

เหตุผลในการใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แทนการใช้เงินสด



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง เหตุผลในการใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณี แทนการใช้เงินสด สามารถประสบความสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จาก ผศ.ดร.พลิศา รุ่งเรือง ที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะ และข้อคิดเห็นต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัย และแนวทางในการแก้ไขปัญหาอย่างต่อเนื่อง ขอขอบพระคุณคณะผู้สอนรายวิชาต่างๆ ในวิทยาลัยการจัดการहितลทุกท่านที่ได้ให้ความรู้และสร้างความเข้าใจในบทเรียน ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการวิจัยได้ และขอขอบคุณ ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่ให้ความกรุณา ช่วยเหลือ และเสียสละเวลาในการให้สัมภาษณ์สำหรับงานวิจัยนี้ จนได้จำนวนครบถ้วน รวมถึงกำลังจากใจ และการช่วยเหลือจากครอบครัวและเพื่อนทุกคน ที่ส่งผลให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า สารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code ร้านค้า ธนาคารพาณิชย์ ตลอดจนบุคคลอื่นที่ให้ความสนใจในสารนิพนธ์ฉบับนี้ อนึ่ง หากงานวิจัยนี้มีความผิดพลาดแต่ประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้

นภาพร ถวิลหวัง

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา	4
1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร	4
1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลาในการทำวิจัย	4
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	4
1.5 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ	7
2.1.1 ความหมายของทัศนคติ	7
2.1.2 องค์ประกอบของทัศนคติ	8
2.1.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดทัศนคติ	9
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	18
3.1 รูปแบบการวิจัย	18
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย	18
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	19
3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	20
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	21

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 4 ผลการวิจัย	22
4.1 ผลสรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์	22
4.2 ผลสรุปข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลที่ทำให้ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณี	24
4.2.1 ผลการสัมภาษณ์ลูกค้าที่ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณี	24
4.2.2 ผลการสัมภาษณ์ร้านค้าที่มีช่องทางการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณี	40
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ	44
5.1 สรุปผลการวิจัย	44
5.1.1 ผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR Code แม่มณี	44
5.1.1.1 กลุ่มตัวอย่าง	44
5.1.1.2 ที่มาของการเกิดทัศนคติในการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณี	45
5.1.1.3 การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณี	45
5.1.2 ร้านค้าที่มี QR Code แม่มณีเป็นช่องทางการชำระเงินให้ลูกค้า	46
5.1.2.1 กลุ่มตัวอย่าง	46
5.1.2.2 สัดส่วนการเลือกชำระเงินของลูกค้าระหว่างชำระเงินด้วยเงินสด และชำระเงินผ่าน QR Code	46
5.1.2.3 ประโยชน์ที่ร้านค้าได้รับจากการนำ QR Code แม่มณีมาใช้	46
5.1.2.4 ความต้องการของร้านค้าในการรับเงินค่าสินค้าด้วยเงินสดหรือ QR Code	47
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	47
5.2.1 ผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR Code แม่มณี	47
5.2.1.1 ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับที่มาของการเกิดทัศนคติเชิงบวกต่อการชำระเงินผ่าน QR Code และเป็นเหตุผลในการชำระเงินของ QR Code ของกลุ่มตัวอย่าง	47
5.2.1.2 ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับสิ่งที่ไม่ใช่ที่มาของการเกิดทัศนคติเชิงบวกต่อการชำระเงินผ่าน QR Code	48

สารบัญ (ต่อ)

5.2.1.3	ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับใช้เทคโนโลยีการชำระเงินผ่าน QR Code แม്่മณี	49
5.2.2	ร้านค้าที่มี QR Code แม่่มณีเป็นช่องทางการชำระเงินให้ลูกค้า	50
5.3	ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร	51
5.4	ข้อจำกัดในงานวิจัยและข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	52
บรรณานุกรม		53
ภาคผนวก		
ภาคผนวก ก	แบบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) สำหรับผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR Code แม่่มณี	56
ภาคผนวก ข	แบบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) สำหรับร้านค้าที่มี QR Code แม่่มณีเป็นช่องทางการชำระเงินให้ลูกค้า	62
ประวัติผู้วิจัย		64

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1	13
4.1	22
4.2	24



สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	ธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile banking และ Internet banking	1
1.2	Payments markets fall into five clusters base on their progress in the war on cash.	2
1.3	ภาพเปรียบเทียบระหว่าง QR CODE (2D CODE) และบาร์โค้ดธรรมดา	6
2.1	แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี	11
4.1	ปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code ต่อไปเป็นประจำ	35



เหตุผลในการใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แทนการใช้จ่ายเงินสด

REASONS FOR USING QR CODE PAYMENTS INSTEAD OF CASH

นวพร ถวิลหวัง 6050005

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศารุ่งเรือง, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรเกษม ก้นตามระ, Ed.D., ศรียุทธ พรหมศิริ, Ph.D.

บทคัดย่อ

สารนิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเหตุผลในการใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แทนการใช้จ่ายเงินสด โดยใช้ทฤษฎีที่ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็น และทฤษฎีการยอมรับใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยได้มีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างและพื้นที่ในการศึกษารั้งนี้คือ ผู้ที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR Code แทนเงินสด และร้านค้าที่มี QR Code แทนเงินสดเป็นช่องทางชำระเงินให้ลูกค้า ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยพบว่าเหตุผลในการใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แทนการใช้จ่ายเงินสด เกิดจากความสะดวก ใช้งานง่าย ไม่ต้องพกเงินสดเยอะ โปรโมชัน ความปลอดภัย ไม่เสียค่าธรรมเนียม ป้องกันการถูกโกงหรือถูกหลอกจากร้านค้า ซึ่งเป็นการรับรู้ประโยชน์จากการชำระเงินผ่าน QR Code ของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะสามารถช่วยให้ธนาคารไทยพาณิชย์นำผลการศึกษาวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ของธนาคาร เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า และร้านค้าสามารถนำข้อมูลไปประกอบการตัดสินใจในการเพิ่มช่องทางชำระเงินสำหรับร้านค้าของตนเองได้

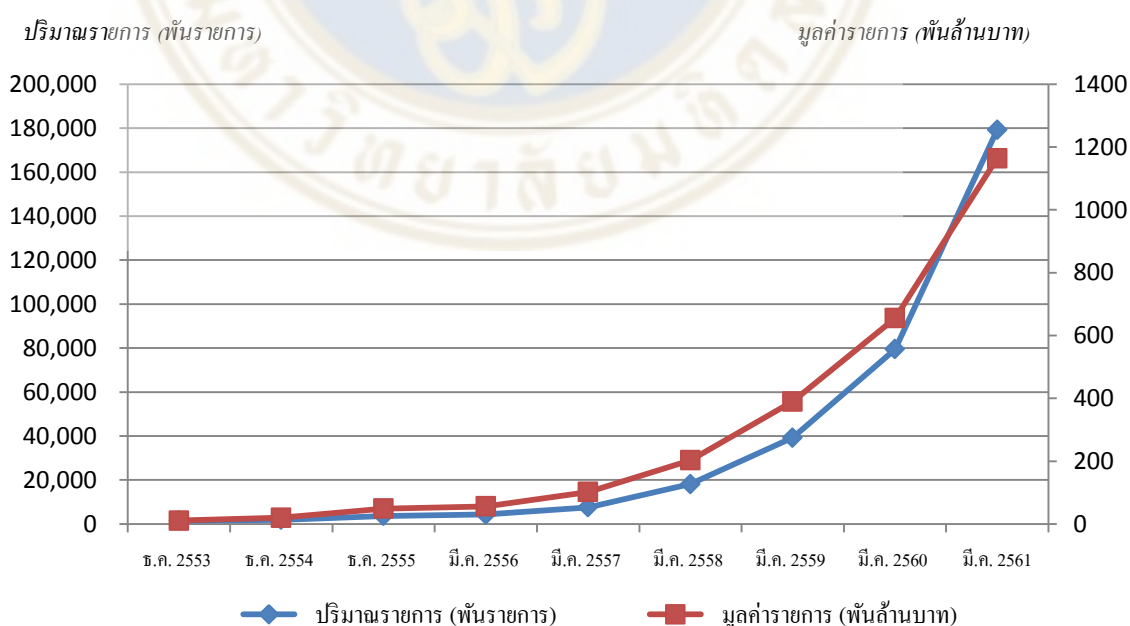
คำสำคัญ : การชำระเงินผ่าน QR Code / เหตุผลในการใช้บริการ

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในอดีตสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงอย่างค่อยเป็นค่อยไป ธุรกิจต่างๆ สามารถปรับตัวได้ โดยมีเวลาเตรียมความพร้อมในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง ขณะที่ในสภาวะปัจจุบันสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จนส่งผลให้บางธุรกิจล้มหายไปจากแวดวงของประเภทธุรกิจนั้นๆ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเกิดขึ้นทั้งการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญและสร้างผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของคนเรา เช่น การซื้อสินค้า รวมถึงชำระเงินออนไลน์ ผ่าน Mobile Banking Payment Application ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวก ทำให้การดำเนินชีวิตในปัจจุบันง่าย และรวดเร็ว เมื่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนเราเปลี่ยนแปลงย่อมส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจที่ต้องปรับตัวตาม เพื่อให้ตอบรับกับผู้บริโภค



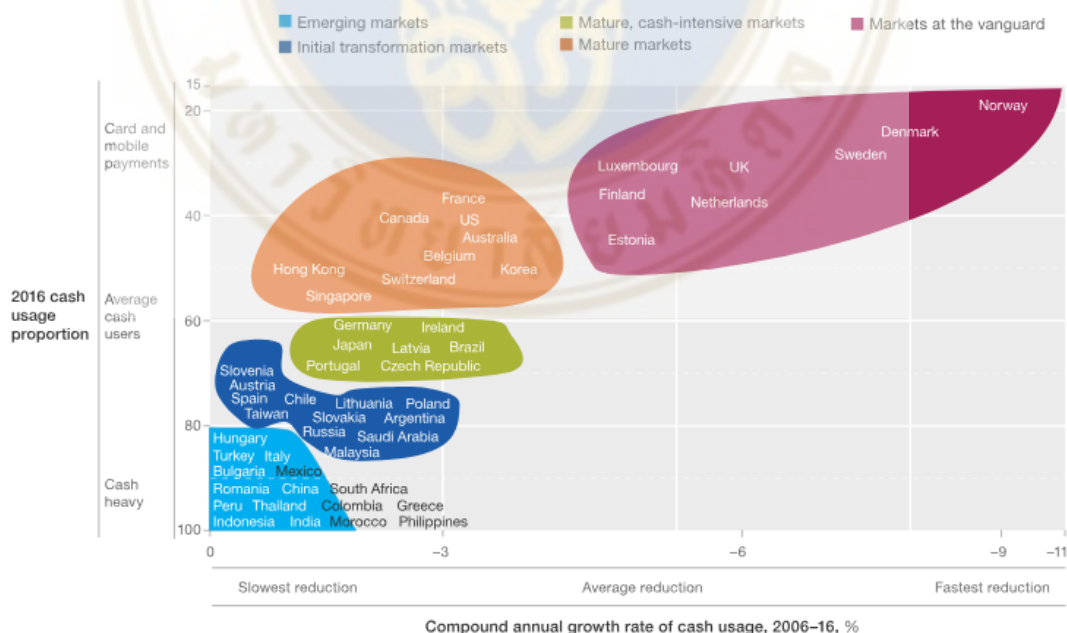
ภาพที่ 1.1 ธุรกิจการชำระเงินผ่านบริการ Mobile banking และ Internet banking

(ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561)

จากภาพที่ 1.1 นี้ให้เห็นว่า ข้อมูลธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile Banking และ Internet Banking ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ทั้งปริมาณรายการการทำธุรกรรม และมูลค่ารายการที่เกิดจากการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตสูงขึ้นเรื่อยๆ ตลอดระยะเวลาเกือบ 10 ปีที่ผ่านมา

ในปัจจุบัน ประเทศทั่วโลกต่างมุ่งมั่นที่จะพาประเทศของตนเองก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด หรือที่รู้จักกันว่า Cashless Society ตัวอย่างประเทศชั้นนำอันดับต้นที่กำลังก้าวสู่สังคมไร้เงินสดอย่างสมบูรณ์แบบมากที่สุด นั่นคือประเทศสวีเดน (ForexBonuses.org, 2017) โดยวัดจากจำนวนการใช้บัตรเครดิตต่อคน, จำนวนการใช้บัตรเดบิตต่อคน, การออกบัตรรูปแบบ Contactless หรือบัตรที่สามารถใช้โดยการแตะบัตรกับเครื่องอ่าน โดยไม่ต้องมีการสอดหรือเสียบในเครื่องอ่านบัตร, อัตราการเติบโตของธุรกรรมที่ไม่ใช้เงินสด, เปอร์เซ็นต์การทำธุรกรรมโดยไม่ใช้เงินสด และการรับรู้ว่ามีช่องทางทำธุรกรรมโดยไม่ใช้เงินสด และมีการคาดการณ์ว่าในปี 2020 ประเทศสวีเดนจะมีการทำธุรกรรมด้วยเงินสดเพียง 0.5% ของมูลค่าการชำระเงินทั้งหมด การใช้เงินสดในการทำธุรกรรมในร้านค้ามีเพียง 18% ของการชำระเงินทั้งหมด ซึ่งลดลงครึ่งหนึ่งจาก 5 ปีที่แล้ว นอกจากนี้ประเทศแถบยุโรป ฝั่งประเทศยักษ์ใหญ่ทางทวีปเอเชีย อย่างเช่นประเทศจีน ร้านค้าประเภท fast-food เป็นร้านที่มีการจ่ายเงินด้วยโทรศัพท์มือถือ หรือ Mobile payment มากที่สุด (forexbonuses.org, 2017)

Payments markets fall into five clusters based on their progress in the war on cash.



Source: Bank for International Settlements; central banks; European Central Bank; RBR by Euromonitor; Global Payments Map by McKinsey

ภาพที่ 1.2 Payments markets fall into five clusters base on their progress in the war on cash.

ที่มา: McKinsey & Company (2016)

จากภาพที่ 1.2 แสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนการใช้จ่ายเงินสดกับอัตราการลดลงของการใช้จ่ายเงินสดของแต่ละประเทศในปี 2016 โดยมีกลุ่มประเทศแถบยุโรปเหนือที่เป็นผู้นำด้าน Cashless ได้แก่ ประเทศสวีเดน เดนมาร์ก นอร์เวย์ ฟินแลนด์ สหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ แคนาดา ฝรั่งเศส และสหรัฐฯ ที่มีอัตราการใช้จ่ายเงินสดลดลงต่ำกว่าร้อยละ 50 ของปริมาณธุรกรรมทั้งหมด

สำหรับประเทศไทยพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ปี 2558 พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเป็นอันดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 81.8 และใช้งานเฉลี่ย 5.7 ชั่วโมงต่อวัน จากการจำแนกตามกิจกรรมการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตของโทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่า ร้อยละ 25.8 ใช้สำหรับซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งพฤติกรรมการซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์ของผู้บริโภค ในปัจจุบัน พบว่า ร้อยละ 64.9 เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เคยซื้อสินค้าหรือบริการทางออนไลน์ และคิดเป็นร้อยละ 35.1 เป็นผู้ที่ไม่เคยซื้อสินค้าหรือบริการทางออนไลน์ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ องค์การมหาชน, 2558)

สภาพการแข่งขันของธุรกิจธนาคารที่ต้องเผชิญคู่แข่งที่เป็นธนาคารด้วยตัวเอง และ Disruptive Technology หรือเทคโนโลยีใหม่เข้ามาแทรกแซงวิถีชีวิตและเทคโนโลยีแบบเดิมๆ ธนาคารพาณิชย์ตระหนักว่าการให้บริการแบบเดิมนั้น ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบันที่ต้องการความสะดวกสบาย รวดเร็ว ได้เพียงพอ ธนาคารพาณิชย์จึงต้องคิดค้นนวัตกรรมใหม่อย่างต่อเนื่อง พัฒนาผลิตภัณฑ์การให้บริการทางการเงิน เน้นเทคโนโลยี เพื่อให้ตอบโจทย์กับความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลนี้ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

ธนาคารไทยพาณิชย์ ได้เปิดตัว “แม่มี” ตัวแทนแคมเปญ “SCB Easy Pay – แม่มี Money Solutions” สำหรับพ่อค้า แม่ค้า ยุคดิจิทัล เพื่อแก้ปัญหาเล็กน้อยในการค้าขาย โดยเฉพาะเรื่องของการจ่ายค่าสินค้าด้วยเงินสด เช่น ลูกค้านำเงินสดไม่พอ ร้านค้าไม่มีเงินทอน ทอนผิด ทอนซ้ำ ทอนขาด ทอนเกิน ซึ่งอาจสร้างความไม่พอใจให้แก่ลูกค้า ขณะที่ร้านค้าเองก็เสียประโยชน์เช่นกัน และป้องกันการทุจริตของพนักงาน (Brandbuffet, 2017)

ดังนั้น การศึกษาเรื่องเหตุผลในการใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มีแทนการใช้จ่ายเงินสด จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจ และเป็นประโยชน์ ทั้งนี้เพื่อนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาเหตุผลในการใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มี แทนการใช้จ่ายเงินสด

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาเหตุผลในการใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม്่മณี แทนการใช้เงินสด

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ คือผู้ที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR Code แม่่มณี จำนวน 25 คน และร้านค้าที่มี QR Code แม่่มณีเป็นช่องทางการชำระเงินให้ลูกค้าจำนวน 5 ร้านค้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมทั้งหมดจำนวน 30 ตัวอย่าง

1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลาในการทำวิจัย

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาวิจัยระหว่างเดือนตุลาคม-ธันวาคม 2561

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อเข้าใจเหตุผลในการชำระเงินผ่าน QR Code
2. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์การให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า นอกจากนี้ร้านค้าสามารถนำข้อมูลไปประกอบการตัดสินใจในการเพิ่มช่องทางการชำระเงินสำหรับร้านค้าของตนเองได้

1.5 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

ธนาคารพาณิชย์ (Commercial Bank) หมายถึง บริษัทมหาชนจำกัด ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจการรับฝากเงินที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถามหรือเมื่อครบกำหนดระยะเวลา ให้สินเชื่อ ซื้อขายตั๋วแลกเงิน ซื้อขายเงินตราต่างประเทศ รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัยและหลักทรัพย์ ธุรกิจอนุพันธ์ทางการเงิน ธุรกิจธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (e-banking) ธุรกิจการเงิน และธุรกิจการให้บริการอื่น โดยมีธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นผู้กำกับดูแล ปัจจุบันแบ่งออกเป็น 4 ประเภท 31 แห่ง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2559)

