

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการชำระค่าสินค้าและบริการ ผ่านการสแกน QR Code

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ. 2560



สุพจน์ เต็มธนาคุณุรักษ์

ผู้วิจัย

ผู้วิจัย

Jul Chan

จุล ธนศรีวินิชชัย

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

บุญชิ่ง คงอาชาภัทร

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ดวงพร อาภาศิลป์

Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุรวัฒน์

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีด้วยความกรุณาและช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ดร.บุญยิ่ง คงอาชาภัทร อาจารย์ที่ปรึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ ที่ได้ให้ข้อมูลความรู้ ข้อเสนอแนะแนวความคิด และคำปรึกษา อันเป็นประโยชน์และมีคุณค่าต่อผู้วิจัย ในการแก้ไขข้อบกพร่อง และคอยชี้แนะแนวทางในการทำงานให้ลุล่วงด้วยความเอาใจใส่ตลอดมา เป็นผู้ผลักดันให้เกิดความคืบหน้าโดยตลอด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงยิ่งมา ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างที่เคยชำระค่าสินค้า และบริการผ่านการสแกน QR Code และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยชำระค่าสินค้า และบริการผ่านการสแกน QR Code ที่ได้สละเวลาพร้อมทั้งให้ข้อมูลในการตอบแบบสัมภาษณ์ด้วยความเต็มใจยิ่ง

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณครอบครัวของผู้วิจัยที่ให้กำลังใจอยู่เคียงข้างและให้ความช่วยเหลือตลอดเวลา ตลอดจนพี่ๆ เพื่อนๆ ทุกคนที่ให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จนงานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุพจน์ เต็มธนานุรักษ์

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code

CONSUMER ATTITUDES ON QR CODE PAYMENT

สุพจน์ เต็มธนานุรักษ์ 5950305

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุวรรณ, Ph.D., จุล ชนศรีวินิชชัย, Ph.D.

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคต่อการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงทัศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อบริการชำระเงินค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code และเพื่อศึกษาว่าปัจจัยใดที่จะทำให้ผู้บริโภคเลือกชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เคยและไม่เคยชำระค่าสินค้าและบริการสแกน QR Code กลุ่มละ 13 คน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แล้วนำคำตอบที่ได้มาวิเคราะห์ (Content Analysis)

จากผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีประสบการณ์ในการใช้บริการ Application Mobile Banking สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการนั้นเกิดจากมีโปรโมชั่นเป็นหลัก รองลงมาคือเป็นบริการที่มีประโยชน์ ส่วนกลุ่มที่ยังไม่เคยใช้บริการเป็นเพราะยังไม่มีโอกาสเจอร้านค้าที่รองรับเป็นหลัก รองลงมาคือยังมีความเคยชินกับการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต และเงินสด โดยทั้ง 2 กลุ่มมองว่าบริการนี้เป็นบริการที่ดี สะดวก รวดเร็ว แต่ก็ยังมีความกังวลอยู่บ้างในเรื่องของความปลอดภัย และได้มีข้อเสนอแนะไปในทางทิศทางเดียวกันว่า ควรเพิ่มร้านค้าที่รองรับบริการนี้ให้เพิ่มมากขึ้น สร้างสื่อในรูปแบบต่างๆเพื่อนำวิธีการใช้งานอย่างละเอียด และพัฒนาระบบให้สามารถสะสมคะแนนได้เหมือนบัตรเครดิต ซึ่งจะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้บริการนี้เพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ : การชำระเงินผ่านการสแกน QR Code / QR Payment

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญรูปภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
2. คำถามในการวิจัย	2
3. วัตถุประสงค์การวิจัย	2
4. ขอบเขตการวิจัย	3
5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
6. นิยามศัพท์เฉพาะ	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
1. การชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน QR Code ภายในประเทศไทย (QR Payment)	6
2. รูปแบบของ QR Code ภายในประเทศไทย	8
3. แนวคิด และทฤษฎี Theory of Reasoned Action (TRA)	10
4. แนวคิด และทฤษฎี Theory of Planned Behavior (TPB)	11
5. แนวคิด และทฤษฎี Technology Acceptance Model (TAM)	12
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	17
1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	17
2. กลุ่มตัวอย่าง	18
3. เครื่องมือในการดำเนินการวิจัย	18
4. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	18
5. การวิเคราะห์ข้อมูล	20

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	22
1. การนำเสนอข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	22
2. การนำเสนอข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับ QR Code ของกลุ่มตัวอย่าง	23
3. การนำเสนอพฤติกรรมการใช้ธนาคารของกลุ่มตัวอย่าง	24
4. การนำเสนอพฤติกรรมการรับรู้เทคโนโลยีของกลุ่มตัวอย่าง	26
5. การนำเสนอทัศนคติที่มีต่อการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการ	27
6. การนำเสนอทัศนคติที่มีต่อการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการ	29
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	31
1. สรุปผล และวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)	31
2. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	35
3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	35
บรรณานุกรม	37
ภาคผนวก	40
ประวัติผู้วิจัย	45

สารบัญรูปภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	สัญลักษณ์ QR Code	7
1.2	แสดงตัวอย่างขั้นตอนการชำระเงินผ่าน QR Payment	8
2.1	เปรียบเทียบ QR Code ของต่างประเทศ กับ ประเทศไทย	9
2.2	แสดงตัวอย่าง QR Code แบบ Static	9
2.3	แสดงตัวอย่างการสร้าง QR Code แบบ Dynamic	10
3.1	แสดงทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล (The Theory of Reasoned Action: TRA)	10
4.1	แสดงทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)	11
5.1	แสดงแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)	13

บทที่ 1

บทนำ

1. ที่มา และความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันเป็นยุคที่ Smartphone กลายมาเป็นปัจจัยสำคัญในชีวิตประจำวัน ที่สามารถทำสิ่งต่างๆ ได้มากมาย เช่น เป็นเครื่องมือที่ใช้ค้นหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ สร้างความบันเทิง และอำนวยความสะดวกในเรื่องต่างๆ ทำให้หลายๆ ธุรกิจ ได้รับผลกระทบ และต้องมีการปรับตัวเพื่อให้อยู่รอด ซึ่งรวมไปถึงธุรกิจธนาคารที่ได้รับผลกระทบด้วย และต้องมีการปรับตัว โดยจะเห็นได้จากการเริ่มทยอยปิดสาขา และตู้ ATM แล้วหันไปจัดตั้งทีมที่เกี่ยวข้องกับ Digital Banking มากขึ้น การพัฒนา Application ของแต่ละธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ ที่มีบริการที่ครอบคลุมทุกประเภท ลูกค้าสามารถใช้งาน ทำธุรกรรมทางการเงินได้ด้วยตนเองอย่างง่ายดาย นอกจากนี้การสนับสนุนของรัฐบาลที่ต้องการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นสังคมไร้เงินสด หรือ Cashless Society เริ่มต้นจากการมีบริการโอนเงินระหว่างบัญชีผ่านเบอร์โทรศัพท์มือถือ หรือ หมายเลขบัตรประชาชน ที่เรียกว่า PromptPay และที่มีการเปิดตัวไปเมื่อเร็ว ๆ นี้ก็คือ บริการ QR Payment หรือการชำระเงินผ่าน QR Code ซึ่งผู้ใช้ Smartphone และมีบริการ Mobile Banking สามารถชำระเงินค่าสินค้าและบริการกับร้านที่มี QR Code สำหรับการรับชำระค่าสินค้าและบริการ ได้อย่างง่ายดาย โดยไม่ต้องพกเงินสด และไม่เสียค่าธรรมเนียม ข้อดีของบริการนี้คือ ไม่ว่าจะไม่มีบัญชี หรือ บัตรเครดิตกับธนาคารใดก็ตาม ก็สามารถใช้บริการนี้ได้กับทุกร้านค้า ไม่จำกัดว่าจะต้องใช้กับบัญชี หรือ บัตรเครดิตของธนาคารใดธนาคารหนึ่งเท่านั้น นอกจากนี้ยังเป็นบริการที่มีความปลอดภัยทั้งในเรื่องของการที่ไม่ต้องพกเงินสดจำนวนมาก และด้านระบบของ Application ที่จะมีการให้ตรวจสอบข้อมูลเพื่อยืนยันความถูกต้องก่อนการชำระเงินทุกครั้ง และต้องทำการ Log In ด้วย Username และ Password ก่อนเข้าสู่ระบบทุกครั้ง อย่างไรก็ตามถึงแม้จะเป็นบริการที่เกิดขึ้นมาเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชน แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าการที่จะให้ทุกคนเปลี่ยนพฤติกรรมจากเดิมที่ใช้เงินสดเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ หันมาใช้การชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน QR Code จะเป็นเรื่องที่ยาก และไม่สามารถทำให้ประเทศไทยกลายเป็นสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ได้ 100% ภายในอนาคตอันใกล้ (ปิยพร อรุณเกรียงไกร, 2560: <https://thestandard.co/standardqrcode/>)

ภาพรวมการชำระเงินค่าสินค้าและบริการผ่าน QR Code ภายในประเทศไทยถือว่าอยู่ในช่วงเริ่มต้น โดยธนาคารแห่งประเทศไทยได้มีการเก็บข้อมูล และพบว่าประชาชนในต่างจังหวัดให้ความสนใจ และต้องการใช้ระบบ QR Payment เพื่อลดการใช้เงินสด กระตุ้นให้เกิดการใช้จ่าย และลดขั้นตอนในการเบิกเงินสดจากธนาคาร หรือ ตู้ ATM แต่ยังคงมีปัญหาในเรื่องของร้านค้าที่รองรับการชำระผ่าน QR Payment ยังน้อย ต่างจากภายในจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ร้านค้าหลายแห่งเริ่มหันมารองรับบริการ QR Payment ทำให้เกิดความสะดวกในการใช้จ่ายใช้สอย (Fayossy, 2560: <https://www.marketingoops.com/news/brand-move/qr-code-payment/>)

ในการทำการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงทัศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ซึ่งจะทำให้ได้รับรู้ถึงทัศนคติ มุมมอง และความคิดเห็นต่างๆเกี่ยวกับการชำระเงินผ่านการสแกน QR Code ทั้งจากผู้ที่เคยใช้บริการ และยังไม่เคยใช้บริการว่าเหตุใดจึงเลือกใช้ และไม่ใช้บริการดังกล่าว รวมถึงศึกษาด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนารูปแบบการบริการดังกล่าวให้สามารถดึงดูด และผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมมาใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code มากขึ้น

2. คำถามในการวิจัย

- 2.1 ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code อย่างไรบ้าง
- 2.2 ปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code

3. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 3.1 เพื่อศึกษาทัศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ทั้งในกลุ่มผู้ที่ใช้งาน และไม่ใช้งาน
- 3.2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ทั้งในกลุ่มผู้ที่ใช้งาน และไม่ใช้งาน

4. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาว่าผู้บริโภคที่เคย และไม่เคยใช้บริการ การชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code มีทัศนคติต่อบริการดังกล่าวอย่างไร และศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้ที่เคยใช้ และปัจจัยที่จะทำให้ผู้ที่ไม่เคยใช้ เลือกใช้บริการดังกล่าว โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่างผู้ชาย และผู้หญิง วัยทำงาน ที่เคย และไม่เคยชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code กลุ่มละ 13 คน ระยะเวลาในการวิจัยครั้งนี้ จะดำเนินการศึกษาตั้งแต่เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2560 ถึง เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2560

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 ทำให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลักดันให้เกิดการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ทราบถึงทัศนคติ และมุมมอง ของผู้ที่เคย และไม่เคยใช้

5.2 ทำให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลักดันให้เกิดการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ทราบถึงปัจจัยที่จะกระตุ้นให้เกิดการใช้งาน

5.3 ทำให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลักดันให้เกิดการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ทราบว่าควรหลีกเลี่ยงปัจจัยใด เพื่อไม่ให้เป็นข้อขัดขวางในการใช้งานของผู้บริโภค

5.4 ทำให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลักดันให้เกิดการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ทราบถึงลักษณะของประสบการณ์จากการใช้งานที่ผู้บริโภคคาดหวัง และไม่คาดหวังที่จะพบเจอ

