

ทัศนคติ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการยอมรับการชำระเงินออนไลน์ ผ่านระบบ QR Code ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครภูเก็ต

ศิริวิทย์ ศิริรักษ์^{1*} และ กิตติพงษ์ ครุฑทอง¹

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
*topsirawit@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับทัศนคติ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการยอมรับการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครภูเก็ต การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครภูเก็ต ที่เคยทำการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code จำนวน 400 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบบเจาะจง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติโดยรวมในทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงตามลำดับคะแนนจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ด้านรูปแบบทางกายภาพ ด้านต้นทุน ด้านความสะดวกสบาย และด้านการติดต่อสื่อสาร มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้าน อยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงตามลำดับคะแนนจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ด้านกระบวนการ ด้านรูปแบบการนำเสนอ ด้านราคา ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่ายและบริการ และด้านการส่งเสริมการตลาดและมีความคิดเห็นต่อการยอมรับการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ในทุกด้าน อยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงตามลำดับคะแนนจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ด้านความเข้ากันได้ ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ด้านการสังเกตได้ ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบและด้านความซับซ้อน

คำสำคัญ: ทัศนคติ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การยอมรับ การชำระเงินออนไลน์ ระบบ QR Code

Attitude, marketing mix and acceptance of online payment via QR Code system of consumers in Phuket City Municipality

Sirawit Sirirak^{1*} and Kittipong Krootsong¹

¹Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University

* topsirawit@hotmail.com

Abstract

The purpose of this research was to study the level of Attitude, marketing mix and acceptance of online payment via QR Code system of consumers in Phuket City Municipality. This research is a quantitative research. Questionnaires were used to collect data from 400 consumers having online payment via QR Code experience Phuket City Municipality by using purposive sampling method. Quantitative data analysis was performed by using descriptive statistics. The research showed that most of the samples have the attitude in much level in all dimensions: Format, Customer Cost, Convenience and Communication, were rearranged from high to low perceived attitude level. The marketing mix also were evaluated in much level in all dimensions: Process, Physical Environment, Price, People, Product, Place and promotion, were rearranged from high to low perceived importance level. Finally, the acceptance were examined in much level in all dimensions: Compatibility, Trial ability, Observability, Relative Advantage and Complexity, were rearranged from high to low perceived acceptance level.

Keywords: Attitude, marketing mix, acceptance, online payment, QR Code system

1. บทนำ

ในปัจจุบัน อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่มีความสามารถในการสื่อสารข้อมูลแบบไร้สายและสามารถเคลื่อนย้ายติดตัวผู้ใช้ ทำให้สามารถใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา ซึ่งความสามารถของอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่เหล่านี้ได้เอื้อประโยชน์ต่อการนำมาประยุกต์ใช้กับการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ในธุรกิจได้เป็นอย่างดี (พรชนก พลาบุลย์, 2558, จุฑารัตน์ แววิเชียร, 2562) สอดคล้องกับการใช้งานในยุคปัจจุบัน ที่กำลังก้าวเข้าสู่ยุคสังคมไร้เงินสด ซึ่งเป็นยุคที่โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตได้ อีกทั้งธนาคารออนไลน์และแอปพลิเคชันธนาคารต่างๆ ก็ถูกพัฒนามาก่อนหน้านี้ระยะหนึ่งแล้ว โดยผู้บริโภคจะสามารถซื้อสินค้าและบริการ จากร้านค้าต่างๆ ร้านค้าออนไลน์ หาบเร่ แผงลอย ขึ้นแท็กซี่ ซื้อมอเตอร์ไซด์รับจ้างได้ โดยไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมใดๆ และจ่ายเงินผ่าน “ระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) มาตรฐาน” (แสงระวี วิริยาเมธาโรจน์, 2555) QR Code มาจากคำว่า “Quick Response Code” ซึ่งเป็นรหัสชนิดหนึ่งที่เป็นบาร์โค้ดแบบ 2 มิติ เป็นรหัสที่พัฒนาต่อยอดมาจากระบบบาร์โค้ดเดิม ให้สามารถใช้งานง่ายขึ้น และสามารถเก็บข้อมูลได้มากขึ้น (จุฑารัตน์ แววิเชียร, 2562). เพียงแค่มีอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ เช่น สมาร์ทโฟน ก็สามารถสแกนข้อมูลผ่าน QR Code ได้ (พริตตา พวงศิริ, 2553) และได้มีการพัฒนา QR Code มาเป็นสื่อกลางเพื่อชำระสินค้า โดยใส่ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการจ่ายเงินซื้อสินค้า และนำมาใช้ควบคู่กับแอปพลิเคชันในมือถือที่เชื่อมต่อกับบัตรเครดิต บัตรเดบิต หรือบัญชีธนาคาร ซึ่งเป็นการชำระเงินที่ได้รับความนิยมอย่างมากในหลายประเทศ ซึ่งระบบนี้ล้วนแต่มีข้อดีทั้งต่อคนทั่วไปและร้านค้า ผู้ประกอบการต่าง ๆ เช่น มีความสะดวกสบายในการใช้งาน เพราะไม่ต้องพกเงินสดหรือบัตรหลายใบให้ยุ่งยาก แล้วยังปลอดภัยกว่าการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตหรือเดบิต เพราะไม่ต้องยื่นบัตรให้ร้านค้า จึงไม่เสี่ยงต่อการโดนขโมยข้อมูลทางการเงิน ส่วนร้านค้าเองก็ได้ประโยชน์จากการใช้ QR Code เช่นกันคือ ไม่ต้องมีเครื่องรูดบัตรใดๆ มารองรับการชำระเงิน ทำให้ประหยัดต้นทุนไปได้อย่างมาก (พัชรียา สุตา, 2555)

