โฆษณาบ่อยๆ ให้เห็นผ่านตาหรือได้ยินให้บ่อยที่สุด เพราะผู้หญิงชอบความสะดวกสบายมากกว่าผู้ชาย ควรกระตุ้นเพื่อให้เกิดความต้องการการใช้งาน และควรมีการออกแบบโฆษณาให้มีความน่าสนใจมีสีสันสวยงาม เพราะผู้สูงอายุเริ่มสายตาค่อนข้างไม่ดี

3) ผลจากการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีและความคิดเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นมากที่สุด คือ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการใช้ระบบการชำระเงินในปัจจุบันส่งผลให้ผู้บริโภคมีความตั้งใจอยากที่จะใช้งานเป็นประจำในอนาคต แต่เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า โดยปกติท่านมักจะชำระค่าสาธารณูปโภคต่างๆ (เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์) โดยการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเฉลี่ยที่ต่ำที่สุด ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการเคาน์เตอร์โดยมีการคิดค่าธรรมเนียมในการใช้บริการด้วย ดังนั้นผู้วิจัยของเสนอแนะว่า หน่วยงานภาครัฐหรือผู้ที่เกี่ยวข้องต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้กับผู้บริโภคมากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถชำระค่าสาธารณูปโภคได้ทันเวลา ไม่ถูกตัดน้ำ ตัดไฟ จากหน่วยงานภาครัฐได้ และ ให้ออกให้ผู้บริโภคถึงสิทธิประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับหลังจากการใช้งานเสร็จแล้ว เช่น ถ้าใช้บริการนี้จะไม่เสียค่าธรรมเนียมต่างๆ และหน่วยงานภาครัฐควรสร้างโปรแกรมที่สามารถใช้งานได้ เพราะ ถ้าโปรแกรมมีความยากซับซ้อน จะทำให้พฤติกรรมผู้ใช้บริการเปลี่ยนไปไม่ยากที่จะใช้อีกต่อไป

## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

- 1) การศึกษานี้เป็นการศึกษาเฉพาะในกรุงเทพมหานครบางเขตเท่านั้น ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือผู้ที่กำลังจะทำวิจัยควรมีการขยายพื้นที่ในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มเป้าหมายให้ทั่วกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และจังหวัดอื่นๆ เพื่อเป็นการกระจายข้อมูลและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
- 2) ควรศึกษาตัวแปรอื่นๆ นอกเหนือที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีขอบเขตที่กว้างมากยิ่งขึ้น เช่น ปัจจัยส่วนประสมการตลาด เพื่อที่จะสามารถนำมาเป็นแนวทางในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดให้ดียิ่งขึ้นไป และอาจจะศึกษาปัจจัยความเสี่ยง เพราะการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ถือเป็นความเสี่ยงที่ผู้บริโภคยังมีความกังวลอยู่

## บรรณานุกรม

- เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์. (2557). *การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชยาภรณ์ กิตติพิชัย (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธนาคารออมสิน (2561). *มารู้จักกับ QR CODE ให้มากขึ้นกันดีกว่า*. สืบค้น 6 ตุลาคม 2561, จาก <https://www.gsb.or.th/Blogs/Financial/GSBPAYQRCode.aspx>
- นุชจรินทร์ ชอบดำรงธรรม (2553). *อิทธิพลของสื่อโฆษณาในเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค*. (การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). นครนายก: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปิยพร อรุณเกรียงไกร (2560). *QR Code ยกระดับประเทศไทยสู่สังคมไร้เงินสด*. สืบค้น 6 ตุลาคม 2561, จาก <https://themomentum.co/qr-code-cashless-thailand/>
- วิโรไท สันติประภาพ, ธนา เขียวอัจฉริยะ และศิริจันทร์ สมภาร (2559). *คิวอาร์โค้ด สังคมไร้เงินสด*. สืบค้น 19 กันยายน 2561, จาก <http://www.bltbangkok.com/article/info/8/394>
- ศนิ อนันต์รัตนโชติ (2553). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบเว็บไซต์ (Web Payment) ของผู้ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภรานันท์ กาญจนกุล (2560). *พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครต่อการรับชม Live Video Streaming*. (การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน (ม.ป.ป.). *บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์*. สืบค้น 4 ตุลาคม 2561, จาก <https://www.1213.or.th/serviceunderbot/payment/Pages/payment.aspx>
- สยามพร พิงวาล (2554). *ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ 3G Plus ของเครือข่ายทรูมูฟ เอช ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2558). *รายงานผลการสำรวจ พฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2558 Thailand Internet User Profile 2015*. สืบค้น 2 ตุลาคม 2561, จาก <https://www.eta.or.th/publishingdetail/thailand-internet-user-profile-2015.html>
- สุริพงษ์ ดันดียานนท์ และธิดา บุญยเลขชา (2561). *กรุงเทพฯ กำลังก้าวไปสู่ระบบดิจิทัล*. สืบค้น 19 กันยายน 2561, จาก <http://www.bltbangkok.com/article/info/8/570>
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. (3d ed). New York: John Wiley & Sons.