ไทยพาณิชย์ หมายถึง ธนาคารพาณิชย์แห่งแรกในประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นโดยพระบรมราชานุญาต เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2449 ตลอดระยะเวลาอันยาวนาน มีบทบาทสำคัญในการให้บริการทางการเงินในประเทศไทยผ่านวัฏจักรเศรษฐกิจมากมาย ก่อให้เกิดความเชื่อวางใจอย่างต่อเนื่อง ณ วันนี้ ธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นธนาคารที่ให้บริการทางการเงินครบวงจรชั้นนำของประเทศ นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย นอกเหนือจากบริการเงินรับฝากและ ธุรกิจที่เกี่ยวกับการให้สินเชื่อ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม ในส่วนของลูกค้าบุคคล ธนาคารให้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย สินเชื่อส่วนบุคคล สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ บริการบัตรเครดิต บัตรเดบิต บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริการโอนเงินทั้งใน ประเทศและต่างประเทศ รวมถึงผลิตภัณฑ์เพื่อการลงทุนและ การประกัน สำหรับลูกค้าธุรกิจ ธนาคารให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการบริหารเงินเพื่อธุรกิจ ผลิตภัณฑ์สินเชื่อการค้าต่างประเทศ ผลิตภัณฑ์ บริหารเงิน ผลิตภัณฑ์ทางตลาดตราสารหนี้ และตลาดทุน บริการที่ปรึกษาทางการเงิน วาณิชธนกิจ รวมถึง บริการทางการเงินอื่น ๆ พร้อมด้วยเครือข่ายการให้บริการที่กว้างขวางและครอบคลุม สอดรับกับการเติบโตของโลกที่ก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง นอกจากนี้ธนาคารมีบริษัทในเครือที่สำคัญ ซึ่งให้บริการทางการเงินเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะของลูกค้า ได้แก่ บริษัทหลักทรัพย์ ไทยพาณิชย์ จำกัด บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไทยพาณิชย์ จำกัด และ บริษัท ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) (scb.co.th, 2561)

QR Code หมายถึงบาร์โค้ด 2 มิติ (2D CODE) ชนิดหนึ่งที่ถูกพัฒนาขึ้นโดยบริษัทในประเทศญี่ปุ่น นั่นคือ DENSO WAVE (ปัจจุบัน เป็นแผนกหนึ่งใน DENSO Corporation) มีการผลิตออกมารั้งแรกในปี 1994 มีวัตถุประสงค์ตามชื่อ QR นั่นคือ Quick response หรือการตอบสนองที่รวดเร็ว จากภาพ 1.3 จะเห็นได้ว่า QR CODE (2D CODE) มีข้อมูลทั้งในแนวตั้งและแนวนอน ในขณะที่บาร์โค้ดธรรมดา นั้น มีข้อมูลเพียงแค่แนวตั้งเพียงแนวเดียว ทำให้ QR CODE นั้นสามารถบรรจุข้อมูลได้มากกว่าบาร์โค้ดธรรมดา

นอกจาก QR CODE ซึ่งเป็น 2D CODE ที่พัฒนาโดยประเทศญี่ปุ่นแล้ว ยังมี 2D CODE ชนิดต่างๆ อีกซึ่งคุณสมบัติและลักษณะก็จะแตกต่างกันไป ซึ่งในปัจจุบัน บาร์โค้ดชนิดดังกล่าว ก็ถูกใช้กัน แต่ยังไม่กว้างขวางเท่ากับ QR CODE เนื่องจาก ความสามารถในการเก็บข้อมูลของ QR CODE นั้นมีมากกว่า 2D CODE อื่นๆ อีกทั้งขนาดนั้นก็สามารถที่จะทำให้เล็กได้ นอกไปจากนี้ ก็ยังมีสามารถแสดงผลได้เร็วกว่า 2D CODE ตัวอื่นๆ อีกด้วย



ภาพที่ 1.3 ภาพเปรียบเทียบระหว่าง QR CODE (2D CODE) และบาร์โค้ดธรรมดา
(ที่มา: www.qrcode.com, 2553)

Mobile Banking หมายถึง การใช้บริการของธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งเป็นการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อเข้าถึงบัญชีเงินฝากธนาคารโดยลูกค้าสามารถทำธุรกรรมได้หลากหลายประเภท เช่น โอนเงินระหว่างบัญชีธนาคาร (ภายในธนาคารเดียวกัน/ต่างธนาคาร) ตรวจสอบยอดเงินในบัญชี ซื้อขายตราสาร/กองทุน รวมถึงชำระค่าสินค้าและบริการกับร้านค้าออนไลน์ และชำระใบแจ้งหนี้ เป็นต้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2557)

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเหตุผลในการใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่ฉนิ แทนการใช้เงินสด มีแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลใช้การกำหนดสมมติฐานงานวิจัย และออกแบบเครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎี
 - 1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
 - 1.1.1 ความหมายของทัศนคติ
 - 1.1.2 องค์ประกอบของทัศนคติ
 - 1.1.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดทัศนคติ
 - 1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ
2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

2.1.1 ความหมายของทัศนคติ

รุ่งนภา บุญคุ้ม (2536) กล่าวว่า ทัศนคติโดยภาพรวมหมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึกของบุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์หรือสิ่งแวดล้อมอันมีแนวโน้มที่จะให้บุคคลแสดงปฏิกิริยา และกระทำต่อสิ่งนั้น ๆ ในทางสนับสนุนหรือปฏิเสธ ทัศนคติเป็นสิ่งที่ไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน การที่จะรู้ถึงทัศนคติของบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้ต้องใช้วิธีแปลความหมายของการแสดงออก

Loudon และ Bitta (1993) กล่าวว่า ทัศนคติหมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่งว่ามีลักษณะอย่างไร มีความรู้สึกทางบวกหรือทางลบ ชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบ หรือเห็นด้วยหรือคัดค้าน

นักรัก คนทา (2549) กล่าวว่า ทักษะคติหมายถึงแนวโน้มหรือความพร้อมของบุคคลที่อาจแสดงออกมาในรูปแบบของการแสดงทางความคิดเห็นหรือแสดงออกทางพฤติกรรม ทั้งในแง่ของการสนับสนุน หรือการต่อต้านต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

Gibson (2000, อ้างอิงใน ดลชนก นะเสื่อ และ ปรียา นิติวรเวช, 2554) กล่าวว่า ทักษะคติคือสิ่งตัดสินพฤติกรรม เป็นความรู้สึกได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ เป็นสภาวะจิตใจที่พร้อมส่งผลกระทบต่อ การตอบสนองของบุคคลนั้น ต่อบุคคลอื่น ต่อวัตถุ หรือต่อสถานการณ์อื่น โดยทักษะคติสามารถเรียนรู้หรือจัดการได้โดยประสบการณ์

ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร (2545) กล่าวว่า ทักษะคติคือสภาวะความพร้อมทางจิตของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวกับความคิด ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรมที่มีต่อบุคคล สิ่งของ สถานการณ์ ซึ่งจะเป็นไปในทางใดทางหนึ่ง โดยสภาวะความพร้อมทางจิตที่จะต้องคงอยู่กับตัวบุคคลชั่วระยะหนึ่ง

จากนิยามข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ทักษะคติคือความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อบุคคลอื่น ต่อสิ่งที่เป็นทั้งรูปธรรมและนามธรรม ที่เป็นผลมาจากการเรียนรู้ ประสบการณ์หรือสิ่งแวดล้อมของบุคคลนั้นที่เผชิญอยู่ ซึ่งเป็น ได้ทั้งทักษะคติเชิงบวก เช่นสนับสนุน เห็นด้วย ชอบ และทักษะคติทางลบ เช่น ถัดค้าน ไม่เห็นด้วย ไม่ชอบ โดยสามารถแสดงทักษะคติออกมาได้ทั้งทางการแสดงความคิดเห็นหรือแสดงออกทางพฤติกรรม

2.1.2 องค์ประกอบของทักษะคติ

องค์ประกอบของทักษะคติแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ (รุ่งนภา บุญคุ้ม, 2536)

1. ส่วนของสติและเหตุผลหรือการรับรู้ (Cognitive Component) ในส่วนนี้เป็นเรื่องของ การใช้เหตุผลของบุคคลในการจำแนกแยกแยะความแตกต่าง ตลอดจนผลต่อเนื่อง ผลได้ผลเสีย กล่าวคือ การที่บุคคลจะสามารถนำเอาคุณค่าทางสังคมที่ได้รับจากการอบรมสั่งสอนและถ่ายทอดมาใช้ในการวิเคราะห์พิจารณาประกอบเหตุผลของการที่ตนจะประเมินข้อแตกต่างระหว่างส่วนนี้กับความ รู้สึกคือการพิจารณาของบุคคลในส่วนที่จะมีลักษณะปลอดภัยจากอารมณ์ แต่จะเป็นเรื่องของ เหตุผลอันสืบเนื่องมาจากความเชื่อของบุคคล

2. ส่วนของความรู้สึก (Affective Component) หมายถึงบรรดาความรู้สึกที่ชอบ ไม่ชอบ รักหรือเกลียดหรือกลัว ซึ่งเป็นเรื่องของอารมณ์ของบุคคล

3. ส่วนของพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึง แนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมนี้ (Action tendency) จะมีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกับส่วนของความรู้สึก ตลอดจนส่วนของสติและเหตุผล ส่วนของแบบพฤติกรรมนี้จะเป็นส่วนที่บุคคลพร้อมที่จะมีปฏิกิริยาแสดงออกต่อเหตุการณ์หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

จากนิยามข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบของทัศนคติทั้ง 3 ส่วน คือการที่คนเราจะนำสิ่งที่

ได้เรียนรู้มา หรือประสบการณ์ที่ตนเองเจอมาระเมิน วิเคราะห์ โดยใช้องค์ประกอบของทัศนคติด้านต่างๆ ได้แก่เหตุผล ความรู้สึก และพฤติกรรมที่แสดงออกต่อสิ่งที่ได้เรียนรู้มา หรือจากประสบการณ์ที่เจอ ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้ล้วนมีความสัมพันธ์กัน และทัศนคติของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกัน เนื่องจากสิ่งที่เจอและประสบการณ์ที่แต่ละคนมีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งไม่เท่ากัน

2.1.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดทัศนคติ

จิตตินันท์ นันท์ไพบลูย์ (2551) กล่าวว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อทัศนคติของบุคคล ได้แก่

1. การจูงใจทางกาย ทัศนคติจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลกำลังทำอะไรบางอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการตนเอง โดยสร้างทัศนคติที่ดีต่อสิ่งที่เข้ามาเพื่อให้สิ่งที่ทำอยู่บรรลุตามความต้องการ ในทางตรงกันข้ามบุคคลจะสร้างทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งที่เข้ามาขัดขวางหรือกีดกันการตอบสนองความต้องการของสิ่งๆ นั้น

2. ข่าวสารข้อมูล ทัศนคติมีพื้นฐานมาจากข้อมูลข่าวสารที่บุคคลได้รับรู้มา ทั้งการบอกเล่า การอ่าน หรือการดูโดยข้อมูลเหล่านี้จะถูกนำไปเก็บไว้และถูกสร้างขึ้นเป็นทัศนคติส่วนบุคคล

3. การเข้าร่วมกลุ่ม ทัศนคติสามารถเกิดจากการได้รับอิทธิพลมาจากกลุ่มบุคคลที่เข้ามาช่วยกัน ได้แก่ครอบครัว เพื่อน และกลุ่มสังคมต่างๆ ที่บุคคลเข้าร่วม การพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน สามารถสร้างทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้

4. ประสบการณ์ การที่บุคคลได้รับประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้ ย่อมเป็นจุดสำคัญที่จะทำให้บุคคลประเมินค่าสิ่งนั้นเป็นทัศนคติได้

5. บุคลิกลักษณะของแต่ละบุคคล บุคลิกภาพเป็นลักษณะเฉพาะที่เป็นแบบประจำตัวของบุคคล ซึ่งส่งผลทางอ้อมต่อการกำหนดทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้ กล่าวคือบุคคลที่มีความคิดกว้างและเปิดโอกาสที่จะรับสิ่งต่างๆ ได้ง่าย ย่อมเป็นคนที่สามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้รวดเร็วกว่าคนที่มีความคิดแคบ บุคลิกภาพมีองค์ประกอบดังนี้ (คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, 2560)

1. ลักษณะทางกาย ได้แก่ รูปร่าง หน้าตา สัดส่วน ผิวพรรณ สีผม ความสูง น้ำหนัก เป็นลักษณะประจำตัวของบุคคล

2. ลักษณะทางใจ ได้แก่ ความคิด ความจำ จินตนาการ ความสนใจ ความตั้งใจ การตัดสินใจ สติปัญญา เป็นเรื่องเกี่ยวกับสมอง

3. อุปนิสัย ได้แก่ ความสุภาพอ่อนโยน ความซื่อสัตย์เชื่อถือได้ ความเคารพสิทธิส่วนบุคคลไม่เห็นแก่ตัว มีศีลธรรมจรรยา ซึ่งเป็นกิจวัตรที่สอดคล้องกับสภาพของสังคม

4. อารมณ์ ได้แก่ ความรู้สึกแห่งจิตที่ก่อให้เกิดอาการต่างๆ เช่น ตื่นเต้น ตกใจ โกรธ กล้าหาญ หวาดกลัว ร่าเริง หดหู่ หงุดหงิด วิตกกังวล ฯลฯ

5. การสมาคม คือ กิริยาท่าทีอาการที่บุคคลแสดงต่อผู้อื่น เช่น เป็นคนชอบคบหาสมาคมกับผู้อื่นหรือเป็นคนเก็บตัว เห็นใจผู้อื่น ไม่แยแสผู้อื่น ฯลฯ

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การตอบสนองของคนเราต่อสิ่งๆ หนึ่ง ทั้งการตอบสนองทางบวก คือเกิดทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หรือการตอบสนองทางลบ คือเกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น ทัศนคติที่เกิดขึ้นเป็นผลมาจากปัจจัยต่างๆ ทั้งด้านการปรุงใจทางกาย การรับรู้ข้อมูลจากช่องทางต่างๆ การได้รับอิทธิพลจากกลุ่มบุคคล มีการพูดคุยแสดงความคิดเห็น หรือจากประสบการณ์ที่ได้รับ และสุดท้ายคือลักษณะเฉพาะของบุคคลที่มีทั้งลักษณะที่สนใจหรือชอบเปิดรับสิ่งใหม่ๆ เข้ามาในชีวิต และลักษณะที่ไม่สนใจหรือปิดกั้นสิ่งใหม่ๆ หรือสิ่งที่แตกต่างจากสิ่งๆ หนึ่งที่ตนเองเป็นอยู่ ซึ่งสามารถส่งผลสะท้อนออกมาทางทัศนคติของแต่ละบุคคลแตกต่างกันออกไป สำหรับมุมมองด้านธุรกิจ ถึงแม้ว่าจะไม่สามารถกำหนดหรือบังคับทัศนคติของผู้บริโภคได้ แต่อย่างไรก็ตามธุรกิจต่างๆ สามารถสร้างปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าและบริการของตนเองได้

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ

Davis (1985) กล่าวว่า ทฤษฎี Technology Acceptance Model (TAM) เป็นทฤษฎีที่มีการยอมรับและมีชื่อเสียงในการเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยี นำเสนอโดย Davis ซึ่งเป็นการปรับแต่งเพิ่มเติมต่อจากทฤษฎี Theory of Reasoned Action (TRA) เพื่อพัฒนาเป็นแบบจำลอง TAM และใช้ศึกษาในบริบทการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศ โดยไม่นำบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบ การแสดงพฤติกรรม เข้ามาใช้เป็นปัจจัยในการพยากรณ์พฤติกรรมการใช้ที่เกิดขึ้นจริง

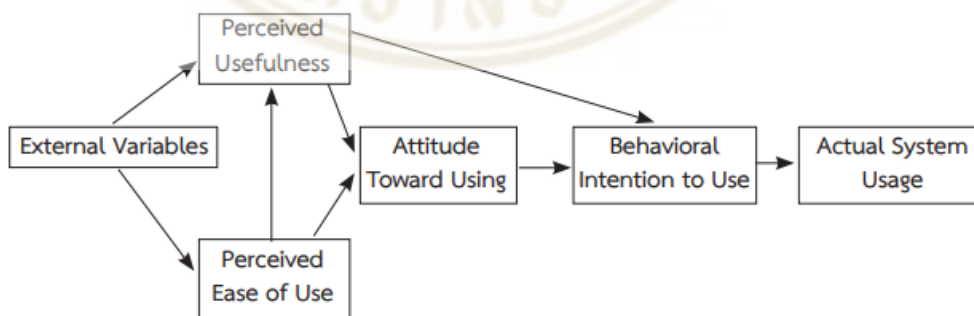
แบบการยอมรับเทคโนโลยีได้ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลาย และนำมาใช้เป็นแบบแผนการตัดสินใจในเรื่องการพยากรณ์การยอมรับด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยกล่าวถึงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของแต่ละบุคคล โดยมี 2 ปัจจัยหลัก คือ ประโยชน์ที่จะได้รับ (Perceived Usefulness) และความง่ายในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งผลให้มีการนำมาใช้และเกิดการยอมรับ

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceive Ease of Use) หมายถึง ระดับความเชื่อของผู้ใช้ที่คาดหวังต่อระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นและเป็นเป้าหมายจะใช้ ต้องมีความง่ายในการเรียนรู้ที่จะใช้งานและไม่ต้องใช้ความพยายามมาก (Davis, 1989) การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อการใช้ระบบและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการใช้ระบบโดยส่งผ่านการรับรู้ประโยชน์ (Agarwal & Prasad, 1999; Davis, Bagozzi & Warshaw, 1989; Jackson, Chow & Leitch, 1997; Venkatesh, 1999)

การรับรู้ประโยชน์ (Perceive Usefulness) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ว่าระบบสารสนเทศที่นำมาใช้นั้น ก่อให้เกิดประโยชน์ และถ้าหากมีการใช้ระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นใหม่จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพดีขึ้น การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจใช้ระบบสารสนเทศ (Agarwal & Prasad, 1999; Davis et al., 1989; Jackson et al., 1997; Venkatesh, 1999) ซึ่งวัตถุประสงค์หลักของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เน้นในเรื่องการมีปฏิสัมพันธ์ การทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างสมาชิกในกลุ่มเพิ่มสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้ให้สามารถใช้งานได้อย่างสะดวก ดังนั้นการรับรู้ประโยชน์เป็นปัจจัยสำคัญที่บ่งชี้ถึงความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ทัศนคติที่มีต่อการใช้ (Attitude toward use) หมายถึง ทัศนคติของผู้ใช้ เป็นเจตนาที่เกิดขึ้นจากผลของ การรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ระบบ ซึ่งหากผู้ใช้รับรู้ว่เทคโนโลยีนั้นมีประโยชน์หรือใช้งานง่าย ผู้ใช้ก็จะเกิดทัศนคติที่ดีต่อระบบนั้น ซึ่งจะส่งผลต่อไปยังความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยีนั้น (Ajzen & Fishbein, 1980)

ความตั้งใจใช้ (Intention to use) หมายถึงความตั้งใจที่ผู้ใช้ จะพยายามใช้งาน และความเป็นไปได้ที่ผู้ใช้ จะยอมรับ และมีทำที่ที่จะใช้งานต่อไปในอนาคต