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

QR Code ย่อมาจาก Quick Response เป็นบาร์โค้ด 2 มิติ ที่มีต้นกำเนิดมาจากประเทศญี่ปุ่น โดยบริษัท Denso-Wave ตั้งแต่ปี 1994 คุณสมบัติของ QR code คือ เป็นสัญลักษณ์แทนข้อมูลต่างๆ ที่มีการตอบสนองที่รวดเร็ว ซึ่งส่วนใหญ่จะนำมาใช้กับสินค้า, สื่อโฆษณาต่างๆ เพื่อให้ข้อมูลเพิ่มเติม หรือจะเป็น URL เว็บไซต์ เมื่อนำกล้องของโทรศัพท์มือถือไปถ่าย QR Code ก็จะสามารถเข้าสู่เว็บไซต์ได้ทันทีโดยไม่ต้องเสียเวลาพิมพ์ (MarketingOops!, 2553: <https://www.marketingoops.com/news/tech-update/what-is-qr-code/>)

การชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน QR Code (QR Payment) หมายถึง การชำระค่าสินค้าและบริการ โดยการสแกน QR Code ผ่าน Mobile Application ที่เชื่อมต่อกับบัตรเดบิต บัญชีเงินฝากธนาคาร หรือ บัญชี E-Wallet ของผู้ซื้อ ซึ่งจะใช้บริการนี้ได้กับร้านค้าที่รองรับบริการดังกล่าว เมื่อสแกน QR Code ยืนยันยอดเงิน และชื่อผู้รับเงิน ก็สามารถชำระค่าสินค้าและบริการได้ทันที โดยไม่ต้องหยิบเงินสด หรือ บัตรเครดิตออกมาให้ยุ่งยาก (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560: <https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/FinTech/Pages/default.aspx>)

ทัศนคติ (Attitude) เป็นการแสดงความคิดเห็นในลักษณะสั้นๆ ง่ายๆ ซึ่งเป็นการแสดงความคิดเห็นเมื่อถูกถามเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เป็นระดับของความรู้สึกนึกคิดที่เกี่ยวข้องกับภาวะทางจิตใจของบุคคลที่มีต่อตนเอง ต่อบุคคลอื่น และต่อสถานการณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นผลมาจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ ที่พบเจอ และจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมหรือแนวโน้มที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่างๆ ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ในรูปแบบของการสนับสนุนหรือคัดค้านก็ได้ (กรุงเทพธุรกิจ, 2558: <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/634487>)

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่ใช้ประโยชน์จากสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการโดยตรงของบุคคลผู้นั้น ผลที่ได้รับจากการบริโภคคือ อรรถประโยชน์หรือความพอใจ ผู้บริโภคอาจจะเป็นตัวบุคคล กลุ่มบุคคล คริวเรือน และอาจหมายถึงรัฐบาลด้วยก็ได้ ประเด็นสำคัญอยู่ที่ว่าการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นจะต้องไม่ใช่เป็นการนำไปผลิตหรือขายต่อ ส่วนความหมายในทางเศรษฐศาสตร์ ผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาถึงวิธีการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่จำกัด อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อผลิตสินค้าและบริการต่างๆสนองต่อความต้องการของมนุษย์ ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่าผู้บริโภค หมายถึง ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ และหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้า หรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ โดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม (iM2Market, 2560: <https://www.im2market.com/2017/09/04/4545>)

ผู้ให้บริการ QR Payment หมายถึง บริษัทที่ให้บริการทางการเงินทั้งในรูปแบบธนาคาร และไม่ใช่นานการ ที่เป็นผู้ให้บริการ QR Payment แก่ร้านค้าเพื่อรองรับการชำระเงินผ่าน QR Payment ของผู้บริโภค รวมถึงเป็นผู้ให้บริการที่มี Mobile Application ให้ผู้บริโภคสามารถผูกบัญชี หรือ บัตรเครดิต และชำระเงินผ่าน Application ได้ ทั้งนี้บริษัทที่ผู้ให้บริการจะต้องผ่านการรับรองของธนาคารแห่งประเทศไทย

Smartphone หมายถึง โทรศัพท์มือถือที่มีความสามารถมากกว่าการโทรเข้า โทรออก และรับสาย โดยจะมี Application ที่เพิ่มความสามารถให้ใช้งานได้หลากหลาย รองรับการใช้งาน

อินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายมือถือ และสัญญาณ Wi-Fi และที่สำคัญคือมีกล้องถ่ายรูป (สยามโฟน ดอทคอม, 2557: <https://news.siamphone.com/news-14121.html>)



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการชำระเงินค่าสินค้าและบริการผ่าน QR Code ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นกรอบ และแนวทางในการศึกษาดังนี้

1. การชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน QR Code ภายในประเทศไทย (QR Payment)
2. รูปแบบของ QR Code ภายในประเทศไทย
3. แนวคิด และทฤษฎี Theory of Reasoned Action (TRA)
4. แนวคิด และทฤษฎี Theory of Planned Behavior (TPB)
5. แนวคิด และทฤษฎี Technology Acceptance Model (TAM)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน QR Code ภายในประเทศไทย (QR Payment)

ในปัจจุบัน การชำระค่าสินค้าและบริการ มีหลายช่องทางให้เลือก ทั้งบัตรเครดิต เงินสด หรือโอนเงินผ่านช่องทางต่างๆ แต่ก็ยังมีอีกหนึ่งช่องทางที่มีต้นทุนต่ำ รวดเร็ว และปลอดภัย ซึ่งก็คือ การชำระเงินผ่าน QR Code (QR Payment) ซึ่ง ธนาคารแห่งประเทศไทย ร่วมกับผู้ให้บริการบัตรเครดิต และผู้ให้บริการทางการเงินในประเทศไทย จัดงานแถลงข่าวการนำ QR Code ที่เป็น Standard QR Code ซึ่งเป็นมาตรฐานเดียวกันกับผู้ให้บริการทุกราย มาใช้ในการชำระเงินในประเทศไทย ซึ่งจะช่วยลดความซ้ำซ้อนของการมี QR Code หลากหลายรูปแบบ และช่วยส่งเสริมการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์หรือ E-Payment ในมิติต่าง ๆ โดยคาดว่าจะสามารถเริ่มใช้ได้ทั่วไปภายในไตรมาส 4 ปี พ.ศ. 2560 นี้

QR Code ย่อมาจาก Quick Response Code ที่เป็นสัญลักษณ์สี่เหลี่ยม สีดำ สีขาว คือรหัสชนิดหนึ่งที่เกิดมาจาก Barcode แต่ใช้งานง่ายกว่า และเก็บข้อมูลได้มากกว่า ซึ่งเราสามารถอ่านข้อมูล QR Code ได้ผ่านการสแกน QR Code บนสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตได้ ปัจจุบัน QR Code ได้รับการพัฒนาให้สามารถใช้จ่ายสินค้าและบริการตามร้านค้าได้แล้ว โดยใน QR Code จะมีข้อมูล

จำเป็นสำหรับการจ่ายเงินซื้อสินค้าต่างๆ ควบคู่กับ Application มือถือที่เชื่อมต่อกับบัตรเครดิต บัตรเดบิต บัญชีธนาคาร หรือ e-Wallet ของเรา สามารถจ่ายตามร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ร้านค้าปลีก ร้านค้าริมถนน รวมถึงร้านค้าออนไลน์ แต่ยังไม่ใช่ทุกร้านดังนั้นต้องสังเกตว่าร้านค้านั้นมีป้ายที่บอกว่าเป็นร้านที่รับชำระด้วย QR Code หรือไม่



ภาพที่ 1.1 สัญลักษณ์ QR Code

ที่มา : <https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/FinTech/Pages/default.aspx>

ข้อดีของการชำระเงินผ่าน QR Code

1. สะดวก ใช้งานง่าย ไม่ต้องพกเงินสดหรือพกบัตรให้ยุ่งยาก
2. ปลอดภัย โดยไม่ต้องใช้บัตรสีกใบ หรือไม่ต้องให้ข้อมูลบัญชีธนาคาร ซึ่งลดความเสี่ยงการโดนขโมยข้อมูล
3. มั่นใจ ระบบการชำระเงินเป็นบริการของธนาคาร และผู้ให้บริการชำระเงินในปัจจุบันซึ่งมีความน่าเชื่อถือ และระบบ QR CODE ของไทยเป็นไปตามมาตรฐานสากล

วิธีการชำระเงินผ่าน QR Code

1. เลือกประเภทการชำระเงินจาก Mobile Application ใน Smartphone ของธนาคารที่มีบัญชีเงินฝาก บัตรเครดิต หรือ E-Wallet
2. สแกน QR Code ของร้านค้าที่ต้องการชำระเงิน ผ่าน Mobile Application ใน Smartphone

3. ระบุจำนวนเงินที่ต้องการชำระ พร้อมตรวจสอบชื่อร้านค้า หรือ ชื่อผู้รับเงิน และ ยืนยันการชำระเงิน

4. ระบบ Mobile Application ของผู้ให้บริการจะแสดงข้อมูลการยืนยันการชำระเงิน



ภาพที่ 1.2 แสดงตัวอย่างขั้นตอนการชำระเงินผ่าน QR Payment

ที่มา : <https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/FinTech/Pages/default.aspx>

2. รูปแบบของ QR Code ภายในประเทศไทย

ในประเทศไทยมีการพัฒนา QR Code สำหรับใช้ในบริการ QR Payment ภายใต้โจทย์หลักคือ “ทำอย่างไรที่จะป้องกันไม่ให้ผู้บริโภครับผิดชอบ และต้องมี QR Code เดียว รองรับการใช้งานได้ทุกธนาคาร” จึงเป็นที่มาว่าประเทศไทยมีมาตรฐานของ QR Code ที่ใช้ร่วมกัน ไม่ได้แบ่งตามผู้ให้บริการแต่ละราย



ในประเทศไทย สิ่งไหนที่เราอยากเห็น ?

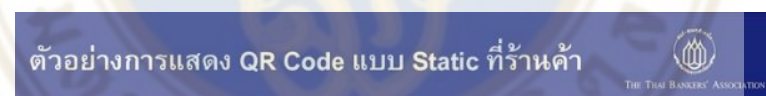


ภาพที่ 2.1 เปรียบเทียบ QR Code ของต่างประเทศ กับ ประเทศไทย

ที่มา : <https://www.marketingoops.com/news/brand-move/qr-code-payment/>

รูปแบบการใช้ QR Code ในประเทศไทยมี 2 รูปแบบ คือ

1. QR Code แบบ Static: QR Code จะไม่เปลี่ยนแปลง ร้านค้าสามารถปรี้นท์ออกมาแปะที่ร้าน เพื่อให้ลูกค้าชำระเงินได้ จนกว่าทางร้านค้าจะมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูล เช่น เลขที่บัญชีที่รับชำระเงิน ทั้งนี้ QR Code ลักษณะนี้ ลูกค้าจะเป็นผู้ระบุจำนวนเงินด้วยตนเอง



ภาพที่ 2.2 แสดงตัวอย่าง QR Code แบบ Static

ที่มา : <https://www.marketingoops.com/news/brand-move/qr-code-payment/>

2. QR Code แบบ Dynamic: QR Code จะเปลี่ยนแปลงทุกครั้ง โดยทางร้านค้าจะสร้าง QR Code ใหม่ทุกครั้ง เพื่อให้ลูกค้าสแกนเพื่อชำระเงิน ในกรณีนี้ลูกค้าไม่ต้องระบุจำนวนเงินเอง ทางร้านค้าจะระบุจำนวนเงินที่ต้องชำระตอนสร้าง QR Code มาแล้ว

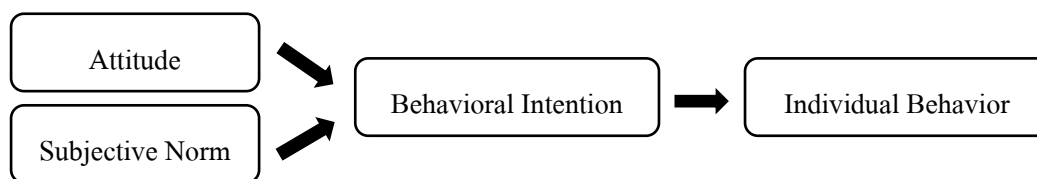


ภาพที่ 2.3 แสดงตัวอย่างการสร้าง QR Code แบบ Dynamic

ที่มา : <https://www.marketingoops.com/news/brand-move/qr-code-payment/>

3. แนวคิด และทฤษฎี Theory of Reasoned Action (TRA)