ในจังหวัดภูเก็ต ธนาคารพาณิชย์หลายแห่งก็ได้ลงพื้นที่และสนับสนุนให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภคหันมาใช้ระบบ QR Code ในการชำระเงินซื้อสินค้าและบริการต่างๆ (นวิรัตน์ ช่วยบุญชู และคณะ, 2562) อย่างเช่น ธนาคารไทยพาณิชย์ ได้

ตั้งเป้าในส่งเสริมตลาดคิวอาร์โค้ด (QR Code) ด้วยการเปิดตัวแคมเปญใหม่ “SCB EASY PAY – แม่แม่ Money Solution” เพื่อสร้างภาพลักษณ์ การจดจำ และความชื่นชอบในกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้งาน ผ่านแคมเปญ “แม่แม่” ธนาคารจึงร่วมมือกับหลายปล่อยของ นำร่องการเป็นตลาดคิวอาร์โค้ดเป็นตลาดแรกในจังหวัดภูเก็ต รวมถึง ธนาคารออมสิน ได้ เปิดบริการ MyMo Pay และแล้วจ่าย ชำระเงินโดยไม่ต้องใช้เงินสด เพียงยกมือถือแล้ว Scan QR code ที่ร้านค้า โดยในขณะนี้มีร้านค้า สถานประกอบการหลายร้อยร้าน ตอบรับนำแอปพลิเคชัน MyMo ไปใช้ ซึ่งเกิดประโยชน์มาก สามารถลดปัญหาการทอนเงิน ลดเวลาและลดปัญหาการนำเงินที่ได้จากการค้าขายไปฝากธนาคาร อาทิ ที่ ตลาดซิลส์ว้า ตลาดนัดต้องชม (หน้าวัดเทพฯ) รวมถึงร้านอาหารราชมรรค์ ร้านจวนเอี้ยง หรือร้านบุญรัตน์โกลด์ ได้นำคิวอาร์โค้ด แอปพลิเคชัน MyMo ไปใช้ให้บริการลูกค้า โดยพบว่าทั้งร้านค้าที่รับชำระค่าสินค้าและบริการ และลูกค้าที่เป็นผู้จ่ายให้การตอบรับเป็นอย่างดี (นุชนาฏ สุทธิวงษ์, 2562)

อย่างไรก็ดี แม้ว่า การชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ของผู้ประกอบการและผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครภูเก็ต จะมีความสำคัญต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร แต่ในบางพื้นที่ การจ่ายเงินด้วย QR Code ยังไม่ได้รับความนิยม อันเนื่องมาจากปัญหาต่างๆ เช่น การขาดสัญญาณอินเทอร์เน็ต สมาร์ทโฟนของพ่อค้าแม่ขายไม่รองรับ การจ่ายเงินผ่านระบบ QR Code ยังไม่สามารถทำได้ทั้งจรรยาบรรณ หรือการขาดความเข้าใจว่า QR Code คืออะไร และสำคัญอย่างไร ตลอดจนพบว่า การศึกษาในเรื่องนี้ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ยังมีอยู่เป็นจำนวนไม่มากนัก ดังนั้น การศึกษาศึกษาระดับทัศนคติ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการยอมรับการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครภูเก็ตจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพราะนอกจากจะเป็นประโยชน์ในด้านการเติมเต็มช่องว่างทางด้านวิชาการแล้ว องค์กรภาครัฐ ธนาคารพาณิชย์ ผู้ประกอบการขนาดกลางและย่อม และผู้บริโภค ในกลุ่มจังหวัดภูเก็ต และจังหวัดใกล้เคียง ก็สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปต่อยอดหรือปรับวิธีการหรือพัฒนาระบบการให้บริการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรให้เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายขององค์กรได้