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี

(ที่มา: Davis, Bagozzi and Warshaw, 1989)

จากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ข้างต้น สรุปได้ว่าการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน เป็นตัวบ่งชี้ถึงทัศนคติในการยอมรับของแต่ละบุคคลที่จะใช้เทคโนโลยีนั้นๆ (User Intention) ซึ่งส่งผลโดยตรงกับการตัดสินใจใช้งานจริง (Actual to use)

ในการศึกษาเหตุผลในการใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม്่മณี แทนการใช้เงินสด ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้บริโภคที่มีต่อการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและการซื้อสินค้าผ่าน QR Code เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ (ตารางที่ 2.1)



ตารางที่ 2.1 แสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
1	ชญาภรณ์ สว่างงามวงศ์ (2556)	แนวโน้มพฤติกรรมการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบ อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร	ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้บริการธุรกรรมการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครมีทัศนคติการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ในด้านความสะดวกในการใช้งาน และด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับดีมากและด้านความน่าเชื่อถือมีทัศนคติอยู่ในระดับดี 2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับมากที่สุด 3. แนวโน้มพฤติกรรมที่จะใช้บริการในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตซ้ำมีอย่างแน่นอน
2	พัชรียา สุตา (2555)	การรับรู้ และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการซื้อสินค้าผ่าน QR Code ในเขตกรุงเทพมหานคร	ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 26-51 ปีที่รู้จัก เคยเห็น และมีประสบการณ์ซื้อสินค้าผ่าน QR Code	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อการซื้อสินค้าผ่าน QR Code และเห็นด้วยกับการขายสินค้าผ่านระบบ QR Code ให้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน หากมีช่องทางชำระเงินผ่าน QR code ก็ยินดีชำระผ่านช่องทางดังกล่าว และผู้สอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีความกังวลด้านความปลอดภัยของระบบ 2. การรับรู้การสื่อสารการตลาดที่มีต่อ QR Code กับทัศนคติต่อการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่าน QR Code มีความสัมพันธ์กันน้อย ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 2.1 แสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
3	นลินรัตน์ สัมฤทธิ์วงศ์ (2556)	ความพึงพอใจและความ ภักดีของลูกค้าในการใช้ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานครที่มี ประสบการณ์ในการใช้ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในการซื้อสินค้าและ การบริการ	- ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มี 6 ปัจจัย คือ 1. การรับรู้คุณภาพการบริการ 2. การรับรู้ประโยชน์ การใช้งาน 3. ความเพลิดเพลิน 4. ชื่อเสียงบริษัท 5. ความเชื่อมั่น 6. ความพึงพอใจมีผลต่อความภักดีของลูกค้า
4	ณัฐวุฒิ สวรรคสุข (2556)	ความเชื่อมั่นและ พฤติกรรมการใช้บริการ ธนาคารอินเทอร์เน็ตของ ลูกค้าธนาคารไทย พาณิชย์	ผู้บริโภคที่เคยใช้และไม่ เคยใช้บริการทำ ธุรกรรมการเงินผ่าน รหัสคิวอาร์ของ ธนาคารไทยพาณิชย์ใน กรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล	- พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 5 ครั้ง ใช้ เวลา 5 – 10 นาที ใช้บริการผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ PC และ โทรศัพท์มือถือ ใช้บริการโอนเงิน เลือกใช้บริการเพราะตนเอง เหตุผลที่เลือกใช้บริการเพราะความง่ายต่อการใช้บริการ มีความ เชื่อมั่น โดยต่อการใช้บริการโดยรวมอยู่ระดับมาก - ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างมีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ แตกต่างกัน พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้าน ระดับการศึกษามีผลต่อ ระดับความเชื่อมั่นการให้บริการเพียงด้านเดียว สำหรับปัจจัยส่วน บุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านอายุ รายได้ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการมากที่สุด

ตารางที่ 2.1 แสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
5	อภิชาติ เทศสวัสดิวงศ์ (2553)	ทัศนคติและพฤติกรรมการ ใช้บริการธุรกรรมทาง การเงินบนมือถือ ของ ผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร	ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการ ธุรกรรมทางการเงินบน มือถือใน กรุงเทพมหานครที่อยู่ใน วัยทำงาน	- ทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาดบริการในทุกๆ ด้านอยู่ใน ระดับดี โดยด้านขั้นตอนการใช้งานธุรกรรมทางการเงินเป็นด้านที่มี ความสำคัญสูงสุด รองลงมาได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของธุรกรรมทาง การเงิน ด้านความปลอดภัยจากการทำธุรกรรมทางการเงิน ด้านความ สะดวกในการใช้งานธุรกรรมการเงิน และด้านความถูกต้องในการทำ ธุรกรรมการเงินตามลำดับ
6	ฐิตินิ จิตรัตนมงคล (2560)	อิทธิพลของความคาดหวัง ต่อคุณภาพการให้บริการ ทางอิเล็กทรอนิกส์ คุณประโยชน์และความ ง่ายในการใช้งาน ที่ส่งผล ต่อการยอมรับการใช้ เทคโนโลยีในการชำระเงิน ผ่าน QR Code ของ ผู้บริโภคในจังหวัด กรุงเทพมหานคร	ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ใน จังหวัด กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ ระหว่าง 17-36 ปี	1. ผู้บริโภคมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมากที่สุด 2. การรับรู้ถึงประโยชน์จากวิธีการชำระเงินผ่าน QR Code พบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ ทำให้สามารถชำระ เงินได้รวดเร็วขึ้นมากที่สุด ปลอดภัยในการไม่ต้องพกเงินสดในจำนวน มาก และช่วยลดภาระและความยุ่งยากในการชำระเงินสด 3. การรับรู้ถึงความง่ายในการชำระเงินผ่าน QR Code ในภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก คือง่ายต่อการใช้งาน สามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ง่าย

ตารางที่ 2.1 แสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
				4. ผู้มีบริโภคมารับที่จะใช้การชำระเงินผ่าน QR Code ในอนาคตมากที่สุด รองลงมาคือ จะแนะนำให้ผู้อื่นใช้วิธีการชำระเงินผ่าน QR Code ตามมาด้วย การชำระเงินผ่าน QR Code เข้ากับวิถีการดำเนินชีวิตของท่านในปัจจุบัน และการชำระเงินผ่าน QR Code จะมีประสิทธิภาพดีกว่าที่คาดการณ์ไว้ตามลำดับ
7	อัครเดช ปิ่นสุข (2557)	การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ และส่วนผสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชัน	ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุระหว่าง 17-36 ปี	ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และส่วนผสมการตลาดในมุมมองของลูกค้า อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก สามารถแยกพิจารณาแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการ ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน และด้านการรับรู้ประโยชน์

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่างานวิจัยที่ผ่านมาทั้งหมดเป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (พัชรียา สุตา, 2555; ชญาภรณ์ สว่างงามวงศ์, 2556; อภิชาติ เทศสวัสดิวงศ์, 2553; นลินรัตน์ สัมฤทธิ์วงศ์, 2556; ณัฐวดี สวรรคสุข, 2556; จูตินี จิตรัตนมงคล, 2560; อัครเดช ปิ่นสุข, 2557) โดยมีกลุ่มตัวอย่างเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่ชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ตและ QR Code และผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

ด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการซื้อสินค้าผ่าน QR Code พบว่าผู้ใช้บริการมีทัศนคติเชิงบวก ในด้านต่างๆ ดังนี้ 1. ด้านความสะดวกในการใช้งาน 2. ด้านความปลอดภัย 3. ด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ 4. ด้านภาพลักษณ์ของธุรกรรมทางการเงิน (ชญาภรณ์ สว่างงามวงศ์, 2556; อภิชาติ เทศสวัสดิวงศ์, 2553) 5. ด้านการรับรู้คุณภาพการบริการ 6. ด้านการรับรู้ประโยชน์การใช้งาน (นลินรัตน์ สัมฤทธิ์วงศ์, 2556) 7. ด้านความง่ายในการใช้งาน (ณัฐวดี สวรรคสุข, 2556) และเห็นด้วยกับการเพิ่มช่องทางชำระเงินผ่าน QR Code ให้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน (พัชรียา สุตา, 2555)

ด้านการยอมรับการใช้บริการชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต พบว่าผู้ใช้บริการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการชำระสินค้าผ่าน QR Code โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก รวมถึงการแนะนำผู้อื่นให้ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code ด้วยเช่นกัน (จูตินี จิตรัตนมงคล, 2560) และรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (อัครเดช ปิ่นสุข, 2557)

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากงานวิจัยในอดีตเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นไปในเชิงกว้าง ดังนั้นผลการศึกษาไม่ได้เจาะลึก และครอบคลุมประเด็นการจ่ายเงินผ่าน QR Code ได้้อย่างละเอียด และกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยในอดีต คือกลุ่มลูกค้าที่ชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ตและ QR Code ดังนั้นผลการศึกษามีแค่มุมมองฝั่งลูกค้า ยังไม่ครอบคลุมไปถึงพ่อค้าแม่ค้าของร้านที่มี QR Code แม่่มือ

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเหตุผลในการใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่่มือแทนการใช้เงินสด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์การให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ ให้ตอบรับกับความต้องการของลูกค้าทั้งกลุ่มพ่อค้าแม่ค้าและกลุ่มลูกค้าได้ต่อไปในอนาคต

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “เหตุผลในการใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม്่മณี แทนการใช้เงินสด” มีขั้นตอนในการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

1. รูปแบบงานวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย
3. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 รูปแบบการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) คือการสร้างข้อสรุปจากการศึกษาค้นคว้าเหตุการณ์ในสภาพแวดล้อมปัจจุบัน เป็นข้อมูลเชิงคุณลักษณะ ใช้การแสดงความคิดเห็น เก็บข้อมูลได้จากการสังเกต การสัมภาษณ์ และนำมาวิเคราะห์โดยจำแนกหรือจัดกลุ่มข้อมูล เพื่อตีความสิ่งที่เกิดขึ้น (เอื้อมพร หลินเจริญ, 2555)

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR Code แม่่มณี และร้านค้าที่มี QR Code แม่่มณีเป็นช่องทางการชำระเงินให้ลูกค้า
2. วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง คือการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) แบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มโดยใช้ดุลพินิจและการตัดสินใจของผู้วิจัยเป็นหลักในการพิจารณาเลือกกลุ่มตัวอย่างว่ามีลักษณะสอดคล้องหรือเป็นตัวแทนที่จะศึกษา หรือเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษางานวิจัยหรือไม่ ทั้งนี้ผู้วิจัยต้อง

เป็นผู้ที่มีความรอบรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ ข้อดีของการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น แบบเจาะจง คือมีความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่าย แต่ข้อเสียคือทำให้เกิดความลำเอียงในการสุ่มตัวอย่าง ไม่สามารถอ้างอิงไปยังประชากรได้ ผลสรุปของงานวิจัยอยู่เพียงขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น (สำนักนโยบายและวิชาการสถิติ กลุ่มระเบียบวิธีสถิติ, ม.ป.ป.)

3. ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR Code แม่แม่ณี และร้านค้าที่มี QR Code แม่แม่ณีเป็นช่องทางการชำระเงินให้ลูกค้าที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 ตัวอย่าง โดยมีหลักเกณฑ์ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างประมาณ 5-40 คน เพื่อสามารถนำไปค้นหารูปแบบหรือสร้างข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และได้ข้อมูลการวิจัยที่มีคุณภาพและปริมาณที่พอเพียงในการหาข้อสรุปของการวิจัยนี้ (ประไพพิมพ์ สุวีลสินนท์ และ ประสพชัย พสุนนท์, 2559)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้คำถามปลายเปิดแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ โดยมีแบบคำถามสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ดังนี้

1. แบบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) สำหรับผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR Code แม่แม่ณี แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

- ประวัติการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR Code แม่แม่ณี
- เพศ
- อายุ
- สถานภาพ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- รายได้ต่อเดือน
- ความถี่ในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR Code แม่แม่ณี
- ยอดเงินที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR Code แม่แม่ณีต่อครั้ง

- ประเภทสินค้าและบริการที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR Code แม്่മณี

ส่วนที่ 2 เหตุผลที่ทำให้ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่่มณี

- ทัศนคติ
- การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ

2. แบบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) สำหรับร้านค้าที่มี QR Code แม่่มณีเป็นช่องทางการชำระเงินให้ลูกค้า แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของร้านค้าที่ให้สัมภาษณ์

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพ
- ระดับการศึกษา
- ประเภทร้านค้า
- ราคาสินค้าโดยเฉลี่ย

ส่วนที่ 2 เหตุผลที่ทำให้ร้านค้าเลือกเพิ่มช่องทางการชำระเงินผ่าน QR Code แม่่มณีให้กับลูกค้า

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยเรื่องเหตุผลในการใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่่มณี แทนการใช้เงินสด เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก มีขั้นตอนดังนี้

1. ชี้แจงวัตถุประสงค์การสัมภาษณ์ และนัดหมายเพื่อทำการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง
2. จัดเตรียมเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึก
3. สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พร้อมจดบันทึก และบันทึกเสียง โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองทุกขั้นตอน

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ ทำความเข้าใจและตีความข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) (พรพิมพ์ ต้นตสุทธิกุล, 2558) ซึ่งมีขั้นตอนการวิเคราะห์ ดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเน้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่สนใจ
2. ทบทวนวัตถุประสงค์งานวิจัยและคำถามที่ใช้ในการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการหาคำตอบจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์
3. หาประเด็นของข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่พบซ้ำๆ และที่ตอบคำถามงานวิจัย
4. จับประเด็นสำคัญโดยวิธี Coding เพื่อเพื่อสร้างกลุ่มและประเภทของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ตามประเด็นที่ต้องการจะศึกษา
5. หาความเชื่อมโยง (Connection) และหารูปแบบ (Pattern) อย่างเป็นหมวดหมู่ของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ พร้อมสร้างคำอธิบายให้แต่ละหมวดหมู่
6. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เพื่อหาข้อค้นพบหรือความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกันของแต่ละหมวดหมู่

บทที่ 4

ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “เหตุผลในการใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่เมณี แทนการใช้เงินสด” ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้คำถามปลายเปิดแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างเอง โดยพิจารณาให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัย (สำนักนโยบายและวิชาการสถิติ กลุ่มระเบียบวิธีสถิติ, ม.ป.ป.)

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่เมณี จำนวน 25 คน และกลุ่มตัวอย่างร้านค้าที่มีช่องทางการชำระเงินผ่าน QR Code แม่เมณีจำนวนทั้งหมด 5 ร้านค้า ซึ่งได้ผลวิจัย ดังนี้

4.1 ผลสรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่เมณี จำนวน 25 คน

ประชากรศาสตร์		จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	10	40
	หญิง	15	60
2. อายุ	21 – 30 ปี	17	68
	31 – 40 ปี	7	28
	41 – 50 ปี	1	4
3. สถานภาพ	โสด	20	80
	สมรส	5	20
4. ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี	10	40
	ปริญญาโท	15	60

ตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มี จำนวน 25 คน (ต่อ)

ประชากรศาสตร์		จำนวน	ร้อยละ
5. อาชีพ	รับราชการ/พนักงานรัฐ	1	4
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	1	4
	พนักงานบริษัทเอกชน	21	84
	ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	2	8
6.รายได้ต่อเดือน	20,001 – 30,000 บาท	19	76
	30,001 – 40,000 บาท	2	8
	40,001 – 50,000 บาท	1	4
	50,001 – 60,000 บาท	1	4
	มากกว่า 60,000 บาท	2	8
ข้อมูลประวัติการใช้บริการธุรกรรมชำระเงินผ่าน QR Code		จำนวน	ร้อยละ
7. ความถี่ในการใช้ (ครั้ง/สัปดาห์)	โดยเฉลี่ย 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	10	40
	โดยเฉลี่ย 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	11	44
	โดยเฉลี่ย 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	4	16
8. ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง	ต่ำกว่า 100 บาท	6	24
	100 – 500 บาท	8	32
	501 – 1,000 บาท	8	32
	1,001 – 5,000 บาท	2	8
	5,001 – 10,000 บาท	1	4
9. ประเภทสินค้าและการบริการ	อาหารและเครื่องดื่ม	24	96
	เสื้อผ้าและเครื่องประดับ	10	40
	สินค้าอุปโภคบริโภค	2	8
	บริจาคเงิน	1	4

ตารางที่ 4.2 กลุ่มตัวอย่างร้านค้าที่มีช่องทางการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มีจำนวน 5 ร้านค้า

ประชากรศาสตร์		จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ	หญิง	5	100
2. อายุ	21 – 30 ปี	1	20
	31 – 40 ปี	3	60
	41 – 50 ปี	1	20
3. สถานภาพ	โสด	4	80
	สมรส	1	20
4. ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4	80
	ปริญญาตรี	1	20
ข้อมูลร้านค้าที่ใช้บริการธุรกรรมการชำระเงินผ่าน QR Code		จำนวน	ร้อยละ
5. ประเภทร้านค้า	ร้านขายเครื่องประดับ	1	20
	ร้านขายเสื้อผ้า	2	40
	ร้านขายรองเท้า	1	20
	ร้านขายคอนแทคเลนส์	1	20
6. ราคาสินค้า	ไม่เกิน 1,000 บาท	5	100

4.2 ผลสรุปข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลที่ทำให้ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มี

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มีจำนวนทั้งหมด 25 คน และกลุ่มตัวอย่างร้านค้าที่มีช่องทางการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มีจำนวนทั้งหมด 5 ร้านค้า ซึ่งสามารถสรุปผลได้ ดังนี้

4.2.1 ผลการสัมภาษณ์ลูกค้าที่ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มี

4.2.1.1 ความคิดเห็นที่มีต่อ Cashless Society หรือสังคมไร้เงินสด

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 25 คนมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันในเชิงบวก คือมองว่า สังคมไร้เงินสดทำให้การใช้ชีวิตง่ายและสะดวกมากขึ้น ไม่ต้องพกเงินสดเยอะ สามารถลดต้นทุนในการผลิตธนบัตรได้ เช่น

“เป็นสิ่งที่เราอยากให้ เป็น อยากให้มี เพราะเราจะใช้ชีวิตง่ายขึ้น แค่พกมือถือ ทำให้ทำนู่นนี่ได้หลายอย่าง ไม่ใช่แค่โทรอย่างเดียว ซึ่งประเทศอื่นเค้าทำกันแล้ว (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“การเป็น Cashless Society จะช่วยให้ชีวิตง่ายขึ้น ลดการพกบัตร ลดการพกเงินสด ทำให้การชำระเงิน และการตรวจสอบข้อมูลเป็นไปได้สะดวก” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ดี ถ้าเป็นแบบนี้ต้นทุนก็ลดลงจริงๆ เราเสียต้นทุนในเรื่องของสังคมเงินสดค่อนข้างเยอะมาก เช่นพิมพ์แบงก์ ทำเหรียญ เรื่องของค่าใช้จ่ายที่มันซ่อนอยู่ และสังคมไร้เงินสดยังทำให้เกิดความโปร่งใสในการใช้เงิน ถ้าเราถือเงินสด การแลกเปลี่ยนมันก็ง่าย เหมาะกับเขาๆ อะไรแบบนี้ครับ” (เพศชาย, อายุ 37 ปี, รัฐบาล)