Fishbein และ Ajzen (1975) ได้คิดค้นทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล (The Theory of Reasoned Action: TRA) ซึ่งกล่าวถึงพฤติกรรมโดยทั่วไป ของมนุษย์ว่า การกระทำทุกอย่างของมนุษย์เกิดจากการใช้เหตุผล และข้อมูลประกอบการตัดสินใจว่าจะกระทำ หรือไม่กระทำสิ่งใด ดังนั้นการทำนายพฤติกรรมของมนุษย์จะต้องพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้อง หรือส่งผลต่อการตัดสินใจของมนุษย์ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การแสดงพฤติกรรมของ แต่ละบุคคล (Individual Behavior) คือ ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention) ซึ่งได้รับผลกระทบ หรือแรงผลักดันจากทัศนคติ (Attitude) และ บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norm)



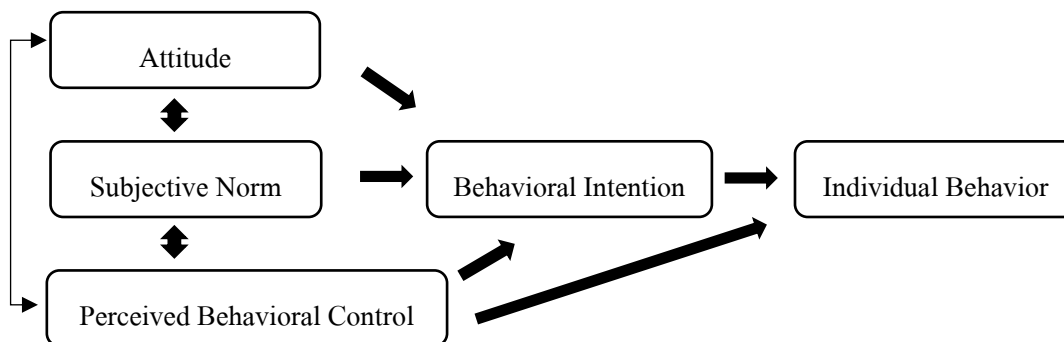
ภาพที่ 3.1 แสดงทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล (The Theory of Reasoned Action: TRA)

ที่มา : http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/july_sep_13/pdf/aw01.pdf

สิงหะ ฉวีสุข และ สุรินทร์ วงศ์จตุรภัทร (2555) กล่าวว่า จากหลักการของทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล (The Theory of Reasoned Action: TRA) แม้ว่าการแสดงพฤติกรรมของแต่ละบุคคลเกิดจากการตัดสินใจของบุคคล แต่ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมโดยตรง คือความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention) ซึ่งความตั้งใจนี้จะถูกกำหนดจาก 2 ปัจจัยหลัก ปัจจัยแรกคือทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (Attitudes towards the behavior) ซึ่งเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล โดยบุคคลจะประเมินพฤติกรรมจากความเชื่อถึงผลที่จะตามมา ถ้าประเมินได้ผลเชิงบวก จะมีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรม แต่ถ้าประเมินได้ผลเชิงลบ จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรม ปัจจัยที่สองคือบรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norm) ความต้องการของบุคคลในสังคมที่มีความสำคัญต่อตัวบุคคลจะเป็นแรงจูงใจให้เกิดหรือไม่เกิดพฤติกรรม

4. แนวคิด และทฤษฎี Theory of Planned Behavior (TPB)

Azjen (1985) ได้พัฒนาแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ซึ่งเป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคม (Social Psychology) ที่พัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ของ Azjen และ Fishbein (1975) โดยทฤษฎีนี้จะอธิบายว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention) ประกอบด้วยทัศนคติ (Attitude) บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norm) และการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavior Control)



ภาพที่ 4.1 แสดงทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

ที่มา : http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/july_sep_13/pdf/aw01.pdf

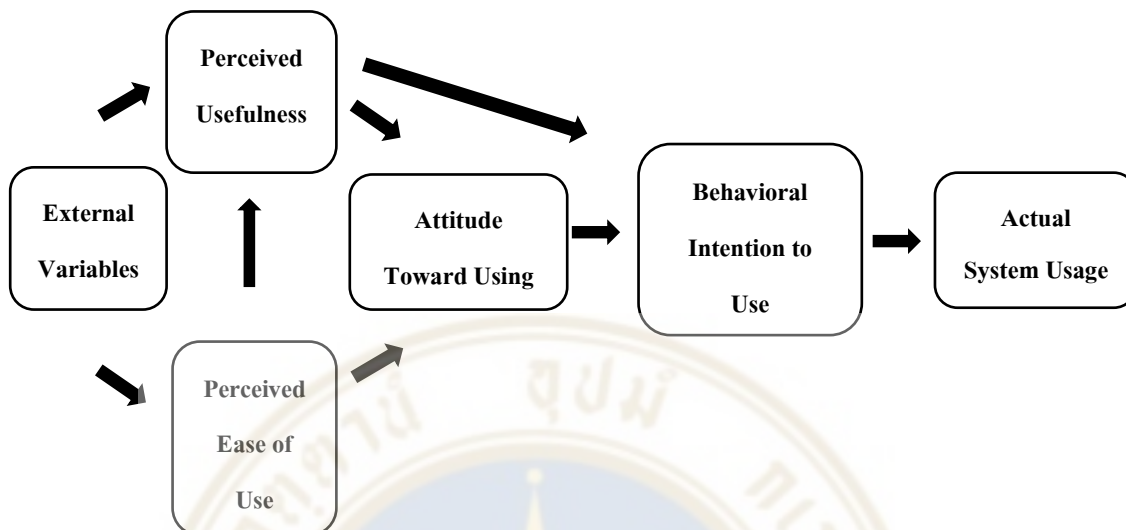
สุวรรณ วิริยะประยูร (2548) กล่าวว่า ถ้าบุคคลใดมีความเชื่อว่าการทำพฤติกรรมใดแล้วจะได้รับผลทางบวก ก็จะมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้นๆ ในทางตรงกันข้าม หากเชื่อว่าการทำพฤติกรรมใดแล้วจะได้รับผลทางลบ ก็จะมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมนั้นๆ (Attitude toward the behavior) ด้านบรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norm) ถ้าบุคคลได้รับรู้ว่าคนที่มีผลสำคัญต่อเขาได้ทำพฤติกรรมนั้นๆ หรือต้องการให้เขาทำพฤติกรรมนั้นๆ ก็จะมีแนวโน้มที่จะคล้อยตาม และในด้านการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) ถ้าบุคคลเชื่อว่ามีความสามารถที่จะกระทำพฤติกรรม และสามารถควบคุมให้เกิดผลได้ดังต้องการ ก็จะมีแนวโน้มที่จะทำพฤติกรรมนั้น

พิชามญช์ อุดลวิทย์ (2554) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมกรรมการแบ่งปัน และแลกเปลี่ยนความรู้ โดยอ้างอิงจากทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผนว่า การแบ่งปัน และแลกเปลี่ยนความรู้จะเกิดขึ้นเมื่อปัจจัยแรกซึ่งก็คือ บุคคล เชื่อว่าการแบ่งปันความรู้กับบุคคลากรในองค์กร จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อทั้งตนเอง และองค์กร ปัจจัยที่สอง คือการที่บุคคลเห็นว่าบุคคลที่มีความสำคัญต่อเขาในองค์กร เช่น ผู้บริหาร หัวหน้างาน มีการแบ่งปัน และแลกเปลี่ยนความรู้ เขาก็จะมีแนวโน้มในการปฏิบัติตาม และปัจจัยสุดท้าย คือการรับรู้ที่ตนเองมีความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมกรรมการแบ่งปันความรู้ให้ เป็นไปตามที่ต้องการได้มาก

5. แนวคิด และทฤษฎี Technology Acceptance Model (TAM)

Davis Bagozze และ Warshaw (1989) ได้พัฒนาทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล (The Theory of Reasoned Action: TRA) จนเกิดแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology

Acceptance Model: TAM) โดยเน้นศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อการยอมรับ หรือการตัดสินใจที่จะใช้เทคโนโลยี หรือนวัตกรรมใหม่ๆ



ภาพที่ 5.1 แสดงแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

ที่มา : <http://journal.it.kmitl.ac.th/getFile.php?articleId=4fc7969f1698b87278000000>

โดยหลักการของ Technology Acceptance Model (TAM) จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลัก ได้แก่ ปัจจัยแรก คือตัวแปรภายนอก (External Variables) เช่น ข้อมูลประชากร (Demographic) หรือประสบการณ์ (Previous Experience) เป็นต้น มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่จะได้รับจากเทคโนโลยี และการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน ปัจจัยที่สอง คือการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี (Perceived Usefulness) คือปัจจัยที่กำหนดการรับรู้ในแต่ละบุคคลว่าเทคโนโลยีมีประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตอย่างไร และเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยี ปัจจัยที่สาม คือการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) คือปัจจัยที่กำหนดในแง่ปริมาณ หรือความสำเร็จที่ได้รับว่าตรงกับความต้องการที่คาดหวังไว้หรือไม่ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี และปัจจัยสุดท้าย คือทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี และการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน ในขณะที่ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้งาน ได้รับอิทธิพลจากทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี และส่งผลให้เกิดการยอมรับการใช้งานจริงในที่สุด (สิงหะ ฉวีสุข และ สุนันทา วงศ์ตุรภัทร, 2555)

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภัทรภรณ์ พรวิริยางกูร (2559) ได้ศึกษาถึงความคิดเห็น และพฤติกรรมของนักศึกษาหญิง ในการใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) พบว่ากลุ่มที่เคยใช้บริการ เลือกใช้เพราะความสะดวก รวดเร็วเป็นหลัก และผู้ที่มีประสบการณ์ที่ดีในการใช้งานก็จะมีการแนะนำให้คนรอบข้างใช้ต่อ แต่ในทางกลับกันก็มีส่วนคิดว่าเป็นบริการที่ทำให้เสียเงินง่าย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เสนอแนะว่าผู้ให้บริการควรสื่อสารถึงประโยชน์ที่จะได้รับการใช้งานให้มากขึ้น และต้องมีการพัฒนาอยู่เสมอเพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ใช้เดิม หันไปใช้บริการอื่นที่อาจจะดีขึ้นในอนาคตแทน นอกจากนี้การสื่อสารด้านความปลอดภัยของข้อมูล และการทำธุรกรรม ก็ถือเป็นเรื่องสำคัญที่จะทำให้ผู้ที่ไม่เคยใช้งาน หันมาใช้งานได้

วงศิยา เลิศไตรรักษ์ (2556) ได้ศึกษาการคาดการณ์แนวโน้มการยอมรับ และการเติบโตของเทคโนโลยีระบบชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Payment) ในประเทศไทย โดยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ข้อมูล และทฤษฎีที่เกี่ยวกับการแพร่กระจายของนวัตกรรม (Diffusions of Innovations) พบว่าเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่นนั้น ประเทศไทยจะมีการพัฒนาที่ช้ากว่าเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง ได้แก่ เทคโนโลยี ผู้บริโภค รวมถึงร้านค้าที่จะเข้าร่วมบริการดังกล่าว

กาญจนา โพยารส (2557) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจ และพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่เกิดจากความสะดวกในการใช้บริการ ความหลากหลายของการให้บริการ และความสนใจในการใช้บริการ นอกจากนี้ยังพบว่าทางด้านอารมณ์ ส่วนที่สำคัญมาก คือความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงิน และรองลงมาคือความรู้สึกว่าทำธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเอง ส่งเสริมให้เป็นคนที่คุณทันสมัย ด้านเหตุผล พบว่าการที่ทำธุรกรรมได้เองตลอด 24 ชั่วโมง ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่าย มีผลมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัย และค่าธรรมเนียม ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าทางเลือกในการทำธุรกรรมขั้นตอนในการสมัคร และวิธีการใช้งานง่าย มีผลมาก และสุดท้ายด้านปัจจัยภายนอก พบว่ากระแสของสังคมที่ใช้บริการไม่ได้มีผลต่อการใช้งานมาก

อัญชฎา สายสนั่น ณ อรุณยา (2558) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ พบว่าส่วนใหญ่รู้จักธนาคารออนไลน์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต รองลงมาคือรู้จักผ่านธนาคารที่ใช้บริการ ในด้านทัศนคติเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ พบว่าความง่ายในการใช้งาน

เป็นสิ่งที่พึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือความถูกต้องแม่นยำของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ สิ่งที
 พึงพอใจมากที่สุด คือมีหลักฐานการทำธุรกรรมทุกครั้ง ด้านบริการ พบว่าการบริการที่พึงพอใจที่สุด
 การโอนเงินภายในธนาคารเดียวกัน รองลงมาคือ ชำระเงินซื้อสินค้าออนไลน์