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับทัศนคติ ในการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาระดับการยอมรับการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครภูเก็ต

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครภูเก็ต ที่เคยทำการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน และเนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาด กลุ่มตัวอย่าง สามารถคำนวณได้จากสูตรของ Cochran, W.G. (1953, pp 144) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชชัญญา, 2548, หน้า 24) จะได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 ตัวอย่าง จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บแบบสอบถามและการวิเคราะห์ประเมินผลการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือว่าได้ผ่านเกณฑ์ตามเงื่อนไขที่กำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือและการหาคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งโดยมีวิธีการสร้างและตรวจสอบคุณภาพ ดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาจากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับข้อมูลในการ สร้างเครื่องมือ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบ สอบถาม

ขั้นที่ 2 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามา ประมวล เพื่อกำหนดเป็นโครงสร้างของเครื่องมือและ ขอบเขตของเนื้อหา

ขั้นที่ 3 สร้างแบบสอบถามตามขอบเขต ของเนื้อหา คลอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และตามรายละเอียดของนิยามศัพท์เฉพาะของ ตัวแปร โดยแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 6 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code

ส่วนที่ 3 ทัศนคติต่อการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนที่ 5 การยอมรับการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ขั้นที่ 4 นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ทดสอบกับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อพัฒนาความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เพื่อตรวจสอบค่าดัชนี ความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence - IOC) จากผลทดสอบ ค่า IOC ของทุกข้อคำถามในแบบสอบถาม มีค่าอยู่ระหว่าง 0.51 - 1.0 นั้นหมายความว่า ทุกข้อคำถามผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (สุวิมล ติรภานันท์, 2548)

ขั้นที่ 5 นำแบบสอบถามที่ได้ไปการหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มทดลองที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน จากผลการทดสอบ พบว่า ข้อความในแบบสอบถามทุกกลุ่มมี ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นมากกว่า 0.7 และค่า Corrected Item-Total Correlation ของแต่ละข้อคำถามมีค่ามากกว่า 0.3 นั้นหมายความว่า ทุกข้อคำถามผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (Nunnally and Burnstein, 1994)

ขั้นที่ 6 ปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้ง เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มากที่สุดแล้วจึงนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่แท้จริงต่อไป

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบบเจาะจง โดยในงานวิจัยนี้จะเลือกเก็บข้อมูลจากเฉพาะผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครภูเก็ต ที่เคยทำการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code เท่านั้นระหว่าง เดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2563

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติสำหรับการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยใช้สถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วทำการแปลความหมายโดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายโดยใช้ค่าเฉลี่ยของประเด็นคำถาม (ภักยา วานิชย์บัญชา, 2548) โดยมีรายละเอียดดังนี้

คะแนน 4.21 – 5.00 คือ ระดับสำคัญมากที่สุด

คะแนน 3.41 – 4.20 คือ ระดับสำคัญมาก

คะแนน 2.61 – 3.40 คือ ระดับสำคัญปานกลาง

คะแนน 1.81 – 2.60 คือ ระดับสำคัญน้อย

คะแนน 1.00 – 1.80 คือ ระดับสำคัญน้อยที่สุด

3. ผลการวิจัย

3.1 ลักษณะทั่วไปและพฤติกรรมกรรมการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะทั่วไป ดังนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.5 มีอายุ 26-30 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40.0 มีสถานภาพโสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.5 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.5 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.2 มีรายได้ส่วนตัวอยู่ระหว่าง 15,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.5 ส่วนใหญ่ใช้บริการกับธนาคารธนาคารไทยพาณิชย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.5 ทำธุรกรรมประเภทโอนเงิน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.0 รู้จักบริการจากพนักงานธนาคารแนะนำ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.0 ประโยชน์ที่ได้รับจากการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code คือ สะดวกในการใช้งาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.0 เหตุผลแรกที่ตัดสินใจสมัครใช้บริการการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ของธนาคารที่ใช้บริการบ่อยที่สุด คือ สะดวกสบาย เพราะสามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ ทุกเวลา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.7