“เทคโนโลยีเริ่มเข้ามาในชีวิตมากขึ้น มีความปลอดภัยที่เราไม่ต้องถือเงินสด” (เพศชาย, อายุ 29 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ปัจจุบันมีการผลักดันจากทางภาครัฐ เริ่มจาก พร้อมเพย์ ส่วนภาคเอกชนอย่างธนาคารพาณิชย์ก็มีส่วนร่วมมากขึ้น แต่มีเฉพาะเมืองใหญ่ๆ ตามปริมาตร แต่ไม่ได้ครอบคลุมทั้งประเทศ คิดว่าจุดนี้ทำให้ยากในการเป็น cashless society สำหรับไทยก็ยังไม่ค่อยดี โดยส่วนตัวคิดว่ามันเป็นประโยชน์ต่อประชาชน และภาคธุรกิจ” (เพศชาย, อายุ 30 ปี, พนักงานรัฐวิสาหกิจ)

“ดีครับ ง่ายดี บางทีเราลืมพกกระเป๋าตัง จะไม่กังวลว่าไม่มีกระเป๋าตังใช้ เคยมีประสบการณ์ลืมกระเป๋าตังไม่มีเงินจ่ายค่าทางด่วน เลยต้องขอพร้อมเพย์เพื่อจ่ายค่าทางด่วนแทน” (เพศชาย, อายุ 38 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ดี คิดว่าลดต้นทุนการผลิตธนบัตรได้มาก” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน) อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน จากทั้งหมด 25 คนมีความคิดเห็นเพิ่มเติม นอกเหนือจากความสะดวกสบาย และมีความกังวลอยู่ได้แก่

“แต่ก็กังวลเรื่องความปลอดภัย ง่ายต่อการถูกโจรกรรม” (เพศชาย, อายุ 30 ปี, พนักงานรัฐวิสาหกิจ)

“สะดวกสบาย จะไปไหนถ้าลืมกระเป๋า ใช้แค่มือถือก็ได้ แต่ข้อเสียน่าจะเป็นที่ข้อมูลสามารถถูกแฮ็กได้” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, ธุรกิจส่วนตัว)

“เทคโนโลยีเริ่มเข้ามาในชีวิตมากขึ้น มีความปลอดภัยที่เราไม่ต้องถือเงินสด แต่อาจจะต้องใช้เวลาในการพัฒนา เนื่องจากคนในปัจจุบันยังเข้าถึงไม่มากนัก” (เพศชาย, อายุ 29 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

4.2.1.2 เหตุผลที่เป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจชำระเงินผ่าน QR Code

เหตุผลที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจชำระเงินผ่าน QR Code เนื่องจากความสะดวกที่สามารถหยิบโทรศัพท์มือถือออกมาเพื่อชำระเงินได้ทันที ใช้งานง่าย ทำให้ไม่ต้องพกเงินสดจำนวนมาก โปรโมชัน และความปลอดภัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ความสะดวก ง่าย ไม่ต้องพกเงินสดเยอะ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่เมณี 14 คน จากทั้งหมด 25 คน บอกว่าใช้เพราะต้องการความสะดวก เนื่องจากตนเองไม่ชอบพกเงินสดเยอะ เช่น

“สะดวก ไม่ต้องพกเงินเยอะ กระเป๋าตังหายก็ไม่ต้องกังวล” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ร้านไหนมี เราก็พยายามใช้ ส่วนตัวไม่ค่อยเก็บเงินสดเยอะ ถ้าร้านไหนมีก็ใช้เลย” (เพศชาย, อายุ 26 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“มันสะดวกเพราะโดยส่วนตัวเป็นคนไม่พกเงินสดเยอะ พกครั้งนึง 200 – 300 บาท เวลาไปไหนมาไหน บางร้านก็มี QR Code ทำให้เราไม่ต้องพกเงินสดติดตัวเยอะๆ และกรณีฉุกเฉิน เงินเราไม่พอจ่ายร้านค้า แล้วร้านนั้นมี QR Code ให้เราจ่ายพอดี มันก็สะดวก ปลอดภัยด้วย” (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ก็เลยหยิบกระเป๋าตัง ง่าย สะดวกดี แค่เปิดมือถือมาก็จ่ายเงินได้” (เพศหญิง, อายุ 41 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

ส่วนตัวใช้ QR Code จ่ายทั้งร้านอาหาร เสื้อผ้า เพราะปกติตัวเองไม่พกเงินสดอยู่แล้ว ตอบโจทย์ชีวิต” (เพศหญิง, อายุ 26 ปี, ธุรกิจส่วนตัว)

“ถ้ามี Option ให้เลือก ก็ใช้ มันง่าย แม่ค้าอยากให้เราจ่าย QR Code ก็จ่าย” (เพศชาย, อายุ 38 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

- โปรโมชัน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่เมณี 6 คน จากทั้งหมด 25 คน บอกว่าใช้เพราะมีโปรโมชันในตอนนั้น เช่น

“โปรโมชัน จ่ายแล้วได้ส่วนลด ได้เงินคืน” (เพศหญิง อายุ 27 ปี พนักงานบริษัทเอกชน)

“ส่วนลด ดึงดูด” (เพศหญิง อายุ 34 ปี พนักงานบริษัทเอกชน)

“โปรโมชันบางร้านจูงใจ ลดราคาหรือได้เงินคืน” (เพศชาย, อายุ 29 ปี พนักงานบริษัทเอกชน)

“ใช้แล้วได้ส่วนลดค่าอาหารที่บริษัทช่วงแรกๆ ซึ่งก็ง่ายดี ทำให้ใช้ต่อ”
(เพศหญิง อายุ 30 ปี พนักงานบริษัทเอกชน)

“มีโปร จ่ายแล้วได้เงินคืน เพราะเมื่อต้องชำระเงินในการซื้อของที่
ต้องการแล้วได้รับส่วนลด ก็ดีกว่าไม่ได้รับสิทธิพิเศษอะไรเลย” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, พนักงาน
บริษัทเอกชน)

“เริ่มใช้ครั้งแรก เพราะตอนนั้นก็มิโปร โบนัสให้ ช้อปโป๊งที่เจเจ ช้อครบ
300 บาท ได้เงินคืน 50 บาท ช้อครบ 500 บาท ได้เงินคืน 100 บาท” (เพศหญิง อายุ 27 ปี พนักงาน
บริษัทเอกชน)

- ความปลอดภัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณี
3 คน จากทั้งหมด 25 คน บอกว่าใช้เพราะรู้สึกปลอดภัยมากกว่าการใช้เงินสดที่ต้องหยิบออกมาจาก
กระเป๋าเงิน เช่น

“ปลอดภัยเนื่องจากไม่ต้องพกเงินสดจำนวนมาก” (เพศชาย, อายุ 27 ปี,
พนักงานบริษัทเอกชน)

“ถ้ามี Option ให้เลือก ก็ใช้ ปลอดภัย พกเงินสดไม่ต้องเยอะ” (เพศชาย, อายุ
38 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

4.2.1.3 ความคิดเห็นจากการได้รับข่าวสารการเปิดตัว “แม่มณี” QR
Payment ตัวแทนแคมเปญ “SCB Easy Pay – แม่มณี Money Solutions” จากธนาคารไทยพาณิชย์
กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันในเชิงบวก
โดยมีความรู้สึกสนใจ อยากลองใช้ ทำให้เกิดความสะดวก ในขณะที่เดียวกันมีกลุ่มตัวอย่างบางส่วนที่
มีความคิดเห็นเป็นกลาง และมีกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นในเชิงลบ โดยมีความกังวลเรื่องความ
ปลอดภัยและอินเทอร์เน็ต โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ความคิดเห็นเชิงบวก กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข่าวสารการเปิดตัว “แม่
มณี” QR Payment ตัวแทนแคมเปญ “SCB Easy Pay – แม่มณี Money Solutions” จำนวน 19 คน
จากทั้งหมด 25 คน มีความคิดเห็นในเชิงบวก คือ หลังจากได้รับข่าวสารการเปิดตัวแม่มณีแล้วรู้สึก
สนใจ และมีความคิดว่าผลิตภัณฑ์นี้จะส่งผลดีสำหรับตนเอง ทำให้สะดวกขึ้น อยากลองใช้

“เปิดตัวได้นำดึงดูดความสนใจมาก เพราะว่าตามกระแสละคร มีดีงคารา
มาเป็นฟรีเซนเตอร์ มาสคอตแม่มณีก็น่ารักดี” (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“แปลกใหม่ สนใจ อยากใช้ ตอนนั้นเห็นมาเปิดตัวที่สยามครั้งนึง พอจ่ายผ่าน QR Code ครบ 300 บาท มี cashback ให้ 50 บาท” (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ใช้ SCB อยู่แล้ว คิดว่าคงทำให้เราสะดวกขึ้น” (เพศหญิง อายุ 31 ปี พนักงาน บริษัทเอกชน)

“ดังมาก ทำให้ออยากลองใช้” (เพศหญิง, อายุ 40 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ดีนะ น่าจะช่วยให้ทำรับเงินจ่ายเงินเร็วขึ้น” (เพศชาย, อายุ 27 ปี พนักงานบริษัทเอกชน)

“เปิดตัวได้ดี นางกวักแม่มีฉีนารักดี เป็นเหมือนจิตวิทยาด้วย ทำให้นึกถึง SCB และการกวักลูกค้าเข้าร้านค้า ส่วนตัวคิดว่านอกจากทำให้เราสะดวกขึ้นแล้ว ยังเป็นทางเลือกที่ดีต่อร้านค้า ที่ไม่ต้องหาเหรียญทอน ดีต่อคนซื้อที่ไม่ต้องรับเหรียญทอน” (เพศชาย, อายุ 30 ปี, พนักงานรัฐวิสาหกิจ)

- ความคิดเห็นไม่ได้เป็นไปในเชิงบวกหรือลบชัดเจน รู้สึกเฉยๆ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข่าวสารการเปิดตัว “แม่มีฉีน” QR Payment ตัวแทนแคมเปญ “SCB Easy Pay – แม่มีฉีน Money Solutions” จำนวน 3 คน จากทั้งหมด 25 คน รู้สึกเฉยๆ เช่น

“ไม่แปลกใจ เพราะใช้ Mobile Banking อยู่แล้ว” (เพศหญิง, อายุ 26 ปี, เจ้าของธุรกิจส่วนตัว)

“เฉยๆ ตอนแรกไม่คิดว่าทำไมต้องเป็นแม่มีฉีน เพิ่งมาดังเพราะเอาตัวละครมาเปิดตัว เลยเป็นที่รู้จัก” (เพศชาย, อายุ 26 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ตอนนั้นยังไม่สนใจ” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

- ความคิดเห็นเชิงลบ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข่าวสารการเปิดตัว “แม่มีฉีน” QR Payment ตัวแทนแคมเปญ “SCB Easy Pay – แม่มีฉีน Money Solutions” จำนวน 3 คน จากทั้งหมด 25 คน มีความกังวลเรื่องความปลอดภัยและอินเทอร์เน็ต เช่น

“เห็นตามร้านค้า SCB โปรมโทได้เข้าถึงร้านเล็กๆ เช่น ร้านรถเงิน โอเลี้ยง แต่ก็ยังไม่ทั่วถึงพอ เรื่องความปลอดภัยในการใช้ อันนี้ก็ยังไม่มั่นใจเท่าไร อะไรที่มันง่ายไปจากเดิมมากๆ ที่ concern นะ” (เพศหญิง, อายุ 34 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“เห็นครั้งแรกก็คิดว่ามันจะเวิร์กมัย เพราะไม่เคยจ่ายผ่าน QR Code เรื่องความปลอดภัยของเงินๆ ทองๆ ผ่านออนไลน์ก็ต้องปลอดภัยนิดนึง พอได้ลองใช้ทำให้ชีวิตเราสะดวก

มากขึ้น สำหรับคนที่ไม่พกเงินสดเยอะๆ มันทำให้เราสะดวกมากขึ้นจริงๆ ” (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ตอนแรกคิดว่าไม่น่าสะดวก กลัวเน็ตล่ม แล้วตอนนั้นสงสัยว่ามันจ่ายต่างแบงก์ได้มั๊ย หลังจากนั้นก็รู้ว่าใช้ได้” (เพศหญิง, อายุ 30 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

4.2.1.4 ความคิดเห็นที่มีต่อครอบครัว เพื่อน หรือกลุ่มสังคมใกล้ตัวที่ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code

บุคคลรอบข้างของกลุ่มตัวอย่างมีทั้งใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code ก่อนกลุ่มตัวอย่างและมีผลทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกอยากใช้ตาม และไม่อยากใช้ตาม นอกจากนี้มีบุคคลรอบข้างที่ไม่ได้ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แต่กลุ่มตัวอย่างได้มีการแนะนำหรือสอนใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code โดยมีรายละเอียดดังนี้

- บุคคลรอบข้างมีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่างในการเริ่มใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code มีจำนวน 4 คน จากทั้งหมด 25 คน ดังนี้

“เคยเห็นเพื่อนใช้ ง่ายๆ ก็อยากลองนะ” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“เห็นเพื่อนใช้ เลยอยากใช้ตามเพื่อน อีกอย่างคือร้านข้าวร้านน้ำที่ทำงานมี QR Code ให้จ่ายด้วย” (เพศหญิง, อายุ 41 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“มีใช้กันอยู่แล้ว บางคนใช้ก่อนเราก็มี พอเห็นก็ทำให้เราอยากใช้บ้าง อยากรู้ว่าใช้ง่ายเปล่า ก็ลองใช้” (เพศหญิง, อายุ 32 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“พอมิให้เห็นบ้าง พอเห็นเค้าใช้ก็รู้สึกว่ามันก็สะดวกดีนะ เราเลยลองใช้ดูบ้าง” (เพศชาย, อายุ 30 ปี, พนักงานรัฐวิสาหกิจ)

- บุคคลรอบข้างไม่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่างในการเริ่มใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code มีจำนวน 1 คน จากทั้งหมด 25 คน ดังนี้

“คนที่ออฟฟิศใช้อยู่ เห็นละก็เหมาะกับเค้าเพราะเพื่อนไม่ค่อยพกเงินสด รับรู้ว่ามันใช้ได้แน่ แต่ไม่ได้อยากใช้ตาม เราใช้ของเราเองเพราะมีโปรโมชันได้เงินคืน” (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

- กลุ่มตัวอย่างเริ่มใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code ก่อนบุคคลรอบข้าง มีจำนวน 11 คน จากทั้งหมด 25 คน และจาก 11 คน มี 1 คนที่แนะนำให้บุคคลรอบข้างใช้บริการเช่น

“ผมเองใช้ก่อนแล้วแนะนำให้คนอื่นใช้ด้วย ส่วนตัวชอบเทคโนโลยี และเห็นด้วยกับ cashless society เหมาะกับเรา” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“เราลองใช้ก่อนเค้า” (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)
 “ตัวเองเริ่มใช้ก่อนคนใกล้ตัว” (เพศหญิง, อายุ 31 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ตนเองเริ่มใช้ QR Code ก่อนคนรอบตัว” (เพศชาย, อายุ 29 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“เราเริ่มใช้ของเราเอง” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, ธุรกิจส่วนตัว)
 “เราเริ่มใช้ก่อน พอหลังๆ คนอื่นก็ใช้ตามเพราะร้านข้าวที่ทำงานบังคับให้ใช้” (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

4.2.1.5 สิ่งที่ชอบและไม่ชอบจากประสบการณ์ที่การใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้สึกชอบเกี่ยวกับการชำระเงินผ่าน QR Code เนื่องจากใช้ง่าย สะดวก, มีโปรโมชั่น, ปลอดภัย และไม่เสียค่าธรรมเนียม โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ใช้ง่าย สะดวก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 21 คน จากทั้งหมด 25 คน ชอบความสะดวกและง่ายในการชำระเงิน เช่น
 “ชอบ แอปถูกพัฒนาขึ้นมา สะดวกขึ้น ง่ายขึ้น จ่ายได้โดย version เก่าใช้ยาก” (เพศชาย, อายุ 26 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

- “ชอบสะดวกสบาย ไม่ต้องพกเงินสด มันง่ายก็เลยใช้ต่อ” (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

- “ชอบที่มันง่าย ” (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, ธุรกิจส่วนตัว)

- “ชอบ เพราะสะดวก” (เพศหญิง, อายุ 41 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

- “ชอบ สะดวก เร็ว ร้านจะโกงทอนเงินผิดไม่ได้” (เพศหญิง, อายุ 31 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

- “ชอบที่สะดวก ไม่ต้องพกเงินสดมาก” (เพศหญิง, อายุ 32 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

- มีโปรโมชั่น กลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 คน จากทั้งหมด 25 คน ชอบเพราะโปรโมชั่นของทางธนาคาร เช่น

- “ชอบ โบนัสลด ได้เงินคืน มีสลิปให้ “(เพศชาย, อายุ 30 ปี, พนักงานรัฐวิสาหกิจ)

- “ชอบคือสะดวก มี cashback ไม่ใช่แค่จ่ายผ่านหน้าร้าน มีให้สแกนจ่ายผ่านบิลด้วย (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

- ปลอดภัยจากโจรขโมยกระเป๋าเงิน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 1 คน จากทั้งหมด 25 คน ชอบเพราะรู้สึกปลอดภัยจากการพกเงินสดน้อยลง เช่น
 - “ชอบที่สะดวก ปลอดภัยที่ไม่ต้องพกเงินสดมากๆ ” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)
 - “สะดวกสบาย ปลอดภัยเนื่องจากไม่ต้องพกเงินสดจำนวนมาก” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)
- ไม่เสียค่าธรรมเนียม กลุ่มตัวอย่างจำนวน 1 คน จากทั้งหมด 25 คน ชอบที่จ่ายเงินผ่าน QR Code แล้วไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียม เช่น
 - “ส่วนใหญ่จะชอบเพราะความสะดวกสบาย และ ไม่เสียค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)
 อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างบางส่วนระบุว่าไม่ชอบการชำระเงินผ่าน QR Code เนื่องจากมีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของระบบ ใช้เวลาประมวลผลค่อนข้างนาน จำนวนร้านค้าที่รับเงินผ่าน QR Code มีจำกัด และปัญหาการสแกน QR Code โดยมีรายละเอียดดังนี้
 - ความปลอดภัยของระบบ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 คน จากทั้งหมด 25 คน มีความกังวลเรื่องความปลอดภัยของระบบการจ่ายเงินผ่าน QR Code เช่น
 - “ไม่ใช่ว่าไม่ชอบ แต่ยังไม่มั่นใจเรื่องความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวของเรา แต่ถ้ารัฐฯ ผลักดันถูกต้อง จริงจัง ก็อาจหมดห่วงเรื่องนี้” (เพศชาย, อายุ 29 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)
 - “ไม่ชอบคือ ถ้าโทรศัพท์หาย แล้วถ้าโดนแฮกง่าย ก็น่ากลัว” (เพศชาย, อายุ 30 ปี, พนักงาน รัฐวิสาหกิจ)
 - “ไม่ถึงกับไม่ชอบ เป็นข้อกังวลมากกว่าว่าจะถูกแฮกง่ายหรือเปล่า ปลอดภัยมัย กลัวโอนละไม่เข้าบัญชีร้านค้าที่เราต้องการจ่ายจริงๆ ” (เพศหญิง, อายุ 30 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)
 - “สิ่งที่ไม่ชอบคือกลัวโดนขโมยข้อมูลทางออนไลน์” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, ธุรกิจส่วนตัว)
 - “กังวลว่าการจ่ายผ่าน QR Code จะมีความผิดพลาด เช่น เงินไม่เข้า จ่ายไม่สำเร็จ หรือการโดนแฮกข้อมูลมันเกิดขึ้นได้ไหม” (เพศหญิง, อายุ 30 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)
 - “ที่ไม่ชอบ คือปัญหาเยอะ เราต้องใช้มือถือตลอดเวลา ต้องมีเรื่อง security ถ้าเราถูกโคลนมือถือ หรือ โดนแฮก มันก็ไปเลย แต่เห็นคนที่ขอให้ช่วยหรือคน โดนโจมตีเยอะ ถ้าคน