พรพรรณ ช้างงานเนียม (2553) ศึกษาลักษณะบุคคล ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการ
 ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของลูกค้าธนาคารใน
 กรุงเทพมหานคร โดยเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ พบว่าในด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ กลุ่มตัวอย่างมีความ
 พึงพอใจในเรื่องของความแม่นยำ ความถูกต้องของข้อมูล รองลงมาคือการติดตามผลการทำ
 ธุรกรรมได้ทันทีที่ทำธุรกรรมเสร็จ ด้านการบริการ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากในด้านการช่วยทุ
 แรงในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร หรือตู้ ATM ช่วยประหยัดเวลากว่าช่องทางอื่นๆ
 รองลงมาคือการทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง การบริการของพนักงานหลังสมัครใช้บริการ ด้าน
 ระบบทางกายภาพ มีความพอใจในระดับปานกลางในเรื่องภาษาที่เข้าใจง่าย อธิบายขั้นตอนการใช้
 งานง่าย และชัดเจน และรูปแบบที่แสดงบนหน้าจอ ด้านความปลอดภัยมีความพอใจในระดับกลาง
 ทั้งเรื่องของรหัสผ่าน และการลงทะเบียนใช้งาน

อภิชาติ เทศสวัสดิวงศ์ (2553) ศึกษาทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทาง
 การเงินบนมือถือของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ พบว่าทัศนคติของกลุ่ม
 ตัวอย่างต่อกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ ได้แก่ขั้นตอนการใช้งาน ภาพลักษณ์ ความปลอดภัย ความ
 สะดวก และความถูกต้อง อยู่ในระดับดี ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้งานพบว่าใช้เพื่อตรวจสอบ
 ยอดเงินคงเหลือมากที่สุด รองลงมาคือการโอนเงินระหว่างบัญชี การชำระค่าสินค้าหรือบริการ และ
 เติมเงินโทรศัพท์มือถือ ตามลำดับ ด้านพฤติกรรมการใช้งาน พบว่าใช้เพราะ สะดวก รวดเร็ว
 ประหยัดเวลา และประหยัดค่าใช้จ่าย

Niklas Arvidsson (2014) ได้ศึกษาเรื่อง Consumer Attitudes on Mobile Payment
 Services โดยการให้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 169 ตัวอย่าง จากประชากร 294 คน ที่ใช้บริการ Mobile
 Payment และให้คะแนนการบริการในระดับสูง คอบแบบสอบถาม โดยเป็นแบบสอบถามที่อยู่ใน
 กรอบของ Technology Adoption Model และ Diffusion of Innovation Theory พบว่า ความง่ายใน
 การใช้งานมีผลต่อการเริ่มใช้งานมากที่สุด โดยเริ่มต้นควรมีการแนะนำในรูปแบบ Learning Process
 เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย รองลงมาคือ ข้อดีเชิงเปรียบเทียบกับการชำระเงินรูปแบบเดิม ซึ่งหาก
 ผู้บริโภคพบว่ามีข้อดีกว่าก็จะใช้งาน

Hiram Ting, Yusman Yacob, Lona Liew, Wee Ming Lau (2015) ได้ศึกษาเรื่อง
 Intention to Use Mobile Payment System: A Case of Developing Market by Ethnicity โดย
 แบบสอบถามอยู่ภายใต้กรอบของ Theory of planned behavior (TPB) ที่มีรากฐานมาจาก Theory of

reasoned action (TRA) พบว่า ชาวมาเลเซียเริ่มต้นที่จะยอมรับบริการ Mobile Payment เนื่องจากเป็นบริการที่ง่าย และมีประสิทธิภาพในการทำธุรกรรมทางการเงิน นอกจากนี้ยังพบว่าตัวแปรต่างๆที่นำมาใช้ ได้แก่ ทักษะคิด บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม มีผลต่อการใช้บริการ Mobile Payment ทั้งหมด

Tencent Research Institute, Ipsos, The Chongyang Institute for Financial Studies at Renmin University (2017) ศึกษาเกี่ยวกับ Mobile Payment Usage in China in 2017 พบว่าร้านค้าในประเทศจีนหันมาใช้บริการ WeChat Pay ซึ่งเป็นบริการชำระเงินผ่าน Mobile Payment จากสถิติพบว่าประเทศจีนมีการใช้ Mobile Payment เพิ่มมากขึ้นทุกปี และที่น่าสนใจคือ การชำระเงินผ่าน Mobile Payment กับ Non-Banking Application มีมูลค่าสูงกว่าการชำระเงินผ่าน Mobile Payment ของ Banking Application จากข้อมูลพบว่าตั้งแต่มี WeChat Pay ประชากรจีนมีการชำระเงินผ่านช่องทางนี้แทบจะทุกโอกาส โดยจะใช้เงินสดก็ต่อเมื่อร้านค้ารับเฉพาะเงินสด ชำระยอดเงินน้อย และสัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่ดี นอกจากนี้ 84% ของกลุ่มตัวอย่างไม่รู้สึกรู้สึกรเป็นกังวลหากในชีวิตประจำวันไม่ได้พกเงินสด เพราะสามารถใช้ Mobile Payment ได้ จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมของประชากรจีนได้เปลี่ยนเข้าสู่สังคมไร้เงินสด หรือ Cashless Society เกือบจะเต็มตัวแล้ว

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ พบว่าภายในประเทศไทยมีการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ การใช้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต แนวโน้มการยอมรับระบบชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ แรงจูงใจต่อการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออนไลน์ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ส่วนในต่างประเทศนั้นมีการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อการใช้บริการการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Payment) ความตั้งใจในการใช้บริการการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Payment) และการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศจีน จากงานวิจัยที่ศึกษานั้น จะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับการใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ต และการใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ เท่านั้น จึงเป็นที่มาที่ทำให้ผู้วิจัยศึกษาในหัวข้อ ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ซึ่งการชำระเงินผ่านการสแกน QR Code ยังเป็นเรื่องที่ใหม่สำหรับประเทศไทย การศึกษาทัศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อบริการดังกล่าว จะเป็นแนวทางแก่ผู้ให้บริการในการพัฒนาระบบให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้ในอนาคต

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยทัศนคติของผู้บริโภคต่อการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code นี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นหลัก และจะสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวกับผู้ชาย และผู้หญิง ที่อยู่ในวัยทำงาน ที่เคย และยังไม่เคยชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code กลุ่มละ 13 คน รวมทั้งหมด 26 คน จากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ในลำดับถัดไป โดยแบ่งขั้นตอน ดังนี้

1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
2. กลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือในการดำเนินงานวิจัย
4. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก แบบตัวต่อตัว (In-depth interview) กับกลุ่มตัวอย่างผู้ชาย และผู้หญิง ที่อยู่ในวัยทำงาน ที่เคย และยังไม่เคยชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code กลุ่มละ 13 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาทำการวิเคราะห์ (Content Analysis) เริ่มจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาถอดรหัสแบบเปิด (Open Coding) ทารหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) เพื่อค้นหาทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่อการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน QR Code

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ชาย และผู้หญิงที่เคย และยังไม่เคยชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code กลุ่มละ 13 คน โดยการใช้ QR Code ในการชำระค่าสินค้าและบริการ คือ การใช้ Application ของธนาคารใดก็ได้ เพื่อชำระค่าสินค้าและบริการกับร้านค้าที่รองรับการชำระเงินผ่าน QR Code

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเลือกในงานวิจัยหัวข้อ ทักษะของผู้บริโภคต่อการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code คือผู้ชาย และผู้หญิงที่อยู่ในวัยทำงาน ที่เคย และยังไม่เคยชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code กลุ่มละ 13 คน โดยการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน QR Code นี้ เป็นสิ่งที่รัฐบาลพยายามจะสนับสนุน เพื่อให้สังคมไทยเป็นสังคมที่ไร้เงินสด หรือ Cashless Society โดยปัจจุบันร้านค้าที่รองรับการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code มีเพิ่มขึ้นเรื่อยๆทั้งในย่านธุรกิจสำคัญ ร้านค้าแผงลอย และเริ่มมีการขยายไปในพื้นที่ต่างจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญภายในประเทศ

3. เครื่องมือในการดำเนินการวิจัย

แบบสัมภาษณ์ที่ใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ชาย และผู้หญิงที่อยู่ในวัยทำงาน ที่เคย และยังไม่เคยชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code แบ่งออกเป็น 2 ชุด คือสำหรับผู้ที่เคยชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code และสำหรับผู้ที่ไม่เคยชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code โดยแต่ละชุดคำถามจะประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ การรับรู้เกี่ยวกับ QR Code พฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร พฤติกรรมกรรับรู้เทคโนโลยี และทัศนคติที่มีต่อบริการ การชำระค่าสินค้าและบริการ ผ่านการสแกน QR Code

4. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง มีคำถามที่เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ ดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

4.2 การรับรู้เกี่ยวกับ QR Code

4.2.1 ท่านเคยใช้ QR Code ในการ Add Line หรือ Scan เพื่อเข้าสู่ Website ต่างๆหรือไม่

4.2.2 ท่านมีความเห็นต่อการใช้ QR Code ในการ Add Line หรือ Scan เพื่อเข้าสู่ Link ของ Website ต่างๆ อย่างไร

4.3 พฤติกรรมการใช้บริการทางธนาคาร

4.3.1 ท่านมักจะใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าและบริการด้วยเหตุผลใด

4.3.2 ท่านมักจะใช้เงินสดชำระค่าสินค้าและบริการด้วยเหตุผลใด

4.3.3 ระหว่าง เงินสด และบัตรเครดิต ท่านจะเลือกวิธีใดเป็นอันดับแรก
เพราะเหตุใด

4.3.4 ท่านใช้บริการธนาคารใดบ้าง และใช้ธนาคารใดเป็นหลัก เพราะ
อะไร

4.3.5 จากธนาคารที่ใช้บริการอยู่ ท่านมี Application Mobile Banking
ของธนาคารใดบ้าง และใช้ Mobile Banking ของธนาคารใดเป็นหลัก เพราะเหตุใด

4.3.6 มีธุรกรรมใดบ้างที่ท่านทำผ่านสาขา เพราะเหตุใด

4.3.7 มีธุรกรรมใดบ้างที่ท่านทำผ่าน Application Mobile Banking เพราะ
เหตุใด

4.4 พฤติกรรมการรับรู้เทคโนโลยี

4.4.1 ท่านมีการติดตาม หรือ รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีทาง
การเงินผ่านช่องทางใดบ้าง

4.4.2 ท่านรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการ
สแกน QR Code ผ่านช่องทางใดบ้าง และธนาคารอะไรบ้าง

4.5 ทักษะติดต่อการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code (กลุ่มตัวอย่างที่
เคยใช้บริการ)

4.5.1 ในครั้งแรก ท่านชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code
ของธนาคารใด เพราะเหตุใด

4.5.2 หลังจากชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ท่านมี
ความคิดเห็นต่อบริการดังกล่าวอย่างไร

4.5.3 หากมีโอกาสซื้อสินค้า หรือ ใช้บริการในร้านค้าที่รองรับการชำระ
เงินผ่านการสแกน QR Code ท่านจะตัดสินใจชำระเงินผ่านการสแกน QR Code หรือไม่ เพราะเหตุ
ใด

4.5.4 ท่านมีทัศนคติต่อคนที่ชำระเงินผ่านการสแกน QR Code แตกต่าง
ต่างจากคนที่ชำระเงินด้วยเงินสด หรือไม่ อย่างไร

4.5.5 ท่านคาดหวังประสบการณ์ใด จากการชำระเงินผ่านการสแกน QR
Code ทุกครั้ง

4.5.6 ท่านมีข้อเสนอแนะต่อบริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน
การสแกน QR Code อย่างไร

4.5.7 ท่านจะเลือกวิธีชำระเงินใดเป็นอันดับ 1, 2 และ 3 ระหว่าง QR Code เงินสด และบัตรเครดิต เพราะเหตุใด

4.6 ทักษะคิดต่อการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code (กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการ)

4.6.1 สาเหตุที่ทำให้ท่านยังไม่เคยใช้บริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code คืออะไร

4.6.2 จากที่ได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับบริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ท่านมีความคิดเห็นต่อบริการดังกล่าวอย่างไร

4.6.3 ปัจจัยใดบ้างที่จะกระตุ้นให้ท่านอยากทดลองใช้บริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code

4.6.4 หากมีการทำสื่อในรูปแบบของคลิปวิดีโอสั้นๆ หรือ รูปภาพ เพื่อสอนวิธีการใช้งาน หรือทางร้านค้าคอยแนะนำวิธีการในการใช้งาน จะสามารถกระตุ้นให้ท่านตัดสินใจชำระเงินผ่านการสแกน QR Code หรือไม่ อย่างไร