3.2 ทศคนคติต่อการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code

ทศคนคติต่อการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่มีทศคนคติโดยรวมในทุกด้าน อยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงตามลำดับคะแนนจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ด้านรูปแบบทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย=4.11) ด้านต้นทุน (ค่าเฉลี่ย=4.10) ด้านความสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย=4.07) และด้านการติดต่อสื่อสาร (ค่าเฉลี่ย=4.06) เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยในแต่ละด้าน พบว่า

ด้านต้นทุน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทศคนคติในด้าน การชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ช่วยทุ่นแรงในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารหรือ ตู้ ATM มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.14) รองลงมา ค่าธรรมเนียมในการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code แต่ละรายการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย=4.10) ค่าใช้จ่ายในการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ประหยัดกว่าการใช้ช่องทางอื่นและการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ช่วยประหยัดเวลากว่าการใช้ช่องทางอื่น (ค่าเฉลี่ย=4.08) ตามลำดับ

ด้านความสะดวกสบาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติในด้าน สามารถชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ได้ตลอดเวลามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.14) รองลงมา สามารถชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ได้ทุกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย=4.11) การโหลดข้อมูลในการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย=4.08) ไม่มีความขัดข้องในการโหลดข้อมูลในการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code (ค่าเฉลี่ย=4.03) และการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code สามารถใช้ได้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่หลายๆรุ่น (ค่าเฉลี่ย=4.00) ตามลำดับ

ด้านการติดต่อสื่อสาร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติในด้านการแนะนำการใช้บริการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ของพนักงานมีความละเอียด ชัดเจนและถูกต้องมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.10) รองลงมา พนักงานสามารถตอบปัญหาด้านการใช้งานและให้ความช่วยเหลือ หลังการสมัครใช้งานการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย=4.07) มีการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อสนับสนุนการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย=4.05) ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ (Call Center) ให้บริการอย่างมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย=4.04) ตามลำดับ

ด้านรูปแบบทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติในด้านรูปแบบรายการธุรกรรมที่ปรากฏบนหน้าจอ มีความน่าสนใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.12) รองลงมา การใช้การชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ทำได้อย่างเป็นลำดับขั้นตอน มีความชัดเจน (ค่าเฉลี่ย=4.11) และรูปแบบรายการธุรกรรมที่ปรากฏบนหน้าจอใช้งานได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย=4.10) ตามลำดับ

3.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้าน อยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงตามลำดับคะแนนจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย=4.13) ด้านรูปแบบการนำเสนอ (ค่าเฉลี่ย=4.09) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย=4.09) ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย=4.08) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย=4.07) ด้านการจัดจำหน่ายและบริการ (ค่าเฉลี่ย=4.06) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย=4.04) และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยในแต่ละด้าน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้าน การชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code สามารถใช้บริการทางการเงินและตลอด 24 ชั่วโมง มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.12) รองลงมา ท่านสามารถสอบถามยอดเงินในบัญชี รายการเคลื่อนไหว การโอนเงินหรือการทำธุรกรรมการเงินอื่นๆ ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ (ค่าเฉลี่ย=4.09) การชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ทำให้เกิดความสะดวกสบายรวดเร็วและประหยัดมากกว่าการไปใช้บริการที่ธนาคาร (ค่าเฉลี่ย=4.06) และการมีการบริการหลังการใช้บริการ เช่น มีหนังสือสอบถาม แจ้งแนะนำการใช้บริการให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย=4.00) ตามลำดับ

ด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้าน การคิดอัตราค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมทางการเงินต่ำกว่าการใช้บริการที่ธนาคารมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.13) รองลงมา การไม่คิดค่าธรรมเนียมแรกเข้าเมื่อสมัครขอใช้บริการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code (ค่าเฉลี่ย=4.10) การไม่คิดค่าธรรมเนียมเมื่อมีการใช้บริการบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย=4.07) และการไม่คิดค่าธรรมเนียมรายปีในการใช้บริการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code (ค่าเฉลี่ย=4.06) ตามลำดับ