ทั่วไป จะไม่ค่อยรักษาความปลอดภัยมาก การเข้าเว็บ เข้าแอป ไม่รู้ว่าเกิดแบบนี้ได้ เราเห็นว่ามันมีช่องทางนี้อยู่” (เพศชาย, อายุ 37 ปี, รัฐบาล)

- เวลาประมวลผลนาน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 คน จากทั้งหมด 25 คน

บอกว่า แอปพลิเคชันประมวลผลนาน เช่น

“ไม่ชอบที่บางครั้งแอปพลิเคชันหรืออินเทอร์เน็ตที่ไม่เสถียร ไม่ติดบ้าง ช้าบ้าง” (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, ธุรกิจส่วนตัว)

“ไม่ชอบคือเวลาเบตจะหมด มือถือเราช้า อินเทอร์เน็ตตก” (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ไม่ชอบ บางครั้งโหลดช้า แต่ส่วนมากไม่ค่อยมีปัญหา ใช้งาน” (เพศหญิง, อายุ 41 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ไม่ชอบคือเป็นความกังวลว่ามันจะ error อินเทอร์เน็ตตก ถ้าจ่ายแล้วแต่ มันไม่ขึ้นว่าจ่ายอะไรแบบนี้” (เพศหญิง, อายุ 31 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

- จำนวนร้านค้าที่รับเงินผ่าน QR Code มีจำกัด กลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 คน จากทั้งหมด 25 คน บอกว่าร้านค้าที่รับเงินผ่าน QR Code มีจำนวนน้อย เช่น

“ตามต่างจังหวัด หรือปริมณฑลยังมีน้อย มีแค่บางที่ บางร้านที่มี QR Code ให้จ่าย ยังไม่ทั่วถึง” (เพศชาย, อายุ 29 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ไม่ชอบ เพราะยังไม่ทั่วถึง อย่างแถวบ้านที่เป็นปริมณฑล ร้านค้าที่มี QR Code น้อยมากต้องเป็นร้านใหญ่จริง คนเข้าออกเยอะจริงถึงจะมี QR Code” (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“แต่ที่อยากให้มีเพิ่มคือมันยังมีไม่ทั่ว” (เพศหญิง, อายุ 40 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“แต่ที่ไม่ชอบคือร้านที่รับเงินผ่าน QR Code ยังมีไม่เยอะพอ (เพศชาย, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

- ปัญหาการสแกน QR Code กลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 คน จากทั้งหมด 25 คน บอกว่าเจอปัญหาสแกน QR Code ไม่ติด เช่น

“ที่ไม่ชอบคือเคยจะจ่าย QR Code แต่แอปอ่าน QR Code ไม่ได้ ไม่แน่ใจว่าเกิดจากอะไรเลยใช้เงินสดแทน” (เพศหญิง, อายุ 32 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ไม่ชอบเพราะบางทีสแกนไม่ติด อาจจะเป็นที่มือถือเรา” (เพศหญิง, อายุ 36 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

4.2.1.6 การรับรู้ประโยชน์ของกลุ่มตัวอย่างในการใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code หลากหลายประเด็น ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- สะดวก ลดเวลาชำระเงิน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม്่മณี จำนวน 22 คน จากทั้งหมด 25 คน บอกว่าใช้แล้วมีความสะดวก ลดเวลาการชำระเงินได้ เช่น

“สำหรับตัวเองคิดว่าง่าย ลดเวลา เสถียรถ้าเทียบของแบงก์อื่น ลดเวลาชำระเงินได้ สแกนละคิดเลย” (เพศหญิง, อายุ 26 ปี, ธุรกิจส่วนตัว)

“ลดเวลาสบาย ไม่ต้องรับเงินทอนที่เป็นเหรียญ อนาคตคิดว่าสังคมไม่ต้องพกเงินสดและลดเวลาคดงที่ตู้เอทีเอ็ม” (เพศชาย, อายุ 26 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“สะดวก ไม่ใช่เวลามาก เร็ว ไม่ต้องพกเงินสด ชอบที่ไม่ต้องไปคดง” (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“เวลาลืมกระเป๋าตัง เราพกมือถือตลอดอยู่แล้ว ก็ง่ายได้ สะดวก QR Code Payment เห็นชัดใช้ง่าย แพลตฟอร์มคูใช้ง่าย” (เพศชาย, อายุ 32 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“สะดวกสบาย ไม่ชอบพกเหรียญ ปลอดภัย ที่ไม่ต้องคดงกระเป๋าตังขึ้นมารวดเร็ว” (เพศหญิง, อายุ 41 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“เสียเวลาน้อยลง เหรียญไม่ต้องพก” (เพศหญิง, อายุ 31 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

- ปลอดภัยจากโจร ที่ไม่ต้องพกเงินสดเยอะ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม്่മณี 8 คน จากทั้งหมด 25 คน บอกว่าใช้แล้วรู้สึกปลอดภัยกว่าใช้เงินสด เช่น

“ปลอดภัย ไม่ต้องพกเงินสด ไม่ต้องไปคดง” (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ปลอดภัย ที่ไม่ต้องคดงกระเป๋าตังขึ้นมา” (เพศหญิง, อายุ 41 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ปลอดภัย สามารถใช้ง่ายโดยไม่ต้องพกเงินสดเยอะ การที่พกเยอะมันก็เป็นอันตราย” (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

- มีสติปให้ ช่วยบันทึกรายจ่าย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มี 2 คน จากทั้งหมด 25 คน บอกว่าได้รับประโยชน์จากสติปหลังจากจ่ายเงินทันที ช่วยบันทึกรายจ่ายของตนเองได้ เช่น

“ช่วยบันทึกรายจ่ายเรา สร้างวินัย” (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“มีประโยชน์ตรงที่สามารถรู้รายการใช้จ่ายได้ ตรวจสอบได้ง่ายๆ ผ่านมือถือ” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

- ป้องกันการถูกโกงหรือถูกหลอกจากร้านค้า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มี 2 คน จากทั้งหมด 25 คน บอกว่าการชำระเงินผ่าน QR Code ช่วยป้องกันการถูกโกงจำนวนเงินทอนหรือกำจัดความเสี่ยงเรื่องการรับธนบัตรปลอมจากร้านค้า เช่น

“โกงเงินทอนไม่ได้” (เพศหญิง, อายุ 31 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ไม่ต้องกังวลเรื่องเงินทอน หรือความกังวลเรื่องแบงก์ปลอม” (เพศชาย, อายุ 38 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

4.2.1.7 สิ่งที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้กลุ่มตัวอย่างใช้บริการการชำระเงินผ่าน QR Code ต่อไปเป็นประจำในอนาคต

กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่สำคัญอย่างหลากหลายประเด็น โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ ความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงิน ความครอบคลุมของร้านค้าที่รับชำระเงินผ่าน QR Code โปรโมชันดึงดูด ความปลอดภัยจากโจร ซึ่งเกิดจากที่พกเงินสดน้อยลง ตามลำดับ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังรูปภาพ 4.1 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงิน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 20 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้ความสำคัญกับเรื่องความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรมการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มีมาเป็นอันดับที่ 1 เช่น

“สะดวก ไม่ใช้เวลามาก เร็ว” (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“สะดวกสบาย ไม่ชอบพกเหรียญ” (เพศหญิง, อายุ 41 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

- ความครอบคลุมของร้านค้าที่รับชำระเงินผ่าน QR Code กลุ่มตัวอย่างจำนวน 9 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้ความสำคัญกับเรื่องความครอบคลุมของทางเลือกในการชำระเงินผ่าน QR Code ตามร้านค้าต่างๆ ที่ต้องมีย่างทั่วถึงมาเป็นอันดับ 2 เช่น

“ถ้าร้านค้าที่มี QR Code มีทั่วถึง เช่นต่างจังหวัด ที่ตอนนี้ยังไม่มีให้ใช้” (เพศหญิง, อายุ 30 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ขยายพื้นที่บริการ หากมีบ้างไม่มีบ้าง มีเป็นหย่อมๆ คนก็ยังคงพกเงินสดอยู่ดี ไม่รู้ว่าร้านไหนจะมีหรือไม่มี” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

- โปรโมชันที่น่าสนใจ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 7 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้ความสำคัญกับเรื่องความปลอดภัยจากโจรขโมยกระเป๋าเงินหรือเงินสด และให้ความสำคัญกับเรื่องการนำเสนอโปรโมชันต่างๆ เพื่อดึงดูดให้ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code เช่น ส่วนลดตามร้านค้า และการให้เงินคืนเมื่อชำระเงินตามเงื่อนไข เป็นต้น มาเป็นอันดับที่ 3 เช่น

“โปรโมชัน เช่น ส่วนลด” (เพศชาย, อายุ 29 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

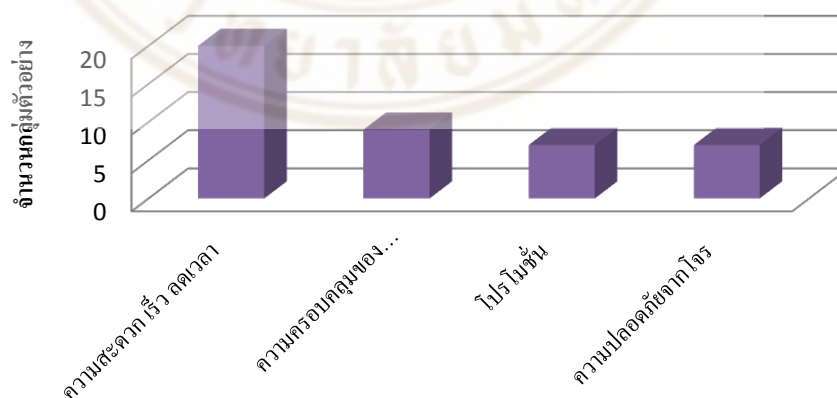
“มีส่วนลด ดึงดูดให้คนหันมาใช้แทนเงินสด คนก็จะหันมาใช้บริการมากขึ้น” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

- ความปลอดภัยจากโจรขโมยกระเป๋าเงินหรือเงินสด กลุ่มตัวอย่างจำนวน 7 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้ความสำคัญกับเรื่องความปลอดภัยจากโจรขโมยกระเป๋าเงินหรือเงินสดเป็นอันดับที่ 3 เช่นเดียวกับโปรโมชันดึงดูด เช่น

“ไม่ต้องพกเงินสด ลดความเสี่ยงเรื่องการโจรกรรม” (เพศหญิง, อายุ 30 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ปลอดภัยจากโจร” (เพศหญิง, อายุ 40 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

ปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code ต่อไปเป็นประจำ



ภาพที่ 4.1 ปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code ต่อไปเป็นประจำ

4.2.1.8 ความสนใจทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่เป็นนวัตกรรมใหม่จากธนาคาร

กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกันเกือบทั้งหมด คือ สนใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่เป็นนวัตกรรมใหม่จากธนาคาร ถ้าผลิตภัณฑ์นั้นเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตมากขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

- สนใจ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 23 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้ความเห็นว่า สนใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่เป็นนวัตกรรมใหม่จากธนาคาร ถ้าผลิตภัณฑ์นั้นเข้ามาช่วยเพิ่มความสะดวกในการใช้ชีวิต เช่น

“ถ้านวัตกรรมใหม่มาช่วยให้การใช้ชีวิตง่ายขึ้น ไม่ยุ่งยากเกินไป ก็น่าสนใจ ชีวิตก็ยุ่งยากอยู่แล้ว มันก็คิดว่ามีอะไรทำให้ชีวิตง่ายขึ้น” (เพศหญิง, อายุ 26 ปี, ธุรกิจส่วนตัว)

“สนใจ ถ้ามันสะดวกสบาย เร็ว ง่าย อยากเอาเวลาทำอย่างอื่นแทน คนไม่ค่อยมีเวลา ถ้ามีมาช่วยก็โอเค” (เพศชาย, อายุ 26 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ใช้นะ เพราะที่ผ่านมามี Product อะไรก็ทดลองตลอด ถ้ามันสะดวกก็ใช้ บางทีไปสาขา รอคิวนาน ลำบาก แล้วพอมารู้เทคโนโลยีก็ดีขึ้น” (เพศหญิง, อายุ 31 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ถ้าช่วยเราใช้ชีวิตสะดวกขึ้นก็จะลอง” (เพศหญิง, อายุ 34 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

- ไม่แน่ใจ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้ความเห็นว่าไม่แน่ใจต้องดูความเสี่ยง ความปลอดภัยก่อน ถึงตัดสินใจใช้ เช่น

“ดูความเสี่ยง ความปลอดภัยก่อน ค่อยตัดสินใจ” (เพศหญิง, อายุ 31 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ถ้าเปิดตัวใหม่ๆ ยังไม่ค่อยไวใจ แต่ถ้าผ่านไปซักระยะหนึ่งแล้ว ดูแล้วมันปลอดภัย ก็ใช้ ถ้าเป็นเงินที่อยู่ในบัญชี QR Code คงไม่เอาเงินใส่ไว้เยอะช่วงแรก อย่างน้อยถ้าเกิดอะไรขึ้น อย่างน้อยเงินที่อยู่ในนั้นจะไม่หายไปไหนเยอะ ห่วงเรื่องความปลอดภัยอยู่ แต่ก็เป็นคน สนใจเทคโนโลยี” (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

4.2.1.9 ความคิดเห็นที่มีต่อหน้าจอการแสดงผลบน Mobile Application ฟังก์ชัน Scan bill / QR payment

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกันในเชิงบวก เกือบทั้งหมดคือ หา function การใช้งาน QR Payment ได้ง่าย ใช้งานง่าย แอปพลิเคชันดูดี มีความสวยงาม โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ความคิดเห็นในเชิงบวก กลุ่มตัวอย่างจำนวน 24 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้ความเห็นต่อบน Mobile Application ฟังก์ชัน Scan bill / QR payment ว่าใช้ง่าย เช่น
 “พอ log in เข้าไปก็มิให้กดสแกนได้เลย มันก็จับ QR Code ให้เลยนะ ไม่ต้องรอให้ตรงเป๊ะก็สะดวกดีนะ ใช้ไม่ยาก ” (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)
 “แต่ก่อนโบราณ พอเปลี่ยนมาใช้ง่ายขึ้น ทันสมัย มีสแกนนี่ว” (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ใช้ง่ายดีค่ะ” (เพศหญิง, อายุ 41 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ภาพรวมโอเคนะครับ” (เพศชาย, อายุ 30 ปี, พนักงานรัฐวิสาหกิจ)

- ความคิดเห็นในเชิงลบ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 1 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้ความเห็นต่อบน Mobile Application ฟังก์ชัน Scan bill / QR payment ว่าเจอปัญหาในการใช้งาน เช่น

“มีปัญหาเรื่องความช้า แต่ก็ไม่แน่ใจว่าเป็นปัญหาที่สัญญาณอินเทอร์เน็ตหรือโทรศัพท์หรือปัญหาที่แอปพลิเคชัน” (เพศชาย, อายุ 38 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

4.2.1.10 ความคิดเห็นที่มีต่อการชำระเงินผ่าน QR Code แทนการใช้เงินสดอย่างสมบูรณ์ในอนาคต

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 25 คน มีความเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกันในเชิงบวก คือ เห็นด้วยเป็นสิ่งที่อยากให้เป็น เพราะง่าย สะดวก สำหรับตนเองมีความพร้อม แต่ก็ต้องใช้เวลารับตัว เช่น ้วยคุณพ่อ คุณแม่ ที่อาจต้องใช้เวลาปรับตัวนานกว่ารุ่นลูก และมีประเด็นอื่นๆ ที่ต้องให้ความสำคัญด้วย เช่น

“เป็นประโยชน์ ทั้ง QR Code บัตรเครดิต เดบิต เงินสดจ่ายแค่ค่าเล็กๆ น้อยๆ อนาคตทางด่วนไม่น่าต้องเงินสดแล้ว แต่ต้องมีอุปกรณ์มา support ด้วย IT ความปลอดภัย” (เพศชาย, อายุ 26 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ส่วนตัวพร้อม มีความเข้าใจเทคโนโลยีมากอยู่แล้ว เพราะเป็น Early Adopter ถ้าเกิดปัญหาเยอะ เราก็จะรู้วิธีแก้ บริบทสังคมยังไม่ค่อยพร้อมเท่าไร literacy ของคน ความเข้าใจในการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ส่วนบุคคลที่เข้าตัวต้องรักษาด้วยตนเอง เค้าใช้ด้วยความไม่เข้าใจ 2.มิติของกฎหมาย กระบวนการบังคับใช้กฎหมายมีปัญหา ตำรวจสืบสวน สอบสวนทางไซเบอร์ พร้อมหรือไม่ ถ้าเกิดมีคดีเยอะๆ รับไหวหรือไม่ คู่ครองคนของเราที่อยู่ต่างประเทศหรือไม่ เราไม่ได้สร้างโครงสร้างพื้นฐานในการรองรับสังคมไร้เงินสดอย่างแท้จริง เป็นเรื่องพื้นฐานที่เราต้องรู้และเข้าใจ” (เพศชาย, อายุ 37 ปี, รัฐบาล)