4.6.5 หากมีโอกาสซื้อสินค้า หรือ ใช้บริการในร้านค้าที่รองรับการชำระเงินผ่านการสแกน QR Code ท่านจะตัดสินใจชำระเงินผ่านการสแกน QR Code หรือไม่ เพราะเหตุใด

4.6.7 ท่านมีทัศนคติต่อคนที่ชำระเงินผ่านการสแกน QR Code แตกต่างจากคนที่ชำระเงินด้วยเงินสด หรือไม่ อย่างไร

4.6.8 ท่านคาดหวังประสบการณ์ใด จากการชำระเงินผ่านการสแกน QR Code ทุกครั้ง

4.6.9 ท่านมีข้อเสนอแนะต่อบริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code อย่างไร

4.6.10 ท่านจะเลือกวิธีชำระเงินใดเป็นอันดับ 1, 2 และ 3 ระหว่าง QR Code เงินสด และบัตรเครดิต เพราะเหตุใด

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ชาย และผู้หญิงที่อยู่ในวัยทำงาน ที่เคย และยังไม่เคยชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ครบทั้ง 2 กลุ่ม คือ 26 คน จะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ (Content Analysis) แล้วนำข้อมูลที่สรุปได้มารวมกัน โดยจับประเด็นที่

สำคัญตรงตามคำถามงานวิจัย และวัตถุประสงค์ เพื่อนำมาแสดงผลในรูปแบบของความถี่ที่กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสัมพัทธ์ จากนั้นจะนำผลดังกล่าวมาสรุปโดยวิธีการบรรยายเชิงพรรณนา



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ทักษะของผู้บริโภคต่อการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ผู้วิจัยได้ศึกษาวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 26 คน โดยแบ่งเป็นผู้ที่เคยและไม่เคยชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code กลุ่มละ 13 คน โดยสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ถึงบริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code พฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร พฤติกรรมการรับรู้เทคโนโลยี และทัศนคติที่มีต่อบริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code จากนั้นได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูลตามลำดับ โดยผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย

- 1 การนำเสนอข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
- 2 การนำเสนอข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับ QR Code ของกลุ่มตัวอย่าง
- 3 การนำเสนอพฤติกรรมการใช้ธนาคารของกลุ่มตัวอย่าง
- 4 การนำเสนอพฤติกรรมการรับรู้เทคโนโลยีของกลุ่มตัวอย่าง
- 5 การนำเสนอทัศนคติที่มีต่อบริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการ
- 6 การนำเสนอทัศนคติที่มีต่อบริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการ

1. การนำเสนอข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการแบ่งกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 26 คน ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือผู้ที่เคยและไม่เคยชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code สามารถแบ่งกลุ่มตามลักษณะประชากรศาสตร์ได้ ดังนี้

- 1.1 กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code จำนวน 13 ตัวอย่าง แบ่งเป็นเพศชาย 4 ตัวอย่าง และเพศหญิง 9 ตัวอย่าง

- พนักงานบริษัทเอกชน อายุ 21 -30 ปี รายได้ 15,000 – 25,000 บาทต่อเดือน 3 ตัวอย่าง
- พนักงานบริษัทเอกชน อายุ 21 -30 ปี รายได้ 25,001 – 35,000 บาทต่อเดือน 5 ตัวอย่าง
- พนักงานบริษัทเอกชน อายุ 21 -30 ปี รายได้มากกว่า 35,000 บาทต่อเดือน 1 ตัวอย่าง
- พนักงานบริษัทเอกชน อายุอยู่ 31 -40 ปี รายได้มากกว่า 35,000 บาทต่อเดือน 2

ตัวอย่าง

- พนักงานบริษัทเอกชน อายุมากกว่า 40 ปี รายได้มากกว่า 35,000 บาทต่อเดือน 1

ตัวอย่าง

- ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อายุ 21 -30 ปี รายได้ 25,001 – 35,000 บาทต่อเดือน 1 ตัวอย่าง

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการชำระค่าสินค้า และบริการผ่านการสแกน QR Code จำนวน 13 ตัวอย่าง แบ่งเป็นเพศชาย 4 ตัวอย่าง และเพศหญิง 9 ตัวอย่าง

- พนักงานบริษัทเอกชน อายุ 21 -30 ปี รายได้น้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน 1 ตัวอย่าง
- พนักงานบริษัทเอกชน อายุ 21 -30 ปี รายได้ 15,000 – 25,000 บาทต่อเดือน 4 ตัวอย่าง
- พนักงานบริษัทเอกชน อายุ 21 -30 ปี รายได้ 25,001 – 35,000 บาทต่อเดือน 1 ตัวอย่าง
- พนักงานบริษัทเอกชน อายุ 21 -30 ปี รายได้มากกว่า 35,000 บาทต่อเดือน 3 ตัวอย่าง
- พนักงานบริษัทเอกชน อายุ 31 -40 ปี รายได้มากกว่า 35,000 บาทต่อเดือน 1 ตัวอย่าง
- ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อายุ 21 -30 ปี รายได้น้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน 1 ตัวอย่าง
- ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อายุ 21 -30 ปี รายได้มากกว่า 35,000 บาทต่อเดือน 1 ตัวอย่าง
- เจ้าของกิจการ อายุ 21 -30 ปี รายได้ 25,001 – 35,000 บาทต่อเดือน 1 ตัวอย่าง

2. การนำเสนอข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับ QR Code ของกลุ่มตัวอย่าง

2.1 กลุ่มตัวอย่างที่เคยชำระค่าสินค้า และบริการผ่านการสแกน QR Code

เมื่อถามถึงประสบการณ์ในการสแกน QR Code เพื่อเพิ่มเพื่อนบน Application Line หรือ เพื่อเข้าสู่เว็บไซต์ต่างๆ พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 13 ตัวอย่างมีประสบการณ์ในการสแกน QR Code และเมื่อนำมาวิเคราะห์ถึงความคิดเห็นที่มีต่อการสแกน QR Code ของกลุ่มตัวอย่าง ได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 มองว่าเป็นวิธีที่เร็ว และสะดวก จำนวน 10 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 มองว่าไม่สะดวกเท่าที่ควร มีหลายขั้นตอน จำนวน 3 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยชำระค่าสินค้า และบริการผ่านการสแกน QR Code

เมื่อถามถึงประสบการณ์ในการสแกน QR Code เพื่อเพิ่มเพื่อนบน Application Line หรือ เพื่อเข้าสู่เว็บไซต์ต่างๆ พบว่ามีกลุ่มตัวอย่าง 12 ตัวอย่างมีประสบการณ์ในการสแกน QR Code และอีก 1 ตัวอย่างไม่มีประสบการณ์ในการสแกน QR Code เมื่อนำมาวิเคราะห์ถึงความคิดเห็นที่มีต่อการสแกน QR Code ของกลุ่มตัวอย่าง ได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 มองว่าเป็นวิธีที่เร็ว และสะดวก จำนวน 10 ตัวอย่าง จาก 12 ตัวอย่าง

อันดับ 2 มองว่าไม่สะดวกเท่าที่ควร มีหลายขั้นตอน จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 12 ตัวอย่าง

3. การนำเสนอพฤติกรรมการใช้ธนาคารของกลุ่มตัวอย่าง

3.1 กลุ่มตัวอย่างที่เคยชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code

เมื่อถามถึงสาเหตุที่ตัดสินใจใช้บัตรเครดิตในการชำระเงินของกลุ่มตัวอย่าง สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุป และ ได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 มีโปรโมชั่น จำนวน 11 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 มูลค่าที่ต้องชำระสูง จำนวน 5 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 3 เงินสดไม่พอชำระ จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

เมื่อถามถึงสาเหตุที่ตัดสินใจใช้เงินสดในการชำระเงินของกลุ่มตัวอย่าง สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุป และ ได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 มูลค่าที่ต้องชำระน้อย จำนวน 7 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 มีโปรโมชั่น จำนวน 4 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 3 มีเงินสดพอที่จะชำระ จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 4 ร้านที่ไปใช้บริการ ไม่รับบัตรเครดิต จำนวน 1 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

เมื่อให้กลุ่มตัวอย่างเลือกว่าจะเลือกวิธีชำระเงินแบบใดก่อน ระหว่างบัตรเครดิต หรือเงินสด สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุป และ ได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 เงินสด จำนวน 7 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 บัตรเครดิต จำนวน 6 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

เมื่อถามถึงทัศนคติที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อการใช้งาน Application Mobile Banking ของธนาคารที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุป และ ได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 สะดวก และง่าย จำนวน 8 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 เป็นบัญชีเงินเดือน จำนวน 4 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 3 กังวลด้านความปลอดภัย จำนวน 1 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

เมื่อถามถึงการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสาขาของธนาคาร สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุป และได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 ยังไปสาขาอยู่เป็นประจำ จำนวน 8 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 แทบจะไม่ไปสาขาแล้ว จำนวน 5 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

เมื่อถามถึงการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application Mobile Banking ของธนาคารที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 13 ตัวอย่าง มีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application Mobile Banking เป็นประจำ

3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code

เมื่อถามถึงสาเหตุที่ตัดสินใจใช้บัตรเครดิตในการชำระเงินของกลุ่มตัวอย่าง สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุป และได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 มีโปรโมชั่น จำนวน 8 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 มูลค่าที่ต้องชำระสูง จำนวน 7 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 3 เงินสดไม่พอชำระ จำนวน 1 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

เมื่อถามถึงสาเหตุที่ตัดสินใจใช้เงินสดในการชำระเงินของกลุ่มตัวอย่าง สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุป และได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 มูลค่าที่ต้องชำระน้อย จำนวน 10 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 มีโปรโมชั่น จำนวน 4 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 3 มีเงินสดพอที่จะชำระ จำนวน 3 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 4 ร้านที่ไปใช้บริการ ไม่รับบัตรเครดิต จำนวน 1 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

เมื่อให้กลุ่มตัวอย่างเลือกว่าจะเลือกวิธีชำระเงินแบบใดก่อน ระหว่างบัตรเครดิต หรือเงินสด สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุป และได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 บัตรเครดิต จำนวน 8 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 เงินสด จำนวน 5 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

เมื่อถามถึงทัศนคติที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อการใช้งาน Application Mobile Banking ของธนาคารที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุป และได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 สะดวก และง่าย จำนวน 12 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 เป็นบัญชีเงินเดือน จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

เมื่อถามถึงการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสาขาของธนาคาร สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุป และได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 ยังไปสาขาอยู่เป็นประจำ จำนวน 10 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 แทบจะไม่ไปสาขาแล้ว จำนวน 3 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง
เมื่อถามถึงการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application Mobile Banking ของธนาคารที่ใช้
อยู่ในปัจจุบัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 13 ตัวอย่าง มีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application
Mobile Banking

4. การนำเสนอพฤติกรรมการรับรู้เทคโนโลยีของกลุ่มตัวอย่าง

4.1 กลุ่มตัวอย่างที่เคยชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code

เมื่อถามถึงแหล่งที่ใช้สำหรับติดตามข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับเทคโนโลยีทางการเงิน
สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุป และ ได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 Social Media Facebook และ Line Official จำนวน 7 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 การประชุม และงานสัมมนาต่างๆ จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 3 ไม่ได้ติดตาม จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 4 คนรอบข้าง จำนวน 1 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 5 Application ทางการเงิน จำนวน 1 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

เมื่อถามถึงช่องทางที่ทำให้ได้รับรู้ถึงบริการการชำระเงินค่าสินค้าและบริการผ่านการ
สแกน QR Code สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุป และ ได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 โฆษณาทาง T.V. ป้าย Billboard จำนวน 9 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 ร้านค้าต่างๆ จำนวน 8 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 3 Facebook จำนวน 5 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 4 คนรอบข้าง จำนวน 1 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

4.2 กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code

เมื่อถามถึงแหล่งที่ใช้สำหรับติดตามข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับเทคโนโลยีทางการเงิน
สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุป และ ได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 Social Media Facebook และ Line Official จำนวน 9 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 คนรอบข้าง จำนวน 3 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 3 การประชุม และงานสัมมนาต่างๆ จำนวน 1 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 4 Application ทางการเงิน จำนวน 1 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 5 ไม่ได้ติดตาม จำนวน 1 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