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้าน การชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code สามารถใช้ได้ทุกเครือข่ายมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.08) รองลงมา โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้หลายรุ่นสามารถรองรับการใช้งานการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ได้ (ค่าเฉลี่ย=4.07) สามารถสมัครใช้บริการการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ได้ทุกสถานที่ภายในประเทศไทยและ Application การชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code สามารถโหลดใช้งานได้สะดวกสบายไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย=4.06) ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้าน มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของการให้บริการอย่างต่อเนื่อง มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.08) รองลงมา มีการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการให้บริการครบถ้วนทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย=4.05) หากมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆทางโทรทัศน์วิทยุหนังสือพิมพ์และสื่ออินเทอร์เน็ตจะทำให้ท่านสนใจบริการมากขึ้น (ค่าเฉลี่ย=4.04) และมีการจัดส่งรายการส่งเสริมการใช้บริการด้วยอัตราค่าธรรมเนียมพิเศษให้แก่ลูกค้าเสมอ (ค่าเฉลี่ย=4.00) ตามลำดับ

ด้านบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านพนักงานธนาคารรับผิดชอบดูแลลูกค้าตั้งแต่เริ่มต้นติดต่อจนเสร็จสิ้นกระบวนการทำให้ท่านสนใจใช้บริการและด้านมีพนักงานไว้บริการรองรับหลังการใช้บริการเพื่อแก้ปัญหาให้คำปรึกษาการใช้งานมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.10) รองลงมา พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีสุภาพและเต็มใจให้ข้อมูล

การใช้บริการทำให้ท่านสนใจ(ค่าเฉลี่ย= 4.06) และพนักงานธนาคารที่ให้คำแนะนำมีจำนวนเพียงพอต่อจำนวนลูกค้าทำให้สนใจใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย=4.04) ตามลำดับ

ด้านรูปแบบการนำเสนอ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้าน Application มีลักษณะสวยงาม ดูทันสมัยน่าใช้งานมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.12) รองลงมา ภาพลักษณ์ของธนาคารและความน่าเชื่อถือมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย= 4.10) Application โครงสร้างของเมนูมีลำดับขั้นตอนการทำรายการได้อย่างเหมาะสม และฟังก์ชันการใช้งานสามารถใช้งานได้ง่ายไม่ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย=4.06) ตามลำดับ

ด้านกระบวนการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านระบบป้องกันความปลอดภัยและกระบวนการรักษาความลับมีผลต่อการใช้บริการการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.15) รองลงมา การชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code มีการทำงาน การให้บริการถูกต้องและแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย= 4.14) ขั้นตอนในการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ง่ายไม่ซับซ้อนและการประมวลผลการทำรายการต่างๆ สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย=4.12) ตามลำดับ

3.4 ปัจจัยด้านการยอมรับการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code

ปัจจัยด้านการยอมรับการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการยอมรับการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ในทุกด้าน อยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงตามลำดับคะแนนจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ด้านความเข้ากันได้ (ค่าเฉลี่ย=4.19) ด้านการรับรู้ความเสี่ยง (ค่าเฉลี่ย=4.18) ด้านการสังเกตได้ (ค่าเฉลี่ย=4.13) ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (ค่าเฉลี่ย=4.12) และด้านความซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย=4.12) และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยในแต่ละด้าน พบว่า

ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้าน การชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code เป็นประโยชน์ในการจัดการแหล่งที่มาของเงินมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.16) รองลงมา การใช้การชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ทำให้ท่านได้รับความสะดวกในการบริหารจัดการการเงิน (ค่าเฉลี่ย=4.13) การชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ทำให้ท่านสามารถควบคุมการเงินของท่านได้ดียิ่งขึ้น (ค่าเฉลี่ย=4. 12) การใช้บริการการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code เป็นบริการที่มีประสิทธิภาพและการใช้การชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ทำให้ท่าน สามารถจัดการทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ค่าเฉลี่ย=4.09) ตามลำดับ

ด้านความซับซ้อน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้าน การชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code มีความลงตัวกับชีวิตการทำงานของท่านมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.16) รองลงมา การชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code มีความเหมาะสมกับวิธีที่ท่านใช้ในการจัดการทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย=4.14) ท่านชอบทดลองใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ (ค่าเฉลี่ย=4. 12) และการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code มีความลงตัวกับวิถีการใช้ชีวิตของท่าน (ค่าเฉลี่ย=4.08) ตามลำดับ