“ไม่มีปัญหาสำหรับตัวเอง ต้องดูว่าจะพัฒนาต่อยอดไปสุดแค่ไหน แต่สำหรับคนที่รุ่นเก่าไม่เข้าใจ ก็ต้องให้ลูกหลานช่วยสอน สำหรับความพร้อม ต้องพร้อมถ้าทุกอย่างบังคับใช้” (เพศชาย, อายุ 29 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“อยากให้เป็นอย่างนั้นนะ ถ้าในอนาคตค่อยๆ ปรับตัวไปก็เป็นไปได้ ถ้าปุ๊บต้องปรับเร็วเร็วชนิดนี้ง สรุปลือก็ปรับตัวได้ ต้องไปกับมัน” (เพศหญิง, อายุ 34 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ได้นะ แต่ต้องใช้เวลปรับตัวบ้าง ถ้ายังเร็วไป วันนี้พุงนี้ ไม่น่าพร้อม แต่บางร้านก็ยังต้องใช้เงินสดอยู่ สำหรับตัวเองไม่มีปัญหา แต่สำหรับครอบครัวที่มีผู้สูงอายุที่ยังชินกับการใช้เงินสด” (เพศชาย, อายุ 38 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“พร้อม เพราะชอบความสะดวกสบาย แต่คนรุ่นพ่อแม่เราอาจจะไม่พร้อม ต้องใช้เวลาปรับตัวนานกว่าเรา ที่สำคัญคือรัฐบาลมีความพร้อมหรือเปล่าถ้าเกิดมีการแฮ็กข้อมูลหรือเกิดโจรกรรมทางไซเบอร์ เค้าจะแก้ปัญหาได้ไหม คนของรัฐพร้อมไหม” (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

4.2.1.11 ข้อเสนอแนะจากผู้ที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR Code
แม่เมธี

ข้อเสนอแนะสำหรับปรับปรุงหรือเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การชำระ
เงินผ่าน QR Code

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 8 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้ความเห็นว่าอยากให้
ทางธนาคารเพิ่มช่องทางการชำระเงินผ่าน QR Code ให้ตามร้านค้าอย่างทั่วถึง ครอบคลุมมากขึ้น
เช่น

“อยากให้ทั่วถึง หลายร้านค้า โปรโมชันให้สำหรับลูกค้าที่จ่ายเงินผ่าน
QR Code SCB เช่น โปรโมชันลดราคา “ได้เงินคืน” (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ต้องมีตามร้านมากกว่านี้ แล้วต่อยอดเรื่องประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง จนถึง
ชาวบ้านมีมือถือแต่ไม่รู้วิธีใช้ ร้านค้ามี QR Code ตั้งอยู่แต่ก็ไม่ว่ามันคืออะไร ก็เป็นอะไรที่ต้อง
ผลักดันต่อไป” (เพศชาย, อายุ 29 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“อยากให้เจรจาตามร้านค้าให้ทั่วถึง เช่น ตามร้านอาหารในห้าง” (เพศ
หญิง, อายุ 30 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ยังมีให้ใช้ไม่ทั่วถึง อยากให้เพิ่มจำนวนร้านที่มี QR Code” (เพศชาย,
อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“อยากให้กระจาย QR Code ตามร้านค้าในห้าง และตามร้านนอกๆ เมืองบ้าง มันยังไม่ทั่วถึง” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้ความเห็นว่าอยากให้ทางธนาคารมีโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดการชำระเงินผ่าน QR Code เช่น

“ต่อโปรโมชั่นได้เงินคืน ให้ส่วนลด” (เพศหญิง, อายุ 26 ปี, ธุรกิจส่วนตัว)

“มีโปรโมชั่นให้สำหรับลูกค้าที่จ่ายเงินผ่าน QR Code SCB เช่น โบนัสลดราคา ได้เงินคืน” (เพศหญิง, อายุ 27 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้ความเห็นว่าอยากให้ทางธนาคารรายการการชำระเงินผ่าน QR Code ให้ครอบคลุมทุกรายจ่าย เช่น

“Bill payment อยากให้มีจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟ ครอบคลุม” (เพศหญิง, อายุ 31 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“อยากให้มันครอบคลุมทุกๆ อย่าง เกี่ยวกับรายจ่ายในชีวิตประจำวันของเรา” (เพศหญิง, อายุ 31 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“Scan QR Code แทนบัตร Rabbit ของ BTS” (เพศหญิง, อายุ 32 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้ความเห็นว่าอยากให้การใช้งาน QR Code Payment ใช้เวลาทำเร็วกว่านี้ เช่น

“โดยรวมพอใจอยู่แล้ว ทำให้โอนเร็วขึ้นก็จะดี” (เพศหญิง, อายุ 41 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“สำหรับ QR Code Payment โอเค แต่กังวลเรื่องความซ้ำให้การจ่าย แต่อาจจะเกิดจากมือถือเราเอง” (เพศชาย, อายุ 38 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

ความคิดเห็นอื่นๆ ที่น่าสนใจ จำนวน 2 คน จากทั้งหมด 25 คน ให้ความเห็นว่าเรื่องมาตรการชดเชยกรณีลูกค้าจ่ายเงินผิด และการกำหนดจำนวนเงินลงไป QR Code เช่น

“การคืนเงินกรณีเราพลาดจ่ายผิด แเบงก์ควรมีมาตรการคืนเงิน ถ้าเพิ่ม confirmation ถึงมืออยู่เราก็ผิดได้ มีประสบการณ์จองตั๋วเครื่องบิน แต่เว็บเค้าคืนให้เลยอยากให้แบงก์มีบ้าง มีหน่วยงานเคลียร์ฝั่งจ่ายเงิน รับเงิน มีกดถ้าเราไม่แจ้งภายใน 2 วัน ธนาคารก็จะไม่รับผิดชอบ” (เพศชาย, อายุ 26 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ตอนสแกนจ่าย ไม่อยากใส่ยอดเงิน โอนเอง กลัวใส่ผิด ยกเว้นจะโอนให้แฟนให้เพื่อน โอนให้คนอื่นที่ไม่ใช่ร้านค้า อยากให้ร้านค้ามี fix ราคาให้เลย เหมือนร้านชาวมัธยม ATM” (เพศหญิง, อายุ 30 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

- การแนะนำวิธีการชำระเงินผ่าน QR Code ให้กับผู้อื่น

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 23 คน จากทั้งหมด 25 คน บอกว่าจะแนะนำผู้อื่นให้ชำระเงินผ่าน QR Code เช่น

“แนะนำ เพราะมันดีกว่าธนาคารอื่น เรามีบัญชีเยอะ ไม่มีอะไรเสถียรเท่า SCB ไม่ค้าง เวลายืนยันรหัสตอนโอนจริงๆ ก็มีปัญหบ้าง แต่มีน้อย โดยรวมเราโอเค” (เพศหญิง, อายุ 26 ปี, ธุรกิจส่วนตัว)

“แนะนำอยู่แล้ว แต่อยากให้แบงก์ส่งเสริมให้ร้านค้าด้วย ให้เห็นข้อดี มีประโยชน์ทั้งร้านค้าลูกค้า ตอนนี้ยังไม่กระจาย อยากให้เพิ่มร้านค้าในห้าง” (เพศชาย, อายุ 26 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“แนะนำ เพราะเป็นตัวเองที่อยากให้เค้าใช้ ร้านที่เราใช้บริการบ่อย ก็อยากแนะนำ เพราะคิวยาวจะได้ไม่ต้องรอจ่ายนาน แม้อีกก็ไม่ต้องหาเหรียญทอน ลดขั้นตอนการจ่ายเงิน ได้ประโยชน์ทั้งคนซื้อและคนขาย” (เพศชาย, อายุ 30 ปี, พนักงานรัฐวิสาหกิจ)

“ถ้ามันเป็นทางเลือกที่ดีก็จะแนะนำ อยากให้คนใกล้ตัวใช้ แต่จะแนะนำโดยสาธิตให้ดูเวลาไปกินข้าวด้วยกัน แต่สำหรับคนในครอบครัวต้องใช้เวลานิดนึง” (เพศชาย, อายุ 38 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 2 คน จากทั้งหมด 25 คน บอกว่าไม่แนะนำผู้อื่นให้ชำระเงินผ่าน QR Code เช่น

“ต้องรอให้เจอกับตัวเอง กรณีไม่มีเงินสด แล้วต้องจ่ายเงิน ณ ตอนนั้น หรือทำโปรโมชั่นที่น่าสนใจ คนก็จะเลือกใช้อยู่แล้ว” (เพศชาย, อายุ 29 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน)

“ไม่ เพราะบางคนในครอบครัวยังไม่กล้าใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต ” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, ธุรกิจส่วนตัว)

4.2.2 ผลการสัมภาษณ์ร้านค้าที่มีช่องทางการชำระเงินผ่าน QR Code แม้มติ

4.2.2.1 สัดส่วนการเลือกชำระเงินของลูกค้าระหว่างชำระเงินด้วยเงินสด และชำระเงินผ่าน QR Code

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 5 ร้านค้า บอกว่าลูกค้าเลือกจ่ายผ่านเงินสดมากกว่าจ่ายผ่าน QR Code เช่น

“ส่วนมากเงินสด แต่ก็แล้วแต่ลูกค้าว่าสะดวกทางไหน ถ้าลูกค้าจ่ายผ่าน QR Code ได้ก็จ่ายมันสะดวกลูกค้าต่อการจ่าย ง่ายกว่าบัตรเครดิต” (เพศหญิง, อายุ 31 ปี, ร้านขายเครื่องประดับ)

“เงินสด 70% QR Code 30% แต่ก่อนเงินสด 99% บัตรเครดิต 1% ตามที่ลูกค้าสะดวก” (เพศหญิง, อายุ 41 ปี, ร้านขายรองเท้า)

“ส่วนมากเงินสด กับบัตรเครดิต QR Code จะน้อย” (เพศหญิง, อายุ 35 ปี, ร้านขายเสื้อผ้า)

“ส่วนมากเงินสด แต่ก็มีลูกค้าบางรายอยากลองจ่ายผ่าน QR Code ก็เข้ามาถามว่าใช้ยังไง เราก็สอนเค้า” (เพศหญิง, อายุ 34 ปี, ร้านขายคอนแทคเลนส์)

“ส่วนมากลูกค้าจ่ายเงินสด ร้านสะดวกเงินสด ถ้าลูกค้าไม่มีคีย์ QR Code ส่วนมากเป็นเงินสด มีจ่ายบัตรเครดิตนิดหน่อยสำหรับลูกค้าต่างชาติ แต่ถ้าอีกร้านหนึ่งที่อยู่ center point ซึ่งวัยรุ่นวัยทำงานเดินเยอะกว่า เค้าจะใช้ QR Code” (เพศหญิง, อายุ 30 ปี, ร้านขายเสื้อผ้า)

4.2.2.2 ข้อเสนอของธนาคารที่ให้กับร้านค้าหรือประโยชน์จากการนำ QR Code แม้มันเป็นช่องทางการชำระเงินให้ลูกค้า

ทั้ง 5 ร้านค้าบอกว่าทางธนาคารไทยพาณิชย์เป็นฝ่ายเข้าไปติดต่อร้านค้าเอง เพื่อเสนอช่องทางชำระเงินผ่าน QR Code แม้มันเพิ่มเติมนอกเหนือจากการชำระเงินโดยเงินสด และผ่านบัตรเครดิต บัตรเครดิต ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1 ร้านค้า จากทั้งหมด 5 ร้านค้า ที่รับรู้ถึงประโยชน์จากการนำ QR Code แม้มันเป็นช่องทางการชำระเงินให้ลูกค้า คือติดต่อร้านค้า ที่ไม่ต้องเอาเงินไปเข้าธนาคาร เช่น

“ธนาคารมาติดต่อเอง แรกๆ ที่ทำมีให้ แต่ให้ลูกค้า จ่ายแล้วได้เงินสด สิทธิร้านค้าไม่มี แต่ไม่ต้องเสียอะไรเลย ถ้าเป็นบัตรเครดิตต้องเสีย fee 3% ให้ธนาคาร QR Code ดีเหมือนรับเงินสด แต่ไม่ต้องเอาเงินไปเข้าธนาคาร ดีกว่าบัตรเครดิตเยอะมาก” (เพศหญิง, อายุ 41 ปี, ร้านขายรองเท้า)

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 4 ร้านค้า จากทั้งหมด 5 ร้านค้า บอกว่าทางร้านค้าไม่ได้รับประโยชน์อะไรจากการที่ลูกค้าชำระเงินผ่าน QR Code ประโยชน์ตกเป็นของลูกค้าเท่านั้น เป็นการเพิ่มช่องทางชำระเงินที่สะดวกมากขึ้น และลูกค้าอยากเข้าร่วมโปรโมชั่น เช่น

“ลูกค้าได้ ช่วงโปรโมชั่นซื้อ 500 บาท ได้เงินสด ก็ดีกับลูกค้า” (เพศหญิง, อายุ 31 ปี, ร้านขายเครื่องประดับ)

“ไม่ได้อะไร แค่เพิ่มช่องทาง แคลูกค้าสะดวก” (เพศหญิง, อายุ 35 ปี, ร้านขายเสื้อผ้า)

“ไม่มีนะ แค่เงินเข้าบัญชี แค่เป็นการเพิ่มช่องทางให้ลูกค้า เข้าให้ลูกค้า สะดวกมากกว่า” (เพศหญิง, อายุ 34 ปี, ร้านขายคอนแทคเลนส์)

“ไม่มีนะ แค่เพิ่มทางเลือกให้ลูกค้ามากกว่า มีโปรซื้อเท่านั้น ได้เงินคืน เท่านั้น” (เพศหญิง, อายุ 30 ปี, ร้านขายเสื้อผ้า)

4.2.2.3 ความต้องการของร้านค้าในการรับเงินค่าสินค้าด้วยเงินสดหรือ QR Code

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 ร้านค้า จากทั้งหมด 5 ร้านค้า บอกว่าต้องการรับเงินผ่าน QR Code มากกว่ารับเป็นเงินสด เช่น

“QR Code โอนเข้าบัญชีเจ้าของไปเลย จริงๆ มันก็สะดวกดี แค่ถ่ายรูปสลิปจากมือถือลูกค้า ส่งไลน์ให้ร้านสาขา ไม่ต้องรวมเงินไปเข้าบัญชีตอนปิดร้าน” (เพศหญิง, อายุ 31 ปี, ร้านขายเครื่องประดับ)

“ถ้าโอนเลยมันก็ง่ายดี เข้าบัญชีไปเลย” (เพศหญิง, อายุ 41 ปี, ร้านขายรองเท้า)

“ปกติรับเงินสด ต้องเก็บเงินสดไปเข้าธนาคารหลังร้านปิด ลำบาก ถ้าโอนผ่าน QR Code เข้าเลยจะสะดวกกว่า ร้านก็ชอบถ่ายรูปจากสลิปโอนเงินจากมือถือลูกค้าเก็บไว้เป็นหลักฐาน ส่งเข้าไลน์สาขา ส่วนตัวก็ใช้นะ แต่ปัญหาคืออินเทอร์เน็ตไม่ดี ช้า” (เพศหญิง, อายุ 34 ปี, ร้านขายคอนแทคเลนส์)

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 ร้านค้า จากทั้งหมด 5 ร้านค้า บอกว่าชอบทั้งการรับเงินผ่าน QR Code และรับเป็นเงินสด เพราะเห็นว่าไม่ได้แตกต่างกัน เช่น

“เฉยๆ มันก็เหมือนกัน ไม่ต่าง เหมือนเราได้เงินสด เงินเข้าบัญชีเราอยู่แล้ว” (เพศหญิง, อายุ 35 ปี, ร้านขายเสื้อผ้า)

“ได้ทั้ง 2 อย่าง” (เพศหญิง, อายุ 30 ปี, ร้านขายเสื้อผ้า)

4.2.2.4 ข้อเสนอแนะจากร้านค้าที่มีช่องทางการชำระเงินผ่าน QR Code แม്่മฉิ

● ข้อเสนอแนะสำหรับปรับปรุงหรือเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การชำระเงินผ่าน

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 5 ร้านค้า อยากให้ธนาคารทำโปรโมชันดึงดูดให้ลูกค้าชำระเงินผ่าน QR Code โดยมอบส่วนลด ให้เงินคืน และคูปองส่วนลด เช่น

“ทำโปรโมชันให้ลูกค้า แต่ร้านก็ไม่ได้อะไรอยู่ดี” (เพศหญิง, อายุ 31 ปี, ร้านขายเครื่องประดับ)

“ถ้าอยากให้ลูกค้าใช้ QR Code ธนาคารอาจจะต้องมีโปรโมชั่นให้ลูกค้าได้ส่วนลด ได้เงินคืน แบบที่เคยทำ ทางร้านก็อาจจะผลักดันยอดขายเพิ่มไปด้วย คือแบ่งกัเอื้อลูกค้ามากกว่าร้านค้า แต่ฝั่งร้าน ไม่มีอะไรตอบแทนให้ น่าจะมีแบบถ้าเปิดบัญชีเงินฝาก แล้วไม่ได้ถอน ก็จะได้ดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น มันก็วินวิน คิงคูด ดี” (เพศหญิง, อายุ 41 ปี, ร้านขายรองเท้า)

“โปรโมชั่นเจาะจงไปเลยชื่อร้านนี้ได้เงินคืน ได้ลุ้นโชค ช่วยเพิ่มยอดให้ร้านด้วย” (เพศหญิง, อายุ 35 ปี, ร้านขายเสื้อผ้า)

“ก็คงทำโปรโมชั่นอีก” (เพศหญิง, อายุ 34 ปี, ร้านขายคอนแทคเลนส์)

“โปรโมชั่นได้เงินคืน” (เพศหญิง, อายุ 30 ปี, ร้านขายเสื้อผ้า)

● การแนะนำวิธีการชำระเงินผ่าน QR Code ให้กับลูกค้า
กลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 ร้านค้า จากทั้งหมด 5 ร้านค้า บอกว่าจะแนะนำลูกค้าให้ชำระเงินผ่าน QR Code เช่น

“เฉยๆ แต่แนะนำก็ได้ จะได้ไม่ต้องเก็บเงินสดไว้” (เพศหญิง, อายุ 31 ปี, ร้านขายเครื่องประดับ)

“แนะนำได้ แต่ต้องดูว่าลูกค้าวัยไหน บางคนก็เข้ามาถามว่าใช้ยังไง เราก็แนะนำอยู่แล้ว” (เพศหญิง, อายุ 34 ปี, ร้านขายคอนแทคเลนส์)

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 ร้านค้า จากทั้งหมด 5 ร้านค้า บอกว่าไม่แนะนำลูกค้าให้ชำระเงินผ่าน QR Code ให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกช่องทางชำระเงินเอง เช่น

“ถ้าถามว่าจะแนะนำเลยตั้งแต่แรกมัย ไม่นะ ตามใจลูกค้า ให้เค้าเลือกดีกว่า ทางร้านรับได้หมด” (เพศหญิง, อายุ 41 ปี, ร้านขายรองเท้า)

“ไม่แนะนำ ลูกค้าจะเลือกจ่ายยังไงอยู่ที่เค้า ไม่ได้อยู่ที่เรา” (เพศหญิง, อายุ 35 ปี, ร้านขายเสื้อผ้า)

“เฉยๆ ตามที่ลูกค้าสะดวก” (เพศหญิง, อายุ 30 ปี, ร้านขายเสื้อผ้า)