เมื่อถามถึงช่องทางที่ทำให้ได้รับรู้ถึงบริการการชำระเงินค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุป และได้ผลการวิจัยดังนี้

- อันดับ 1 โฆษณาทาง T.V. ป้าย Billboard จำนวน 6 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง
- อันดับ 2 ร้านค้าต่างๆ จำนวน 4 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง
- อันดับ 3 Facebook จำนวน 3 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง
- อันดับ 4 คนรอบข้าง จำนวน 3 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง
- อันดับ 5 ไม่รู้ว่ามีบริการนี้ จำนวน 1 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

5. การนำเสนอทัศนคติที่มีต่อบริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการ

เมื่อถามถึงเหตุผลในการชำระเงินผ่านการสแกน QR Code สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุปตามหลักการของ Technology Acceptance Model (TAM) ได้ผลการวิจัยดังนี้

- อันดับ 1 ปัจจัยภายนอก จำนวน 11 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง
- อันดับ 2 การรับรู้ประโยชน์จากการใช้ จำนวน 9 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง
- อันดับ 3 การรับรู้ความง่ายในการใช้ จำนวน 4 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง
- อันดับ 4 ทัศนคติต่อการใช้บริการ จำนวน 4 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

เมื่อถามถึงความคิดเห็นหลังจากใช้บริการ สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุป และได้ผลการวิจัยดังนี้

- อันดับ 1 สะดวก ง่าย เร็ว ปลอดภัย จำนวน 12 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง
- อันดับ 2 มีร้านค้าที่รองรับบริการน้อย จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง
- อันดับ 3 ทำให้ใช้จ่ายได้ง่ายเกินไป จำนวน 1 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

เมื่อถามถึงความตั้งใจในการชำระเงินผ่านการสแกน QR Code ในโอกาสถัดไป พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 13 ตัวอย่าง มีความตั้งใจที่จะใช้อีกในอนาคต โดยสามารถสรุปสาเหตุ และได้ผลการวิจัยดังนี้

- อันดับ 1 มีโปรโมชั่น จำนวน 4 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง
- อันดับ 2 ไม่ชอบใช้เงินสด จำนวน 3 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง
- อันดับ 3 ถ้าเงินสดไม่พอ จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง
- อันดับ 4 สะดวก จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง
- อันดับ 5 จำนวนเงินที่ต้องชำระไม่มาก จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

เมื่อถามถึงทัศนคติต่อคนที่ชำระเงินผ่านการสแกน QR Code สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุป และได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 ทັນสมัย รู้จักใช้เทคโนโลยี จำนวน 10 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 เลขๆ ขึ้นอยู่กับความสะดวกของแต่ละคน จำนวน 3 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

เมื่อถามถึงทัศนคติต่อคนที่ชำระเงินด้วยเงินสด พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 13 ตัวอย่าง มองว่าเลขๆ ขึ้นอยู่กับความสะดวกของแต่ละคน

เมื่อถามถึงสิ่งที่คาดหวังหลังใช้บริการ สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุป และได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 ความสะดวก และรวดเร็ว จำนวน 8 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 ความถูกต้อง และความปลอดภัย จำนวน 4 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 3 ขั้นตอนการใช้งานที่ง่ายขึ้น จำนวน 4 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 4 โปรโมชัน จำนวน 3 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 5 ไม่เสียค่าธรรมเนียม จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

เมื่อให้กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะเกี่ยวกับบริการ เพื่อให้ตรงกับความต้องการในการใช้งาน และทำให้มีผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุป และได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 อยากให้มีร้านค้าที่รองรับบริการมากขึ้น จำนวน 7 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 อยากให้การสื่อสารวิธีการใช้งานที่ละเอียดกว่าปัจจุบัน จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 3 อยากให้มีการสะสมคะแนนได้เหมือนบัตรเครดิต จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 4 อยากให้พัฒนาด้านความปลอดภัยให้ได้มากที่สุด จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 5 อยากให้สามารถเลือกได้ว่าตัดเงินจากบัญชี หรือ บัตรเครดิต จำนวน 1 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

เมื่อให้กลุ่มตัวอย่างเรียงลำดับวิธีการชำระเงินที่จะเลือกใช้ ระหว่าง QR Code เงินสด และบัตรเครดิต ได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 บัตรเครดิต > QR Code > เงินสด จำนวน 5 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 เงินสด > QR Code > บัตรเครดิต จำนวน 4 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 3 QR Code > เงินสด > บัตรเครดิต จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 4 บัตรเครดิต > เงินสด > QR Code จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

6. การนำเสนอทัศนคติที่มีต่อบริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการ

เมื่อถามถึงสาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างยังไม่ได้ชำระเงินผ่านการสแกน QR Code สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุป และได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 ไม่เจอร้านค้าที่รองรับ จำนวน 10 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 เคยชินกับการใช้เงินสด และบัตรเครดิต จำนวน 5 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 3 ไม่รู้วิธีการใช้งานที่ชัดเจน จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 4 ไม่ได้สนใจการชำระเงินด้วยวิธีนี้ จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

เมื่อถามถึงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อบริการนี้ สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุป และได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 ดี สะดวก ทำให้ไม่ต้องพกเงินสด จำนวน 8 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 กังวลในเรื่องของความปลอดภัย จำนวน 4 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 3 ถ้าไม่มีโปรโมชั่นก็ยังไม่มาใช้ จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 4 สื่อสารวิธีการใช้งานยังไม่ชัดเจน จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

เมื่อถามถึงปัจจัยที่จะส่งผลให้เกิดการทดลองใช้ สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุป และได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 โปรโมชั่น จำนวน 12 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 สะสมคะแนนได้เหมือนบัตรเครดิต จำนวน 3 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 3 ไม่มีค่าธรรมเนียม จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

เมื่อถามกลุ่มตัวอย่างว่า หากมีการทำสื่อในรูปแบบของคลิปวิดีโอ หรือ รูปภาพ ที่สอนการใช้งานได้ละเอียด และง่าย จะช่วยกระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้ได้หรือไม่ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างทั้ง 13 ตัวอย่างตอบว่ามีผล ทำให้เกิดการอยากทดลองใช้

เมื่อถามถึงโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะทดลองชำระเงินผ่านการสแกน QR Code ในอนาคต พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 13 ตัวอย่าง มีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต

เมื่อถามถึงทัศนคติต่อคนที่ชำระเงินผ่านการสแกน QR Code สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุป และได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 ทันสมัย รู้จักใช้เทคโนโลยี จำนวน 6 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 เฉยๆ ขึ้นอยู่กับความสะดวกของแต่ละคน จำนวน 7 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

เมื่อถามถึงทัศนคติต่อคนที่ชำระเงินด้วยเงินสด พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 13 ตัวอย่าง มองว่าเฉยๆ ขึ้นอยู่กับความสะดวกของแต่ละคน

เมื่อถามถึงสิ่งที่คาดหวังหลังใช้บริการ สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุป และได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 ความสะดวก ง่าย และรวดเร็ว จำนวน 8 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 โปรโมชั่น จำนวน 4 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 3 ความปลอดภัย จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

เมื่อให้กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะเกี่ยวกับบริการ เพื่อให้ตรงกับความต้องการในการใช้งาน และทำให้มีผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น สามารถนำคำตอบที่ได้มาสรุป และได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 อยากให้มีร้านค้าที่รองรับบริการมากขึ้น จำนวน 4 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 อยากให้การสื่อสารวิธีการใช้งานที่ละเอียดกว่าปัจจุบัน จำนวน 3 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 3 อยากให้มีการสะสมคะแนนได้เหมือนบัตรเครดิต จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 4 อยากให้มีขั้นตอนการใช้งานที่ง่ายขึ้น จำนวน 1 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 5 อยากให้มีการทำโปรโมชั่นกับร้านต่างๆ จำนวน 1 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 6 อยากให้มีวิธีการยกเลิกได้ หากมีข้อผิดพลาด จำนวน 1 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

เมื่อให้กลุ่มตัวอย่างเรียงลำดับวิธีการชำระเงินที่จะเลือกใช้ ระหว่าง QR Code เงินสด และบัตรเครดิต ได้ผลการวิจัยดังนี้

อันดับ 1 บัตรเครดิต > เงินสด > QR Code จำนวน 5 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 2 เงินสด > QR Code > บัตรเครดิต จำนวน 3 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 3 เงินสด > บัตรเครดิต > QR Code จำนวน 3 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

อันดับ 4 บัตรเครดิต > QR Code > เงินสด จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 13 ตัวอย่าง

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ทักษะของผู้บริโภคต่อการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ผู้วิจัยได้ศึกษาวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 26 คน โดยแบ่งเป็นผู้ที่เคยและไม่เคยชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code กลุ่มละ 13 คน โดยสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ถึงบริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code พฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี และทัศนคติที่มีต่อการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางพัฒนาบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และผลักดันประเทศไทยให้ก้าวสู่สังคมไร้เงินสด หรือ Cashless Society ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย รวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ ดังนี้

1. สรุปผล และวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)
2. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. สรุปผล และการวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

1.1 การรับรู้เกี่ยวกับ QR Code ของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมด เคยมีประสบการณ์ในการสแกน QR Code ทั้งสแกนเพื่อเพิ่มเพื่อนบน Application Line และสแกนเพื่อเข้าสู่เว็บไซต์ต่างๆ โดยส่วนใหญ่ บอกว่าเป็นวิธีการที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว ไม่ต้องเสียเวลามาพิมพ์เอง แต่ก็มีอีกส่วนหนึ่ง คิดเป็น 20% บอกว่าเป็นวิธีการที่ยังไม่สะดวกเท่าที่ควร เพราะต้องมีหลายขั้นตอนกว่าจะเข้าไปถึงขั้นตอนที่สามารถสแกน QR Code ได้

จากการรับรู้เกี่ยวกับ QR Code ของกลุ่มตัวอย่าง สามารถสรุปพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างได้ว่า ต้องการความสะดวก รวดเร็ว และขั้นตอนที่ไม่มากในการสแกน QR Code

1.2 พฤติกรรมการใช้ธนาคาร

จากผลการวิจัย พบว่า 54% ของกลุ่มตัวอย่างเลือกชำระหนี้ด้วยบัตรเครดิตก่อนการชำระด้วยเงินสด โดยให้เหตุผลว่าเป็นวิธีการที่สะดวก ไม่ต้องพกเงินสดจำนวนมาก และมักจะมีโปรโมชั่นต่างๆ รวมถึงการได้สะสมคะแนน เพื่อนำไปแลกของ หรือ ส่วนลดได้ในอนาคต สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เลือกชำระด้วยเงินสดก่อน ให้เหตุผลว่า สะดวก และเร็วกว่าบัตรเครดิต

ในเรื่องของการทำธุรกรรมทางการเงิน พบว่า 69% ของกลุ่มตัวอย่างยังคงไปทำธุรกรรมบางชนิดผ่านสาขาของธนาคาร เช่น การเปิดบัญชี การสมัครบัตรเครดิต ซื้อประกัน การถอนเงินจำนวนมากๆ หรือ การทำธุรกรรมที่ไม่สามารถทำผ่าน Application Mobile Banking ได้ เช่น การแลกแบงก์เพื่อใช้ในโอกาสพิเศษอย่างวันตรุษจีน เป็นต้น ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application Mobile Banking เช่น การโอนเงิน การจ่ายบิล การซื้อของ Online เป็นต้น โดยให้เหตุผลว่าเป็นวิธีที่ง่าย รวดเร็ว สะดวก ไม่ต้องไปรอคิวที่สาขาของธนาคาร โดย Application ของธนาคารที่เลือกใช้เกิดจาก Application ของธนาคารนั้นๆ ใช้ง่าย มีหน้าตาการใช้งานที่ไม่ซับซ้อน

จากพฤติกรรมการใช้ธนาคารนั้น กลุ่มตัวอย่างจะใช้เรื่องความสะดวก ความเร็ว และประโยชน์ที่ได้จากการใช้เป็นตัวกำหนดว่าจะเลือกชำระหนี้ด้วยวิธีใด หรือ ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางใด ทั้งนี้ยังพบว่า Smartphone และเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญกับชีวิตประจำวันของกลุ่มตัวอย่างแล้วจริงๆ เห็นได้จากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application Mobile Banking ซึ่งเรื่องเงินๆทอง ถือเป็นเรื่องที่ทุกคนให้ความสำคัญ และกังวลเรื่องความปลอดภัย