ด้านการสังเกตได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้าน การชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code สามารถทำได้ทุกที่ ทุกเวลาและการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ทำให้ท่านไม่ต้องรอต่อแถวเพื่อเข้ารับบริการมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.15) รองลงมา ท่านสามารถเห็นการเคลื่อนไหวของธุรกรรมได้ทันที (ค่าเฉลี่ย=4.14) และการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code สามารถทำได้แม้อยู่ต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย=4.10) ตามลำดับ

ด้านความเข้ากันได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้าน การชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code เป็นเรื่องที่ไม่ยุ่งยาก มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.29) รองลงมา การชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ต้องการความสามารถทางเทคนิคไม่สูงมากนัก (ค่าเฉลี่ย=4.16) และการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ใช้ความพยายามไม่มาก (ค่าเฉลี่ย=4.11) ตามลำดับ

ด้านการรับรู้ความเสี่ยง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้าน ข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกรรมอาจถูกผู้อื่นละเมิดได้ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.19) รองลงมา อาจมีผู้อื่นทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกรรมของท่าน (ค่าเฉลี่ย=4.18) และท่านมีความหวาดกลัวเมื่อรหัส PIN หายไปและตกอยู่ใน มือของผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย=4.16) ตามลำดับ

4. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครภูเก็ต ที่เคยทำการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code จำนวน 400 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบบเจาะจง กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-30 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีรายได้ส่วนตัวอยู่

ระหว่าง 15,001-30,000 บาท ใช้บริการกับธนาคารธนาคารไทยพาณิชย์มากที่สุด ทำธุรกรรมประเภทโอนเงิน รู้จักบริการจากพนักงานธนาคารแนะนำ ประโยชน์ที่ได้รับจากการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code คือ สะดวกในการใช้งานมากที่สุด เหตุผลแรกที่ตัดสินใจสมัครใช้บริการการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ของธนาคารที่ใช้บริการบ่อยที่สุด คือ สะดวกสบาย เพราะสามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ ทุกเวลา มากที่สุด จากกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติโดยรวมในทุกด้าน อยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงตามลำดับคะแนนจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ด้านรูปแบบทางกายภาพ ด้านต้นทุน ด้านความสะดวกสบาย และด้านการติดต่อสื่อสาร ตามลำดับ มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงตามลำดับคะแนนจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ด้านกระบวนการ ด้านรูปแบบการนำเสนอ ด้านราคา ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่ายและบริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ และ มีการยอมรับการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ในทุกด้าน อยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงตามลำดับคะแนนจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ด้านความเข้ากันได้ ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ด้านการสังเกตได้ ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบและด้านความซับซ้อน ตามลำดับ

5. อภิปรายผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-30 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ 18-25 ปี มีสถานภาพโสดมากที่สุด รองลงมาคือ สมรส มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด รองลงมา คือ อนุปริญญา/ปวส. ส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีรายได้ส่วนตัวอยู่ระหว่าง 15,001-30,000 บาท มากที่สุด ส่วนใหญ่ ใช้บริการกับธนาคารธนาคารไทยพาณิชย์ มากที่สุด รองลงมา คือ ธนาคารกสิกรไทย ทำธุรกรรมประเภท โอนเงิน มากที่สุด รองลงมา คือ เช็คยอด รู้จักบริการจากพนักงานธนาคารแนะนำ มากที่สุด ประโยชน์ที่ได้รับจากการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code คือ สะดวกในการใช้งานมากที่สุด รองลงมา รวดเร็วในการใช้งาน เหตุผลแรกที่ตัดสินใจสมัครใช้บริการการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ของธนาคารที่ใช้บริการบ่อยที่สุด คือ สะดวกสบาย เพราะสามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ ทุกเวลา มากที่สุด รองลงมา ได้รับการชักชวนหรือแนะนำจากเจ้าหน้าที่ธนาคารผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของขุนนาง สุทธิวงศ์ (2562) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจเลือกใช้บริการการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ในกรุงเทพมหานคร จากการสุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้สมาร์ทโฟน และอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยระดับรายได้อยู่ในระหว่าง 15,000-30,000 บาทต่อเดือน ประเภทของการชำระเงินคือ ธุรกรรมทางการเงิน สถานที่ใช้บริการคือบ้าน ความถี่ในการใช้บริการคือ 2-5 ครั้งต่อเดือน โดยช่วงเวลาที่ใช้บริการคือ 12.01-18.00 น. จำนวนเงินชำระค่าบริการระหว่าง 500-1,000 บาทต่อครั้งและยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของพรชนก พลาบุลย์ (2558) ที่ได้ทำการศึกษาการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PROMPTPAY) ของรัฐบาลไทย โดยใช้แบบสอบถามปลายเปิดที่ผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่นและความตรงเชิงเนื้อหาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนที่มีความตั้งใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PROMPTPAY) ของรัฐบาลไทย ซึ่งพักอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 370 คน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-25 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ มีรายได้ต่อเดือน 15,000 - 25,000 บาท และส่วนใหญ่รู้จักบริการพร้อมเพย์จาก TV