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเหตุผลในการใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณี แทนการใช้เงินสด และศึกษาถึงที่มาของการเกิดทัศนคติในการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณีของลูกค้า และของร้านค้า และศึกษาการยอมรับการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณี เพื่อหาเหตุผลในการใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณี ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability) โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR Code แม่มณีที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 25 คน และร้านค้าที่มี QR Code แม่มณีเป็นช่องทางการชำระเงินให้ลูกค้าในกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 ร้านค้า โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อนำมาวิเคราะห์ ทำความเข้าใจและตีความข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเชื่อมโยง เปรียบเทียบกับผลการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องเหตุผลในการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณี พบว่า

5.1.1 ผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR Code แม่มณี

5.1.1.1 กลุ่มตัวอย่าง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60 มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 68 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 80 มีระดับการศึกษาปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 80 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 84 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 76

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมชำระ
เงินผ่าน QR Code ของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR Code แม่มีณี พบว่ากลุ่มตัวอย่าง
ส่วนใหญ่ใช้บริการโดยเฉลี่ย 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 44 มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งระหว่าง 100 –
500 บาท คิดเป็นร้อยละ 36 และใช้ชำระค่าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 96

5.1.1.2 ที่มาของการเกิดทัศนคติในการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มีณี
ด้านการจูงใจทางกาย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อสังคม
ไร้เงินสดและการชำระเงินผ่าน QR Code และมีเหตุผลคล้ายกัน คือตัดสินใจใช้เพราะคำนึงถึงความ
สะดวกที่สามารถหยิบโทรศัพท์มือถือออกมาเพื่อชำระเงินได้ทันที ใช้ง่าย ทำให้ไม่ต้องพกเงินสดใน
กระเป๋าเงินเยอะ และความคิดเห็นภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างมองว่าสังคมไร้เงินสดทำให้การใช้ชีวิต
ง่ายและสะดวกมากขึ้น

ด้านข่าวสารข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นไปใน
ทิศทางเดียวกันในเชิงบวก คือหลังจากได้รับข่าวสารการเปิดตัวแม่มีณีแล้วรู้สึกสนใจ มีความคิดว่า
ผลิตภัณฑ์นี้จะส่งผลดีสำหรับตนเอง ทำให้สะดวกขึ้น อยากลองใช้

ด้านการเข้าร่วมกลุ่ม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เริ่มใช้บริการชำระเงิน
ผ่าน QR Code ก่อนบุคคลรอบข้าง

ด้านประสบการณ์ พบว่า จากประสบการณ์การชำระเงินผ่าน QR Code
ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่รู้สึกชอบ เนื่องจากใช้ง่าย สะดวก, มีโปรโมชั่น, ปลอดภัย และไม่เสีย
ค่าธรรมเนียม

ด้านบุคลิกลักษณะเฉพาะบุคคล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจใช้
ผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่เป็นนวัตกรรมใหม่จากธนาคาร หากมีผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นในอนาคต ถ้า
ผลิตภัณฑ์นั้นเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตมากขึ้น

5.1.1.3 การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับการชำระเงินผ่าน QR
Code แม่มีณี

ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (Perceive Usefulness) พบว่ากลุ่ม
ตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ว่าการชำระเงินผ่าน QR Code จะทำให้สามารถชำระเงินได้รวดเร็วขึ้น มีความ
สะดวกมากขึ้น รองลงมาคือ การชำระเงินผ่าน QR Code มีความปลอดภัย จากการที่ไม่ต้องพกเงินสด
ในจำนวนมาก และการชำระเงินผ่าน QR Code มีสติปหรือหลักฐานการโอนเงินให้ สามารถช่วย
บันทึกรายจ่ายได้ และสามารถป้องกันการถูกโกงจำนวนเงินทอนหรือกำจัดความเสี่ยงเรื่องการรับ
ธนบัตรปลอมจากร้านค้า

ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceive Ease of Use) พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ว่าการใช้งาน Scan bill / QR payment บน SCB Mobile Banking Application ใช้งานง่าย สามารถเรียนรู้และทำความเข้าใจได้ง่าย

ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ (Attitude toward use) พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีทัศนคติที่ดีต่อการชำระเงินผ่าน QR Code แทนการใช้เงินสด เพราะรับรู้ถึงประโยชน์ต่างๆ ที่ได้รับ เช่น ทำให้สะดวกขึ้น และรับรู้ถึงความง่ายในการชำระเงินผ่าน QR Code Payment แม่มณี บน SCB Mobile Banking Application

ด้านความตั้งใจใช้ (Intention to use) พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เกิดการยอมรับและมีความตั้งใจที่จะชำระเงินผ่าน QR Code ต่อไปในอนาคต ซึ่งเป็นผลมาจากการมีทัศนคติที่ดีต่อการชำระเงินผ่าน QR Code และสิ่งที่คุณกลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีความสำคัญต่อการชำระเงินผ่าน QR Code เป็นประจำในอนาคต เช่น การชำระเงินสะดวกและรวดเร็วขึ้น ร้านค้าที่มีช่องทางการชำระเงินผ่าน QR Code มีทั่วถึง ครอบคลุมตามพื้นที่ต่างๆ มีโปรโมชั่น เช่น ให้ส่วนลดหรือมอบเงินคืนเมื่อชำระเงินผ่าน QR Code ครอบคลุมจำนวนเงินที่กำหนด เป็นต้น และความปลอดภัยจากโจร ซึ่งเกิดจากการที่พกเงินสดน้อยลง

5.1.2 ร้านค้าที่มี QR Code แม่มณีเป็นช่องทางการชำระเงินให้ลูกค้า

5.1.2.1 กลุ่มตัวอย่าง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 60 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 80 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 80

จากการวิเคราะห์ข้อมูลร้านค้าที่ใช้บริการธุรกรรมการชำระเงินผ่าน QR Code พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นร้านขายเสื้อผ้า 2 ร้าน ร้านขายเครื่องประดับ 1 ร้าน ร้านขายรองเท้า 1 ร้าน ร้านขายคอนแทคเลนส์ 1 ร้าน และราคาสินค้าของทุกร้านไม่เกิน 1,000 บาท

5.1.2.2 สัดส่วนการเลือกชำระเงินของลูกค้าระหว่างชำระเงินด้วยเงินสด และชำระเงินผ่าน QR Code

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าลูกค้าของกลุ่มตัวอย่างร้านค้าทั้งหมด 5 ร้าน เลือกชำระเงินค่าสินค้าด้วยเงินสดมากกว่าจ่ายผ่าน QR Code ซึ่งเป็นไปตามความสะดวกของลูกค้า

5.1.2.3 ประโยชน์ที่ร้านค้าได้รับจากการนำ QR Code แม്่മณีมาใช้ จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้านค้าส่วนใหญ่ไม่ได้รับรู้ถึงประโยชน์จากการที่ลูกค้าชำระเงินผ่าน QR Code มีแค่ฝ่ายลูกค้าที่ได้รับประโยชน์จากการชำระเงินผ่าน QR Code เป็นการเพิ่มช่องทางชำระเงินที่สะดวกมากขึ้นให้กับลูกค้าเท่านั้น และลูกค้าอยากเข้าร่วมโปรโมชั่นเพื่อให้ได้รับส่วนลด และได้เงินคืนจากการชำระเงินผ่าน QR Code

5.1.2.4 ความต้องการของร้านค้าในการรับเงินค่าสินค้าด้วยเงินสด หรือ QR Code

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้านค้าส่วนใหญ่ต้องการรับเงินผ่าน QR Code มากกว่ารับเป็นเงินสด เพราะมีความสะดวกมากกว่า เงินถูกโอนเข้าบัญชีไปได้ทันที ทางร้านไม่ต้องรวมเงินสดไปฝากธนาคารตอนปิดร้าน

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษารวบรวมเรื่องเหตุผลในการชำระเงินผ่าน QR Code แม่่มณี ผู้วิจัยได้นำเสนอการตีความ และประเมินข้อค้นพบเพื่ออธิบายและยืนยันความสอดคล้องระหว่างข้อค้นพบกับทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้บริโภคที่มีต่อการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและการซื้อสินค้าผ่าน QR Code โดยมีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

5.2.1 ผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR Code แม่่มณี

5.2.1.1 ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับที่มาของการเกิดทัศนคติเชิงบวกต่อการชำระเงินผ่าน QR Code และเป็นเหตุผลในการชำระเงินของ QR Code ของกลุ่มตัวอย่าง

แรงจูงใจที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้งาน สิ่งในกลุ่มตัวอย่างคำนึงถึง และเป็นเหตุผลที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกวิธีการชำระเงินผ่าน QR Code คือ ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งาน ได้แก่ ความสะดวกในการชำระเงิน ไม่ต้องพกเงินสดในกระเป๋าเงินเยอะ สังกมไร้เงินสดทำให้การใช้ชีวิตง่ายและสะดวกมากขึ้น รองลงมาคือ มีโปรโมชั่นให้เข้าร่วม เช่น เมื่อชำระเงินผ่าน QR Code กับร้านค้าที่เข้าร่วมโปรโมชั่นจะได้รับส่วนลด หรือได้เงินคืนตามเงื่อนไขที่ธนาคารกำหนด รองลงมาคือ ความปลอดภัยจากการถูกโจรกรรมกระเป๋าเงิน เหตุผลดังกล่าวแสดงถึงการมีทัศนคติที่ดีต่อการชำระเงินผ่าน QR Code ของกลุ่มซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ จิตตินันท์ นันท์ไพบูลย์ (2551) ที่กล่าวว่า ทัศนคติจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลทำบางอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการ

ตนเอง โดยสร้างทัศนคติที่ดีต่อสิ่งที่เข้ามา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชญาภรณ์ สว่างงามวงศ์ (2556) ที่ได้ศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบ อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร และพบว่าผู้ให้บริการมีทัศนคติอยู่ในระดับดีมากต่อการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ในด้านความสะดวกในการใช้งาน และด้านความปลอดภัย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิชาติ เทศสวัสดิวงศ์ (2553) ที่ได้ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และพบว่าลูกค้ามีทัศนคติที่ดีต่อกลยุทธ์ทางการตลาดบริการในด้านความปลอดภัยจากการทำธุรกรรมทางการเงิน และด้านความสะดวกในการใช้งานธุรกรรมการเงิน

การได้รับข้อมูลข่าวสาร การที่กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารการเปิดตัว “แม่มณี” QR Payment ทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความสนใจ และมีการคาดการณ์ถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้งาน จึงส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการชำระเงินผ่าน QR Code ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรียา สุตา (2555) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการซื้อสินค้าผ่าน QR Code ในเขตกรุงเทพมหานคร และพบว่าตัวแปรการรับรู้การสื่อสารการตลาดเกี่ยวกับ QR Code กับตัวแปรทัศนคติต่อการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่าน QR Code มีความสัมพันธ์กันน้อย ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ จิตตินันท์ นันท์ไพบูลย์ (2551) ที่กล่าวว่า ทัศนคติมีพื้นฐานมาจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทั้งการบอกเล่า การอ่าน หรือการดู โดยข้อมูลเหล่านี้จะถูกนำไปเก็บไว้และถูกสร้างขึ้นเป็นทัศนคติส่วนบุคคล

บุคลิกลักษณะเฉพาะบุคคล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสนใจและมีความกล้าที่จะทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ จึงสรุปได้ว่าความสนใจดังกล่าวของกลุ่มตัวอย่างส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการชำระเงินผ่าน QR Code ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ จิตตินันท์ นันท์ไพบูลย์ (2551) ที่กล่าวว่า บุคลิกลักษณะของแต่ละบุคคลส่งผลทางอ้อมต่อการกำหนดทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้ กล่าวคือบุคคลที่มีความคิดกว้างและเปิด โอกาสที่จะรับสิ่งต่างๆ ได้ง่าย ย่อมเป็นคนที่สามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้รวดเร็วกว่าคนที่มีความคิดแคบ

5.2.1.2 ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับสิ่งที่ไม่ใช่ที่มาของการเกิดทัศนคติเชิงบวกต่อการชำระเงินผ่าน QR Code

เข้าร่วมกลุ่ม สิ่งที่ไม่ใช่ที่มาของการเกิดทัศนคติเชิงบวกต่อการชำระเงินผ่าน QR Code ได้แก่ การเข้าร่วมกลุ่ม เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเริ่มใช้การชำระเงินผ่าน QR Code เพราะความต้องการใช้งานของตนเอง และเริ่มใช้ก่อนบุคคลรอบข้าง จึงไม่สามารถสรุปได้ว่าบุคคลใกล้ชิดตัวมีผลทำให้เกิดการคล้อยตาม หรือทำให้กลุ่มตัวอย่างอยากชำระเงินผ่าน QR Code ตาม และไม่มีผลต่อการสร้างทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ สวรรคสุข (2556) ที่

ศึกษาความเชื่อมั่นและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ และพบว่าพฤติกรรมการใช้บริการ คือเลือกใช้บริการเพราะตนเอง เหตุผลที่เลือกใช้บริการเพราะความง่ายต่อการใช้บริการ มีความเชื่อมั่นโดยต่อการใช้บริการโดยรวมอยู่ระดับมาก จึงไม่เป็นไปตามแนวคิดทัศนคติของ จิตตินันท์ นันท์ไพบุลย์ (2551) ที่กล่าวว่า ทัศนคติสามารถเกิดจากการได้รับอิทธิพลมาจากกลุ่มบุคคลที่เข้าร่วมด้วยกัน ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน และกลุ่มสังคมต่างๆ ที่บุคคลเข้าร่วม การพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน สามารถสร้างทัศนคติต่อสิ่งนั้นได้

ประสบการณ์ นอกจากนี้จากประสบการณ์การชำระเงินผ่าน QR Code ของกลุ่มตัวอย่างยังมีสิ่งทีกลุ่มตัวอย่างมีความกังวลอยู่ คือความปลอดภัยของระบบ ซึ่งส่งผลให้เกิดทัศนคติทางลบต่อการชำระเงินผ่าน QR Code ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรียา สุตา (2555) ที่ศึกษาการรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการซื้อสินค้าผ่าน QR Code ในเขตกรุงเทพมหานคร และพบว่าผู้สอบบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีความกังวลด้านความปลอดภัยของระบบ

5.2.1.3 ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับใช้เทคโนโลยีการชำระเงินผ่าน QR Code แม่่มณี

การยอมรับใช้การชำระเงินผ่าน QR Code แม่่มณี จากผลการศึกษาด้านทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการชำระเงินผ่าน QR Code แม่่มณี (Attitude toward use) พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีทัศนคติที่ดีต่อการชำระเงินผ่าน QR Code แทนการใช้เงินสด เพราะสามารถรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการ (Perceive Usefulness) เช่น ทำให้สะดวกขึ้น และรับรู้ถึงความง่ายในการชำระเงินผ่าน QR Code Payment แม่่มณี บน SCB Mobile Banking Application (Perceive Ease of Use) เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อการชำระเงินผ่าน QR Code จึงนำไปสู่ ยอมรับและตั้งใจที่จะชำระเงินผ่าน QR Code ต่อไปในอนาคต (Intention to use) ซึ่งเป็นผลมาจากการมีทัศนคติที่ดีต่อการชำระเงินผ่าน QR Code ผลการวิจัยดังกล่าวเป็นไปตามทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) ของ Davis (1989) ที่กล่าวว่าการยอมรับใช้เทคโนโลยีของผู้ใช้เกิดจากปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceive Usefulness) และ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceive Ease of Use) จึงกล่าวได้ว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของธนาคารควรคำนึงถึงประโยชน์ที่จะได้รับ และผลิตภัณฑ์นั้นใช้งานได้ง่าย จะทำให้ผู้ใช้เกิดทัศนคติที่ดี และเกิดความต้องการเลือกวิธีชำระเงินผ่าน QR Code จริงในที่สุด

ผลการวิจัยของการศึกษารั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐิติณี จิตรัตนมงคล (2560) ที่ได้ศึกษาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังต่อคุณภาพการชำระเงินผ่าน QR Code และพบว่าการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่าน QR Code และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัครเดช ปิ่นสุข (2557) ที่

ได้ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ และส่วนผสม การตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบ แอปพลิเคชัน และพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศเกิดขึ้นจาก 1) การรับรู้ความง่ายในการใช้ งาน กล่าวคือแอปพลิเคชันง่ายต่อการค้นหา ใช้งานง่าย ไม่จำเป็นต้องใช้ความจำหรือพยายามในการ ใช้งาน และมีขั้นตอนน้อย ใช้เวลาไม่นาน ตามลำดับ และ 2) การรับรู้ประโยชน์ กล่าวคือแอปพลิเคชันนี้ มีประโยชน์ต่อผู้ให้บริการ ช่วยให้ผู้ให้บริการมีเวลาว่างสำหรับทำกิจกรรมอื่นมากขึ้น ช่วยปรับปรุงวิธีการ จองตั๋ว และช่วยให้จองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจาก การชำระเงินผ่าน QR Code มีขั้นตอนการใช้งานที่ง่าย และไม่ซับซ้อน ใช้เวลาเรียนรู้ และทำความเข้าใจ ไม่นาน ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงการใช้งานได้ง่ายขึ้น และตอบสนองการใช้ชีวิตที่ต้องการ ความสะดวกและรวดเร็วได้

5.2.2 ร้านค้าที่มี QR Code แม่มณีเป็นช่องทางการชำระเงินให้ลูกค้า

1. ประโยชน์ ร้านค้าส่วนใหญ่ไม่ได้รับรู้ถึงประโยชน์จากการที่ลูกค้าชำระเงินผ่าน QR Code และทางธนาคารไม่ได้มีข้อเสนอเพื่อจูงใจใดๆ ให้ร้านค้ามองว่าธนาคารต้องการเพิ่ม ช่องทางชำระเงินที่สะดวกมากขึ้นให้กับลูกค้า เอื้อประโยชน์ให้กับลูกค้าเท่านั้น และโปรแกรมชั้น ดึงดูดของธนาคารให้ชำระเงินผ่าน QR Code ก็มีเพียงฝ่ายลูกค้าที่ได้ประโยชน์จากการซื้อสินค้าจากร้านค้า คือได้รับส่วนลด และได้เงินคืนจากการชำระเงินผ่าน QR Code ตามเงื่อนไขของธนาคาร อาจเป็นเพราะลูกค้าส่วนใหญ่ชำระค่าสินค้าเป็นเงินสด จำนวนลูกค้าที่ชำระผ่าน QR Code มีน้อย รายร้านค้าจึงยังไม่สามารถรับรู้ถึงประโยชน์ของการมี QR Code แม่มณีเป็นช่องทางการชำระเงิน ได้อย่างชัดเจน