1.3 พฤติกรรมการรับรู้เทคโนโลยี

จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารด้านเทคโนโลยีทางการเงินผ่าน Facebook เป็นหลัก รองลงมาจะรับรู้เรื่องต่างๆจากคนรอบข้าง เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น ในเรื่องของบริการการชำระหนี้ค่าสินค้า และบริการผ่านการสแกน QR Code 58% ของกลุ่มตัวอย่างจะรู้จักจากโฆษณาในรูปแบบของโฆษณาทาง T.V. ป้าย Billboard รวมถึงโฆษณาบนสถานีรถไฟฟ้า BTS รองลงมา 46% รู้จักผ่านการแนะนำของร้านค้าที่มีบริการดังกล่าว โดยจะเป็นการแนะนำให้ทดลองใช้ พร้อมบอกถึงโปรโมชั่นที่จะได้รับการใช้ และ 31% รู้จักผ่าน Facebook ทั้งจาก Facebook Page ที่ติดตาม หรือ เห็นจากที่เพื่อนๆบน Facebook แชร์

จากพฤติกรรมการรับรู้เทคโนโลยี พบว่าช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะใช้รับรู้ หรือ เข้าหาข้อมูลนั้นมาจาก Facebook เป็นอันดับแรก ในทางกลับกันหากเป็นช่องทางที่ผู้บริโภคไม่ได้เข้าหา แต่ได้รับการผ่าน หรือ พบเห็น คือการโฆษณาทาง T.V. ป้าย Billboard และบนสถานีรถไฟฟ้า BTS

1.4 ทักษะคนที่มีความต้องการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการ

จากผลการวิจัย พบว่าสาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างใช้บริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code อันดับ 1 เกิดจากปัจจัยภายนอก ได้แก่ โพรโมชัน ที่จะได้รับหลังจากใช้ มีร้านค้าแนะนำบริการให้รู้จัก แล้วทดลองใช้ และไปใช้บริการในร้านที่ไม่รับบัตรเครดิต แล้วมีเงินสดไม่เพียงพอ อันดับ 2 เกิดจากการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ได้แก่ มีเงินสดไม่เพียงพอ แล้วไม่ต้องการเดินหาตู้ ATM เพื่อกดเงิน และเป็นบริการที่ไม่ได้มีต้นทุนในการใช้ ไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียม อันดับ 3 และอันดับ 4 เท่ากัน คือการรับรู้ความง่ายในการใช้ ได้แก่ มองว่าเป็นบริการที่สะดวก ปลอดภัย และทัศนคติต่อบริการ ได้แก่ อยากทดลองใช้ เพื่อที่จะได้รู้ว่าเป็นอย่างไร และไม่ชอบพกเงินสดจำนวนมาก

หลังจากใช้บริการแล้ว 92% ของกลุ่มตัวอย่างมองว่าเป็นบริการที่สะดวก รวดเร็ว ง่าย และปลอดภัย รองลงมาคือ มองว่าร้านค้าที่รองรับบริการยังมีน้อยเกินไป และในทางกลับกันมีความเห็นว่าบริการนี้จะทำให้คนใช้จ่ายเงินได้ง่ายเกินไป อาจส่งผลเสียในกรณีที่ใช้จ่ายเงินอย่างไม่ระวัง ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีความตั้งใจที่จะใช้บริการอีกในอนาคต หากเจอร้านค้าที่รองรับบริการ โดยให้เหตุผลว่ามีโปรโมชัน ไม่ชอบใช้เงินสด ใช้เมื่อเงินสดไม่พอ เป็นบริการที่สะดวก และจำนวนเงินที่ต้องชำระไม่มาก ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังว่าหลังจากใช้บริการแล้ว จะได้รับประสบการณ์ที่เร็ว สะดวก ในทุกครั้งที่ใช้ มีการใช้งานที่ง่ายขึ้น ทำธุรกรรมชำระเงินได้อย่างถูกต้อง และปลอดภัย มีโปรโมชัน รวมถึงไม่มีค่าธรรมเนียม

จากบริการดังกล่าวในปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะที่จะทำให้นักหันมาใช้บริการมากขึ้น คือ เพิ่มร้านค้าที่รองรับบริการให้มากขึ้น สื่อสารวิธีการใช้งานที่ง่าย ละเอียด ให้ผู้ที่ยังไม่เคยใช้ได้รับรู้ ทำระบบการสะสมคะแนนได้เหมือนบัตรเครดิต พัฒนาด้านความปลอดภัยให้ได้มากที่สุด และพัฒนาระบบให้สามารถเลือกตัดเงินจากบัญชี หรือ บัตรเครดิตก็ได้ เพื่อสร้างสังคมไร้บัตร หรือ Cardless Society ไปพร้อมๆกัน

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เคยชำระเงินผ่านการสแกน QR Code พบว่าบัตรเครดิตยังคงเป็นทางเลือกอันดับแรกในการชำระเงิน โดยให้เหตุผลว่าเป็นวิธีการที่สะดวก มีโปรโมชัน ได้สะสมคะแนน และได้เลื่อนเวลาการชำระเงินจริงๆออกไปอีก 1 เดือน อันดับ 2 เป็นการชำระเงินผ่านการสแกน QR Code เพราะไม่ชอบที่จะพกเงินสดจำนวนมาก และไม่ต้องการเดินหาตู้ ATM เมื่อเงินสดไม่พอ

จากทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่เคยชำระเงินผ่านการสแกน QR Code พบว่าหากต้องการให้มีคนมาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นจะต้องพัฒนาระบบให้สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยมาก

ขึ้น ทำให้ร้านค้าต่างๆรองรับบริการมากขึ้น และที่สำคัญคือ ต้องทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าได้ประโยชน์จากการใช้งานจริงๆ ต้องหาจุดเด่นที่ดีกว่าการใช้บัตรเครดิต

1.5 การนำเสนอทัศนคติที่มีต่อบริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการ

จากการวิจัย พบว่าสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างยังไม่เคยชำระเงินผ่านการสแกน QR Code หลักๆมาจากยังไม่เจอร้านค้าที่รองรับบริการ เนื่องจากเป็นบริการที่ยังใหม่ทำให้ร้านค้าที่รองรับยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ และจากการที่เป็นบริการใหม่ กลุ่มตัวอย่างจึงยังคงเคยชินกับการใช้เงินสด บัตรเครดิต และไม่ได้สนใจการชำระเงินด้วยวิธีนี้ ทั้งนี้เกิดจากยังไม่รู้วิธีการใช้งานที่ชัดเจนด้วย

หลังจากที่ได้เห็นบริการนี้เกิดขึ้นในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างมองว่าเป็นบริการที่ดี สะดวก ทำให้ไม่ต้องพกเงินสดจำนวนมาก ในทางกลับกันก็ยังคงมีความกังวลในเรื่องของความปลอดภัย คิดว่ายังไม่ได้มีการสื่อสารวิธีการใช้ที่ชัดเจน และถ้าไม่มีโปรโมชั่นให้สำหรับการใช้งานก็จะยังไม่จูงใจให้ใช้บริการ โดยปัจจัยหลักๆที่จะทำให้อยากทดลองใช้ก็คือ โปรโมชั่น สามารถสะสมคะแนนได้เหมือนบัตรเครดิต และต้องไม่มีค่าธรรมเนียม ทั้งนี้หากมีการทำสื่อในรูปแบบของวิดีโอ หรือ รูปภาพ ที่สอนการใช้งานได้ละเอียด และง่าย ก็จะช่วยกระตุ้นให้ผู้ที่ยังไม่เคยใช้ เกิดการทดลองใช้ได้ นอกจากนี้หากกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่เคยใช้ได้ลองใช้ ก็มีความคาดหวังว่าจะได้ประสบการณ์ที่ดี สะดวก ง่าย รวดเร็ว มีโปรโมชั่นสำหรับการใช้งานครั้งแรก และต้องมีความปลอดภัย

จากที่ยังไม่เคยใช้บริการ ทำให้กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะว่า ควรจะมีร้านค้าที่รองรับบริการให้ครอบคลุม มีการสื่อสารวิธีการใช้งานที่ละเอียดกว่าปัจจุบัน พัฒนาให้สามารถสะสมคะแนนได้เหมือนบัตรเครดิต พัฒนาร้านขึ้นตอนการใช้งานที่ง่ายขึ้น มีการทำโปรโมชั่นกับร้านค้า และสามารถยกเลิกได้ หากมีข้อผิดพลาด

สำหรับกลุ่มที่ยังไม่เคยชำระเงินผ่านการสแกน QR Code พบว่าบัตรเครดิต และเงินสด ยังคงเป็นทางเลือกในการชำระเงิน 2 อันดับแรก ที่เลือกใช้ เพราะเกิดจากความเคยชิน และมองว่าเป็นวิธีการที่สะดวก ตรงกับความต้องการอยู่แล้ว

จากทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่เคยชำระเงินผ่านการสแกน QR Code พบว่าความเคยชินเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ยังไม่ได้ใช้ ดังนั้นหากต้องการให้มีคนมาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นจะต้องเพิ่มร้านค้าที่รองรับบริการให้ครอบคลุม เพื่อให้รู้สึกว่าเป็นเรื่องปกติในการชำระเงิน ทั้งนี้ต้องสื่อสารวิธีใช้ให้ละเอียด เพราะกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่เคยใช้ จะมีความกังวลในเรื่องของความปลอดภัย และวิธีการในการใช้งาน

2. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัย สามารถสรุปข้อเสนอแนะ เพื่อพัฒนาบริการการชำระเงินค่าสินค้า และบริการผ่านการสแกน QR Code ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และกระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาใช้บริการได้มากขึ้น ดังนี้

2.1 ในปัจจุบันการใช้บัตรเครดิตนั้นทำให้ผู้บริโภคได้รับสิ่งตอบแทน ก็คือ โพรโมชัน และการสะสมคะแนน ดังนั้นหากจะทำให้ QR Code เข้ามาเป็นตัวเลือกในการชำระเงินแก่ผู้บริโภคได้ จะต้องมีการทำโปรโมชันในแง่ของส่วนลด หรือ Cashback เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคอยากลองใช้ จากนั้นการพัฒนาระบบสะสมคะแนนก็เป็นเรื่องที่สำคัญ เพราะแน่นอนว่าผู้ให้บริการทั้งหมดไม่สามารถให้โปรโมชันได้ตลอดไป การสะสมคะแนนจะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าได้อะไรกลับคืนจากการใช้งาน

2.2 ขั้นตอนการใช้งานถือเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ จากปัจจุบันที่จะต้องเข้า Application Mobile Banking และหาเมนูชำระเงินผ่านการสแกน QR Code หากสามารถนำเมนูออกมาไว้ในหน้าแรกได้ จะทำให้ผู้บริโภคเลือกที่จะชำระเงินผ่านวิธีการนี้มากขึ้น

2.3 เนื่องจากเป็นเรื่องของเงินที่ทุกคนให้ความสำคัญ การให้ความเชื่อมั่นกับผู้บริโภค โดยการแนะนำวิธีการใช้งานอย่างละเอียด ง่าย และทำให้รู้สึกว่าเป็นบริการที่ปลอดภัย ทั้งในรูปแบบของคลิปวิดีโอ หรือ รูปภาพ จะทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่น และกล้าที่จะทดลองใช้บริการ

2.4 สาเหตุหลักที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างยังไม่เคยใช้ เป็นเพราะร้านค้าที่รองรับบริการนี้ยังมีไม่มาก ดังนั้นหากต้องการให้มีผู้บริโภคหันมาใช้บริการนี้ จะต้องขยายร้านค้าที่รองรับบริการนี้ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยแต่ละธนาคาร หรือ ผู้ให้บริการควรจะร่วมมือกันในการขยายพื้นที่ให้บริการ เพื่อไม่ให้เกิดการเข้าไปหากลุ่มร้านค้าในแหล่งเดียวกัน ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มร้านค้าที่รองรับบริการขยายไปทั่วทุกพื้นที่ และกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการอย่างแพร่หลาย

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยเรื่อง ทศนคติของผู้บริโภคต่อการชำระค่าสินค้า และบริการผ่านการสแกน QR Code ครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปได้ดังนี้

3.1 จากการวิจัยครั้งนี้ได้ถามถึงทัศนคติของผู้บริโภคต่อการชำระค่าสินค้า และบริการผ่านการสแกน QR Code ซึ่งผู้ให้บริการคือธนาคาร เท่านั้น แต่ในปัจจุบันเริ่มมีผู้ให้บริการที่ไม่ใช่ธนาคารเกิดขึ้นแล้ว ดังนั้นการวิจัยทัศนคติต่อที่มีต่อผู้ให้บริการที่ไม่ใช่ธนาคาร จะทำให้เข้าใจถึง

พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อบริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ได้ดีมากขึ้น

3.2 การวิจัยครั้งนี้ทำในรูปแบบของการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างเพียง 26 คนเท่านั้น การทำวิจัยในรูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในอนาคต จะช่วยให้เข้าใจทัศนคติที่ผู้บริโภคที่มีต่อบริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ได้ดียิ่งขึ้น

3.3 การวิจัยครั้งนี้สัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ในอนาคต หากบริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ได้ขยายไปสู่พื้นที่ต่างจังหวัด ก็ควรมีการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภค เพื่อพัฒนาระบบให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละจังหวัด

3.4 การวิจัยครั้งนี้ทำในช่วงเริ่มต้นของบริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ในประเทศไทย ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องใหม่ อาจเป็นสาเหตุให้กลุ่มตัวอย่างไม่ได้เข้าใจบริการดังกล่าวอย่างครบถ้วน ดังนั้นการทำวิจัยอีกครั้งหนึ่งในช่วงที่เป็นบริการที่แพร่หลายแล้ว ย่อมจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ให้บริการในการพัฒนาระบบให้ดียิ่งขึ้นไป

บรรณานุกรม

- กรุงเทพธุรกิจ. (2558). 'ทัศนคติ' ความหมาย และความสำคัญ. วันที่ค้นข้อมูล 5 มิถุนายน 2561, จาก กรุงเทพธุรกิจ เว็บไซต์: <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/634487>
- กาญจนา โปษายรส. (2557). แรงจูงใจ และพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทาง อินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). ความร่วมมือการใช้มาตรฐานคิวอาร์โค้ดเพื่อการชำระเงิน. วันที่ ค้น ข้อมูล 5 มิถุนายน 2561, จากธนาคารแห่งประเทศไทย เว็บไซต์: <https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/FinTech/Pages/default.aspx>
- ชัยฤกษ์ พลวัน, สุพรรณษา กุลแก้ว, และณัฐสิทธิ์ เกิดศรี. (2557). การศึกษาพฤติกรรมการใช้ เทคโนโลยี และปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี QR Code ของกลุ่มประชากรใน เขต กรุงเทพมหานคร. *วิศวกรรมสาร มก.*, 27(88), 29 – 40.
- ปิยพร อรุณเกรียงไกร. (2560). แง่ก่ชาติเปิดตัว 'QR Code มาตรฐาน' จุดเปลี่ยนประเทศไทยสู่ สังคมไร้เงินสด?. วันที่ค้นข้อมูล 1 พฤศจิกายน 2560, จาก The Standard เว็บไซต์: <https://thestandard.co/standardqrcode/>
- พรพรรณ ช่างงานเนียม. (2553). ลักษณะบุคคล ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรม ทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของลูกค้าธนาคารใน กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิชามญช์ อดุลวิทย์, ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน *The Factors Affecting Knowledge Sharing based on the Theory of Planned Behavior*. สืบค้นจาก http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/jan_mar_11/pdf/aw32.pdf
- ภัทรารักษ์ พรวิริยางกูร. (2559). การศึกษาความคิดเห็น และพฤติกรรมของกลุ่มนักศึกษาหญิงใน การใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วงศิษา เลิศไตรรักรักษ์. (2556). *คาดการณ์แนวโน้มการยอมรับ และการเติบโตของเทคโนโลยีระบบชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Payment) ในประเทศไทย*. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สยามโฟน ดอท คอม. (2557). *สมาร์ตโฟนคืออะไร? แท็บเล็ต-แพ็บเล็ต ต่างกันอย่างไร?*. วันที่ค้นข้อมูล 5 มิถุนายน 2561, จาก สยามโฟน ดอท คอม เว็บไซต์: <https://news.siamphone.com/news-14121.html>
- สิงหะ นวิสุข, และ สุรนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2557). *ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. KMITL Information Technology Journal.*
- อภิชาติ เทศสวัสดิ์วงศ์. (2553). *ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อัญชฎา สายสนั่น ณ อยุธยา. (2558). *การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Arvidsson, N. (2014). Consumer attitudes on mobile payment services – results from a proof of concept test. *International Journal of Bank Marketing*, 32(2), 150 -170. doi: 10.1108/IJBM-05-2013-0048
- Fayosy. (2560). *QR Code มิติใหม่ของการชำระเงิน เริ่มใช้งานเต็มรูปแบบ Q4 ปีนี้*. วันที่ค้นข้อมูล 1 พฤศจิกายน 2560, จาก MarketingOops! เว็บไซต์: <https://www.marketingoops.com/news/brand-move/qr-code-payment/>
- iM2Market. (2560). *ผู้บริโภค หมายถึง (Customer)?*. วันที่ค้นข้อมูล 5 มิถุนายน 2561, จาก iM2Market เว็บไซต์: <https://www.im2market.com/2017/09/04/4545>
- MarketingOops!. (2553). *QR Code คืออะไร ใช้อย่างไรกันแน่?*. วันที่ค้นข้อมูล 5 มิถุนายน 2561, จาก MarketingOops! เว็บไซต์: <https://www.marketingoops.com/news/tech-update/what-is-qr-code/>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Mindphp. (2560). *มาตรฐานใหม่แห่งการชำระเงิน ไม่ต้องพกเงินสดและบัตรเครดิตอีกต่อไป*. วันที่ค้นข้อมูล 5 มิถุนายน 2561, จาก Mindphp เว็บไซต์: <http://www.mindphp.com/บทความ/65-archive/4623-payment-with-qrcode.html>
- Tencent Research Institute, The Chongyang Institute for Financial Studies at Renmin University of China, Ipsos. (2017). *2017 Mobile Payment Usage in China Report (Smart Life: A Cashless Reality)*.
- Ting, H., Yacob, Y., Liew, L., Lau, W. M. (2015). Intention to Use Mobile Payment System: A Case of Developing Market by Ethnicity. *Social and Behavioral Sciences*, 224, 368 – 375. Retrieved from Science Direct.



ภาคผนวก แบบสัมภาษณ์

คำชี้แจง: แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการค้นคว้าแบบอิสระ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา วิทยาลัยการจัดการ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อการชำระค่าสินค้าและบริการ ผ่านการสแกน QR Code และปัจจัยที่ส่งให้ผู้บริโภคใช้บริการดังกล่าว ขอรับรองว่าข้อมูลที่ท่านตอบในระหว่างการสัมภาษณ์ จะถือเป็นความลับ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นี้จะนำไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น

ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้สัมภาษณ์

โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์
2. การรับรู้เกี่ยวกับ QR Code
3. พฤติกรรมการใช้บริการทางธนาคาร
4. พฤติกรรมการรับรู้เทคโนโลยี
5. ทัศนคติต่อการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

- | | | |
|---------|---|---|
| 1) เพศ | <input type="checkbox"/> 1.1) ชาย | <input type="checkbox"/> 1.2) หญิง |
| 2) อายุ | <input type="checkbox"/> 2.1) ต่ำกว่า 20 ปี | <input type="checkbox"/> 2.2) 21 – 30 ปี |
| | <input type="checkbox"/> 2.3) 31 – 40 ปี | <input type="checkbox"/> 2.4) มากกว่า 40 ปี |

3) ระดับการศึกษาสูงสุด

- 3.1) ต่ำกว่าปริญญาตรี 3.2) ปริญญาตรี
- 3.3) สูงกว่าปริญญาตรี

4) อาชีพ

- 4.1) พนักงานบริษัทเอกชน
- 4.2) ราชการ / รัฐวิสาหกิจ
- 4.3) เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว
- 4.4) นักเรียน / นักศึกษา
- 4.5) อื่นๆ.....

ส่วนที่ 2 การรับรู้เกี่ยวกับ QR Code

- 1) ท่านเคยใช้ QR Code ในการ Add Line หรือ Scan เพื่อเข้าสู่ Link ของ Website ต่างๆ หรือไม่
- 2) ท่านมีความเห็นต่อการใช้ QR Code ในการ Add Line หรือ Scan เพื่อเข้าสู่ Link ของ Website ต่างๆ อย่างไร

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการทางธนาคาร

- 1) ท่านมักจะใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าและบริการด้วยเหตุผลใด
- 2) ท่านมักจะใช้เงินสดชำระค่าสินค้าและบริการด้วยเหตุผลใด
- 3) ระหว่าง เงินสด และบัตรเครดิต ท่านจะเลือกวิธีใดเป็นอันดับแรก เพราะเหตุใด
- 4) ท่านใช้บริการธนาคารใดบ้าง และใช้ธนาคารใดเป็นหลัก เพราะอะไร
- 5) จากธนาคารที่ใช้บริการอยู่ ท่านมี Application Mobile Banking ของธนาคารใดบ้าง และใช้ Mobile Banking ของธนาคารใดเป็นหลัก เพราะเหตุใด
- 6) มีธุรกรรมใดบ้างที่ท่านทำผ่านสาขา เพราะเหตุใด
- 7) มีธุรกรรมใดบ้างที่ท่านทำผ่าน Application Mobile Banking เพราะเหตุใด

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการรับรู้เทคโนโลยี

- 1) ท่านมีการติดตาม หรือ รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีทางการเงินผ่านช่องทางใดบ้าง

- 2) ท่านรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ผ่านช่องทางใดบ้าง และธนาคารอะไรบ้าง

ส่วนที่ 5 ทักษะติดต่อการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code (กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการ)

- 1) ในครั้งแรก ท่านชำระค่าสินค้าและบริการผ่านสแกน QR Code ของธนาคารใด เพราะเหตุใด
- 2) หลังจากชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ท่านมีความคิดเห็นต่อบริการดังกล่าวอย่างไร
- 3) หากมีโอกาสซื้อสินค้า หรือ ใช้บริการในร้านค้าที่รองรับการชำระเงินผ่านการสแกน QR Code ท่านจะตัดสินใจชำระเงินผ่านการสแกน QR Code หรือไม่ เพราะเหตุใด
- 4) ท่านมีทัศนคติต่อคนที่ชำระเงินผ่านการสแกน QR Code แตกต่างต่างจากคนที่ชำระเงินด้วยเงินสด หรือไม่ อย่างไร
- 5) ท่านคาดหวังประสบการณ์ใด จากการชำระเงินผ่านการสแกน QR Code ทุกครั้ง
- 6) ท่านมีข้อเสนอแนะต่อบริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code อย่างไร
- 7) ท่านจะเลือกวิธีชำระเงินใดเป็นอันดับ 1, 2 และ 3 ระหว่าง QR Code เงินสด และบัตรเครดิต เพราะเหตุใด

ส่วนที่ 6 ทักษะติดต่อการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code (กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการ)

- 1) ทัศนคติต่อการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code (กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการ)
- 2) สาเหตุที่ทำให้ท่านยังไม่เคยใช้บริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code คืออะไร
- 3) จากที่ได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับบริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code ท่านมีความคิดเห็นต่อบริการดังกล่าวอย่างไร

- 4) ปัจจัยใดบ้างที่จะกระตุ้นให้ท่านอยากทดลองใช้บริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code
- 5) หากมีการทำสื่อในรูปแบบของคลิปวิดีโอสั้นๆ หรือ รูปภาพ เพื่อสอนวิธีการใช้งาน หรือ ทางร้านค้าคอยแนะนำวิธีการในการใช้งาน จะสามารถกระตุ้นให้ท่านตัดสินใจชำระเงินผ่านการสแกน QR Code หรือไม่ อย่างไร
- 6) หากมีโอกาสซื้อสินค้า หรือ ใช้บริการในร้านค้าที่รองรับการชำระเงินผ่านการสแกน QR Code ท่านจะตัดสินใจชำระเงินผ่านการสแกน QR Code หรือไม่ เพราะเหตุใด
- 7) ท่านมีทัศนคติต่อคนที่ชำระเงินผ่านการสแกน QR Code แตกต่างต่างจากคนที่ชำระเงินด้วยเงินสด หรือไม่ อย่างไร
- 8) ท่านคาดหวังประสบการณ์ใด จากการชำระเงินผ่านการสแกน QR Code ทุกครั้ง
- 9) ท่านมีข้อเสนอแนะต่อบริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการสแกน QR Code อย่างไร
- 10) ท่านจะเลือกวิธีชำระเงินใดเป็นอันดับ 1, 2 และ 3 ระหว่าง QR Code เงินสด และบัตรเครดิต เพราะเหตุใด