6. ข้อเสนอแนะ

การนำเสนอในส่วนนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ประโยชน์

1. จากผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 สามารถพัฒนาข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ได้ คือ สถาบันการเงิน ผู้ประกอบธุรกิจ และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ควรที่จะมีการให้ข้อมูล หรือความรู้ต่างๆ กับผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองภูเก็ต ในด้านรูปแบบทางกายภาพ ด้านต้นทุน ด้านความสะดวกสบาย และด้านการติดต่อสื่อสาร ตามลำดับ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจมากขึ้นและมีทัศนคติที่ดีขึ้น กับการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code

2. จากผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านรูปแบบการนำเสนอ ด้านราคา ตามลำดับ ดังนั้น สถาบันการเงิน ผู้ประกอบการธุรกิจ และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ควรที่จะพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดโดยมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3 ด้านนี้เพื่อที่จะทำให้ผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองภูเก็ตเกิดการยอมรับการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code เพิ่มขึ้น

3. จากผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 3 พบว่า องค์ประกอบของปัจจัยการยอมรับการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ที่ผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองภูเก็ตประเมินแล้วมีการยอมรับน้อยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านความซับซ้อน ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบและด้านการสังเกตได้ ตามลำดับ ดังนั้น สถาบันการเงิน ผู้ประกอบการธุรกิจ และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ควรที่จะให้ความสำคัญกับหาวิธีการหรือกระบวนการต่างๆ ที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับใน 3 ด้านนี้ เป็นอันดับต้นๆ เพื่อที่จะทำให้ผู้บริโภคมีการยอมรับการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code ใน 3 นี้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไปควรวิจัยกับกลุ่มผู้บริโภคในกลุ่มพื้นที่อื่นๆ เช่น กลุ่มผู้บริโภคนอกเขตเทศบาลเมืองภูเก็ต หรือกลุ่มผู้บริโภคนอกในเทศบาลเมืองของจังหวัดอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบผล ซึ่งจะทำได้ข้อมูลที่ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น

2. การวิจัยต่อไปในอนาคต ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องต่อการยอมรับการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ QR Code หรือเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมอื่นๆ ตลอดจนใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเข้ามาเพื่อที่จะสามารถเอามาใช้เพื่อเปรียบเทียบผล ซึ่งจะทำได้ข้อมูลที่ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). หลักสถิติ. พิมพ์ครั้งที่ 8 : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จุฑารัตน์ แววิเชียร. (2562). การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม

นวรรตน์ ช่วยบุญชู อรจันทร์ ศิริโชติและเจษฎา นกน้อย (2562) การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2562 หน้า 31-52

บุษมาภ สุทธิพงษ์. (2562) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจเลือกใช้บริการการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ในกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม)

พุดตา พวงศิริ (2553). การยอมรับนวัตกรรม QR Code ตามรูปแบบของความมีนวัตกรรมของ ผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 40 วิศวกรรมสาร มก.

พรชนก พลาบุลย์. (2558). การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ของรัฐบาลไทย. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

พัชรียา สุตา. (2555). การรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการซื้อสินค้าผ่าน QR Code ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).

สุวิมล ตีรภานันท์. (2548). การประเมินโครงการ : แนวทางสู่การปฏิบัติ. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York John Wiley & Sons. Inc.

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994) *Psychometric theory* (3rd ed.). New York, NY: McGraw-Hill, Inc.