2. ช่องทางการรับชำระเงินที่ต้องการ เมื่อให้ร้านค้าเลือกระหว่างความต้องการรับ ชำระเงินค่าสินค้าด้วยเงินสดกับรับผ่าน QR Code ทางร้านค้ากลับบอกว่าหากให้ตนเองเลือก ช่องทาง การรับชำระเงินจากลูกค้า ขอเลือกรับชำระเงินผ่าน QR Code ดีกว่า เพราะถ้าลูกค้าส่วนใหญ่ หรือลูกค้าทุกคนชำระเงินผ่าน QR Code จะทำให้ร้านค้าคาดการณ์ถึงประโยชน์ของการมี QR Code ได้อย่างชัดเจน เช่น สามารถช่วยให้ร้านค้าจัดการเงินที่ได้รับได้ง่ายขึ้น สะดวก ไม่ต้องเดินทางไป ที่สาขาเพื่อเอาเงินฝากเข้าบัญชีของร้านค้า ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) ของ Davis (1989) ที่กล่าวว่า การยอมรับใช้เทคโนโลยีของผู้ใช้ เกิดจากปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์การใช้งาน (Perceive Usefulness) และสอดคล้องกับงานวิจัย ของ นลินรัตน์ สัมฤทธิ์วงศ์ (2556) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าในการใช้พาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ และพบว่าการรับรู้ประโยชน์การใช้งานมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร

จากผลวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม്่മณี แทนการใช้เงินสด ดังนี้

1. ความปลอดภัยของระบบ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีความกังวลเรื่องความปลอดภัยของระบบการชำระเงินผ่าน QR Code กลัวโดนแฮ็กข้อมูล จึงเสนอให้ทำการประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มความมั่นใจในการใช้งานให้กับลูกค้ามากขึ้น และให้ความรู้ประชาชนทั่วไปเกี่ยวกับภัยไซเบอร์และการรักษาความปลอดภัยเพื่อให้รู้เท่าทันเทคโนโลยี (Technological Literacy) ไม่เพียงแต่ลูกค้าของทางธนาคารที่จะได้รับประโยชน์ แต่บุคคลอื่นที่ไม่ใช่ลูกค้าก็จะได้รับประโยชน์ตรงนี้ และอาจส่งผลให้คนทั่วไปหันมาชำระเงินผ่าน QR Code มากขึ้นด้วย

2. จำนวนร้านค้าที่รับชำระเงินผ่าน QR Code เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างบอกว่าร้านค้าที่รับชำระเงินผ่าน QR Code ยังมีน้อยไป มีแค่ตามร้านค้าที่อยู่ในเมือง เช่น สยามสแควร์ จตุจักร เป็นต้น จึงเสนอให้ทำการประชาสัมพันธ์เพื่อนำ QR Code เข้าถึงร้านค้าบริเวณกรุงเทพและปริมณฑล และตามต่างจังหวัด กระจายให้ทั่วถึง เพื่อตอบรับกับการผลักดันสังคมไทยให้เป็นสังคมไร้เงินสดอย่างแท้จริง

3. โปรโมชัน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างทั้งผู้ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code และร้านค้าที่มีช่องทางการชำระเงินผ่าน QR Code ต้องการให้ทางธนาคารทำโปรโมชันเพื่อดึงดูดลูกค้าให้ชำระเงินผ่าน QR Code มากขึ้น จึงเสนอให้กลับมาทำโปรโมชันส่วนลด หรือได้เงินคืน หรือโปรโมชันอื่นๆ ซึ่งจะเป็นผลดีของทั้ง 2 ฝ่าย ทั้งฝ่ายลูกค้าเองที่จะได้รับความสะดวกสบายในการชำระเงิน ไม่ต้องพกเงินสดเยอะ และฝ่ายร้านค้าที่จะได้รับความสะดวกจากการจัดการเงินค่าสินค้าที่ได้รับได้ง่ายขึ้น ไม่ต้องนำเงินสดไปฝากธนาคาร และช่วยเพิ่มยอดขายได้

4. เพิ่มรายการที่สามารถชำระเงินผ่าน QR Code เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างบอกว่ารายการที่รับชำระเงินผ่าน QR Code ยังไม่ครอบคลุมทุกรายจ่ายในชีวิตประจำวัน เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ หรือใช้แทนบัตร Rabbit ของ BTS จึงเสนอให้เพิ่มรายการชำระเงินให้ครอบคลุม เพื่อสร้างความพร้อมในการผลักดันสังคมไทยไปสู่สังคมไร้เงินสดอย่างแท้จริง

5.4 ข้อจำกัดในงานวิจัยและข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non - Probability Sampling) แบบเจาะจง (Purposive Sampling) และมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code มีเพียง 25 คน และจำนวนกลุ่มตัวอย่างร้านค้าที่มีช่องทางการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณี มีเพียง 5 ร้านค้า ซึ่งไม่ใช่กลุ่มประชากรที่แท้จริง ทำให้ขอบเขตของผลการศึกษาค้นคว้าแคบเกินไป สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ควรเพิ่มกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้มุมมอง ความคิดที่หลากหลายมากขึ้น

2. เนื่องจากผู้วิจัยศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code และกลุ่มตัวอย่างร้านค้าที่มีช่องทางการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณี เฉพาะเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เท่านั้น ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถขยายผลการศึกษไปสู่ผู้ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code และร้านค้าที่มีช่องทางการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณี ได้อย่างครอบคลุมทั้งหมดได้ สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในเขตพื้นที่อื่นร่วมด้วย เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษาวิจัยที่ได้

3. เนื่องจากผู้วิจัยศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code กับร้านค้าที่มีช่องทางการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณีเท่านั้น ผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อเสนอแนะสำหรับปรับปรุงหรือเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การชำระเงินผ่าน QR Code เป็นเพียงความคิดเห็นจากผู้ที่ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณีอยู่แล้วเท่านั้น สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ควรศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่ไม่เคยใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณี และร้านค้าที่ไม่มีช่องทางการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณี ด้วย เพื่อให้ได้เหตุผลว่าทำไมถึงไม่ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณี ทั้งกลุ่มลูกค้าและร้านค้า และเพื่อให้ได้แนวคิดและข้อเสนอแนะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณีที่แท้จริง

4. เนื่องจากผลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างร้านค้าที่มีช่องทางการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณี ไม่ได้กล่าวถึงเรื่อง ภาษีสินค้าออนไลน์ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับร้านค้าออนไลน์และร้านค้าที่รับชำระเงินค่าสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ควรศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับภาษีสินค้าออนไลน์ด้วย เพื่อให้ได้ประเด็นการศึกษาวิจัยที่ครอบคลุมมากขึ้น

บรรณานุกรม

- คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. (2560). ความหมายและความสำคัญของบุคลิกภาพ. สืบค้นเมื่อ 16 ธันวาคม 2561 จาก http://management.aru.ac.th/mnge/images/pdf/e-book/wanthanee/eb_chapter1.pdf.
- ชญากรณ์ สว่างงามวงศ์. (2556). แนวโน้มพฤติกรรมการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบ อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จิตินิ จิตรัตนมงคล. (2560). อิทธิพลของความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ คุณประโยชน์ และความง่ายในการใช้งาน ที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยีในการชำระเงินผ่าน QR Code ของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐวุฒิ สวรรคสุข. (2556). ความเชื่อมั่นและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์. การศึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2557). บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ *Mobile Financial Service*. สืบค้นเมื่อ 21 กันยายน 2561 จาก https://www.bot.or.th/Thai/Payment Systems/Publication/ps_quarterly_report/Payment%20Systems%20Insight/PS_%20Insight_2014Q1.pdf.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2559). เกี่ยวกับธนาคารพาณิชย์ (Commercial Bank). สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2561 จาก [https://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/Pages/Financial Inst.aspx](https://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/Pages/FinancialInst.aspx).
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). ธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ *Mobile banking* และ *Internet banking*. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2561 จาก <http://www2.bot.or.th/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=688&language=TH>.
- นลินรัตน์ สัมฤทธิ์วงศ์. (2556). ความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร. *Journal* Vol. 13 No. 2, Jul-December, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- พัชรียา สุตา. (2555). *การรับรู้ และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการซื้อสินค้าผ่าน QR Code ในเขตกรุงเทพมหานคร. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.*
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ องค์การมหาชน. (2558). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 24 กันยายน 2561 จาก <https://www.etda.or.th/documents-for-download.html>.*
- อภิชาติ เทศสวัสดิวงศ์. (2553). *ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- อักรเดช ปิ่นสุข. (2557). *การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ และส่วนผลสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชัน. การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- Brandbuffet. (2017). *ไทยพาณิชย์ เปิดตัวแม่มณี ใหม่-คาวีกา “นางกวิ๋ก ยุค 2017” คิวท์ล โซลูชั่นส์ พารวยของร้านค้า 4.0. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2561 จาก <https://www.brandbuffet.in.th /2017/11/scbeasy-pay-money-solution/>.*
- ForexBonuses. (2017). *Economies adopting the most cashless technology. สืบค้นเมื่อ 23 กันยายน 2561 จาก <http://www.forexbonuses.org/cashless-countries/>.*
- McKinsey&Company. (2016). *Payments markets fall into five clusters base on their progress in the waron cash. สืบค้นเมื่อ 23 กันยายน 2561 จาก <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/attacking-the-cost-of-cash>.*
- scb.co.th. (2561). *เกี่ยวกับ SCB. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2561 จาก <https://www.scb.co.th/th/about-us.html>.*
- Scimath.org. (2553). *QR Code. สืบค้นเมื่อ 23 กันยายน 2561 จาก www.qrcode.com*



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)
สำหรับผู้ที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR Code แม่มณี

คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกในงานวิจัยเรื่อง เหตุผลในการใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณีแทนการใช้เงินสด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลที่ทำให้ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. เคยใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR Code แม่มณีหรือไม่

<input type="checkbox"/> เคย	<input type="checkbox"/> ไม่เคย
------------------------------	---------------------------------
2. เพศ

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

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 15 ปี	<input type="checkbox"/> 15 – 20 ปี	<input type="checkbox"/> 21 – 30 ปี
<input type="checkbox"/> 31 – 40 ปี	<input type="checkbox"/> 41 – 50 ปี	<input type="checkbox"/> 51 – 60 ปี
<input type="checkbox"/> มากกว่า 60 ปี		
4. สถานภาพ

<input type="checkbox"/> โสด	<input type="checkbox"/> สมรส	<input type="checkbox"/> หย่าร้าง/ม่าย
------------------------------	-------------------------------	--
5. ระดับการศึกษา

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> ปริญญาโท	<input type="checkbox"/> ปริญญาเอก
6. อาชีพ

<input type="checkbox"/> รับราชการ/พนักงานรัฐ	<input type="checkbox"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ
<input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน	<input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ
<input type="checkbox"/> นักเรียน/นักศึกษา	<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....

7. รายได้ต่อเดือน
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 10,001 – 20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 20,001 – 30,000 บาท | <input type="checkbox"/> 30,001 – 40,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 40,001 – 50,000 บาท | <input type="checkbox"/> 50,001 – 60,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 60,000 บาท | |
8. ความถี่ในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR Code แม่มณี (จำนวนครั้ง / สัปดาห์)
- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> โดยเฉลี่ย 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ | <input type="checkbox"/> โดยเฉลี่ย 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ |
| <input type="checkbox"/> โดยเฉลี่ย 5-6 ครั้ง/สัปดาห์ | <input type="checkbox"/> โดยเฉลี่ยมากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์ |
9. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR Code แม่มณีต่อครั้ง โดยเฉลี่ย
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 100 บาท | <input type="checkbox"/> 100 – 500 บาท |
| <input type="checkbox"/> 501 – 1,000 บาท | <input type="checkbox"/> 1,001 – 5,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5,001 – 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 10,000 บาท |
10. ประเภทสินค้าและการบริการที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR Code แม่มณี
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> อาหารและเครื่องดื่ม | <input type="checkbox"/> เสื้อผ้าและเครื่องประดับ |
| <input type="checkbox"/> สินค้าอุปโภคบริโภค | <input type="checkbox"/> ขนส่งสาธารณะ เช่น Taxi มอเตอร์ไซค์รับจ้าง |
| <input type="checkbox"/> บริจาคเงิน | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลที่ทำให้ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณี

1. ท่านมีความเห็นอย่างไรกับสังคมในปัจจุบัน การเป็น Cashless Society

.....

.....

.....

.....

2. เหตุผลที่ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการการชำระเงินผ่าน QR Code

.....

.....

.....

.....

3. หลังท่านจากการได้รับข่าวสารการเปิดตัว “แม่มณี” QR Payment ตัวแทนแคมเปญ “SCB Easy Pay – แม่มณี Money Solutions” จากธนาคารไทยพาณิชย์ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้

.....

.....

.....

.....

4. จากการสังเกตครอบครัว เพื่อน หรือกลุ่มสังคมใกล้ตัวท่าน มีใครใช้บริการการชำระเงินผ่าน QR Code หรือไม่ และท่านมีความคิดเห็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

5. จากประสบการณ์ที่ผ่านมาของท่านเกี่ยวกับการใช้บริการการชำระเงินผ่าน QR Code มีประเด็นอะไรที่ท่านรู้สึกชอบ หรือรู้สึกไม่ชอบต่อการใช้บริการดังกล่าวบ้าง เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

.....

6. ในความคิดเห็นของท่าน ท่านคิดว่า การชำระเงินผ่าน QR Code มีประโยชน์อย่างไร

.....

.....

.....

.....

7. ในความคิดเห็นของท่าน สิ่งใดสำคัญที่สุด 3 อันดับแรกที่จะทำให้ท่านใช้บริการการชำระเงินผ่าน QR Code ต่อไปเป็นประจำในอนาคต เพราะอะไร

.....

.....

.....

.....

8. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับหน้าจอการแสดงผลบน Mobile Application ฟังก์ชัน Scan bill / QR payment เช่น ใช้งานง่าย เป็นมิตรกับผู้ใช้หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

9. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรถ้าในอนาคต การชำระเงินผ่าน QR Code แทนการใช้เงินสดจะเข้ามา มีบทบาทในชีวิตของท่านอย่างสมบูรณ์

.....

.....

.....

.....

10. หากมีผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่เป็นนวัตกรรมใหม่เกิดขึ้นใน ท่านสนใจทดลองใช้หรือไม่ เพราะอะไร

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ

11. ในฐานะที่ท่านคือลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ มีอะไรบ้างที่ท่านอยากให้ปรับปรุงหรือเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การชำระเงินผ่าน QR Code

.....

.....

.....

.....

12. ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้วิธีการชำระเงินผ่าน QR Code หรือไม่ เพราะอะไร

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลที่ทำให้ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่เมณี (เพิ่มเติม)

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดทัศนคติ	คำถาม
การจูงใจทางกาย	1. ท่านมีความเห็นอย่างไรกับสังคมในปัจจุบัน การเป็น Cashless Society 2. เหตุผลที่ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการการ จ่ายเงินผ่าน QR Code
ข่าวสารข้อมูล	3. หลังท่านจากการได้รับข่าวสารการเปิดตัว “แม่เมณี” QR Payment ตัวแทนแคมเปญ “SCB Easy Pay – แม่เมณี Money Solutions” จากธนาคารไทยพาณิชย์ ท่านมีความคิดเห็น อย่างไรเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้
การเข้าร่วมกลุ่ม	4. จากการสังเกตครอบครัว เพื่อน หรือกลุ่ม สังคมใกล้ตัวท่าน มีใครใช้บริการการชำระ เงินผ่าน QR Code หรือไม่ และท่านมี ความคิดเห็นอย่างไร
ประสบการณ์	5. จากประสบการณ์ที่ผ่านมาของท่านเกี่ยวกับ การใช้บริการการชำระเงินผ่าน QR Code มี ประเด็นอะไรที่ท่านรู้สึกชอบ หรือรู้สึกไม่ ชอบต่อการใช้บริการดังกล่าวบ้าง เพราะเหตุ ใด
บุคลิกลักษณะเฉพาะบุคคล ด้านความสนใจ	6. หากมีผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่เป็นนวัตกรรม ใหม่เกิดขึ้นใน ท่านสนใจทดลองใช้หรือไม่ เพราะอะไร

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลที่ทำให้ใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่แม่ณี (เพิ่มเติม)

2. ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ	คำถาม
การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (Perceive Usefulness)	7. ในความคิดเห็นของท่าน ท่านคิดว่าการชำระเงินผ่าน QR Code มีประโยชน์อย่างไร
ความตั้งใจใช้ (Intention to use)	8. ในความคิดเห็นของท่าน สิ่งใดสำคัญที่สุด 3 อันดับแรกที่จะทำให้ท่านใช้บริการการชำระเงินผ่าน QR Code ต่อไปเป็นประจำในอนาคต เพราะอะไร
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceive Ease of Use)	9. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับหน้าจอการแสดงผลบน Mobile Application ฟังก์ชัน Scan bill / QR payment เช่น ใช้งานง่าย เป็นมิตรกับผู้ใช้หรือไม่ อย่างไร
ทัศนคติที่มีต่อการใช้ (Attitude toward use)	10. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรถ้าในอนาคตการชำระเงินผ่าน QR Code แทนการใช้เงินสดจะเข้ามามีบทบาทในชีวิตของท่านอย่างสมบูรณ์

ภาคผนวก ข

แบบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)
สำหรับร้านค้าที่มี QR Code แม่มณีเป็นช่องทางการชำระเงินให้ลูกค้า

คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกในงานวิจัยเรื่อง เหตุผลในการใช้บริการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณีแทนการใช้เงินสด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลที่ทำให้ร้านค้าเลือกเพิ่มช่องทางการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณี ให้กับลูกค้า

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของร้านค้าที่ให้สัมภาษณ์

1. เพศ

- หญิง ชาย เพศทางเลือก

2. อายุ

- น้อยกว่า 15 ปี 15 – 20 ปี 21 – 30 ปี 31 – 40 ปี
 41 – 50 ปี 51 – 60 ปี มากกว่า 60 ปี

3. สถานภาพ

- โสด สมรส หย่าร้าง/ม่าย

4. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก

5. ประเภทร้านค้า

.....
.....

6. ราคาสินค้าโดยเฉลี่ย

- ต่ำกว่า 100 บาท 100 – 500 บาท 501 – 1,000 บาท
 1,001 – 5,000 บาท 5,001 – 10,000 บาท มากกว่า 10,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลที่ทำให้ร้านค้าเลือกเพิ่มช่องทางการชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณีให้กับลูกค้า

1. ลูกค้าเลือกชำระเงินโดยใช้เงินสด หรือชำระเงินผ่าน QR Code แม่มณี มากกว่ากัน และท่านมีความคิดเห็นว่าเป็นเพราะอะไร

.....

.....

.....

.....

2. ธนาคารมีข้อเสนอให้กับร้านค้าหรือร้านค้าได้รับประโยชน์จากการนำ QR Code แม่มณีเป็นช่องทางการชำระเงินให้ลูกค้าหรือไม่ เช่นอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

3. ร้านค้าชอบรับเงินสด หรือรับเงินผ่าน QR Code แม่มณี มากกว่ากัน เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ

4. ในฐานะที่ท่านคือลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ มีอะไรบ้างที่ท่านอยากให้ปรับปรุงหรือเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การชำระเงินผ่าน QR Code

.....

.....

.....

.....

5. ท่านจะแนะนำให้ลูกค้าชำระเงินผ่าน QR Code หรือไม่ เพราะอะไร

.....

.....

.....

.....