



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การศึกษาการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของ
บุคลากรคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

A STUDY OF STAFF ACCEPTANCE OF ELECTRONIC PAYMENT SERVICES
FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION, RAJAMANAGALA
UNIVERSITY OF TECHNOLOGY THANYABURI

จิตูดา แก้วแทน

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนส่งเสริมวิจัย
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ประจำปี 2563

การศึกษาการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของ
บุคลากรคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

A STUDY OF STAFF ACCEPTANCE OF ELECTRONIC PAYMENT SERVICES
FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION, RAJAMANAGALA
UNIVERSITY OF TECHNOLOGY THANYABURI



จิตูดา แก้วแทน
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนส่งเสริมวิจัย
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ประจำปี 2563

ชื่องานวิจัย การศึกษาการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของบุคลากร
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ชื่อผู้วิจัย นางสาวจิตญาดา แก้วแทน

ปีที่ทำการวิจัย 2563

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code (2) การยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code (3) ประสิทธิภาพการชำระเงินสวัสดิการกักยืมฉุกเฉินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code และ (4) ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code กับการยอมรับบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของบุคลากร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือบุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 140 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการศึกษา พบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วยด้านการตอบสนองความต้องการ ระดับมากที่สุด รองลงมา มีความคาดหวังระดับมาก ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการเข้าถึงการให้บริการ และด้านความเชื่อมั่น ตามลำดับ (2) กลุ่มตัวอย่างมีการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ประกอบด้วยด้านที่มีการยอมรับระดับมากที่สุด คือด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านทัศนคติ ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ตามลำดับ และมีการยอมรับระดับมาก คือด้านการตั้งใจใช้งาน (3) การชำระเงินสวัสดิการกักยืมฉุกเฉินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code มีประสิทธิภาพดีขึ้น โดยได้รับการชำระเงินจากลูกหนี้เร็วขึ้น คือ ลูกหนี้ร้อยละ 89.20 ชำระเงินภายใน 10 วัน ของรอบระยะเวลาการชำระเงิน และ (4) ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code โดยรวมและรายด้านทุกด้าน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เรียงลำดับความคาดหวังจากด้านที่มีความสัมพันธ์จากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการเข้าถึงการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความเชื่อมั่น

คำสำคัญ: การยอมรับ, ความคาดหวัง, บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์, QR Code

Research Title A study of staff acceptance of electronic payment services
Faculty of Business Administration, Rajamangala University
of Technology Thanyaburi
Author Ms.Jiyada Kaewtaen
Year 2020

ABSTRACT

The purposes of this research were to investigate: (1) the expectation of the quality of electronic payment services via QR Code, (2) the acceptance of electronic payment services via QR Code, (3) the efficiency of electronic welfare emergency loan repayments via QR Code, and (4) the relationship between the expectations for the quality of electronic payment services via QR Code and the acceptance of electronic payment services via QR Code among personnel of the Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi.

The sample group used in this research comprised 140 academic and support personnel of the Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. The instrument used to collect data was a questionnaire. The statistical methods used to analyze the data were frequency, percentage, mean, standard deviation and Pearson's correlation coefficient.

The study results indicated four findings. Firstly, the sample group had a high level of overall expectation of the quality of electronic payment services via QR Code. Expectation, in the dimension of responsiveness demonstrated the highest level, followed by high levels in the dimensions of reliability, empathy, and assurance, respectively. Secondly, the sample group had a high level of overall acceptance of electronic payment services via QR Code. Acceptance, in the dimensions of perceived usefulness, attitude toward using, and perceived ease of use had the highest levels, followed by a high level in the intention to use dimension. Thirdly, the efficiency of electronic welfare emergency loan repayments improved when made via QR Code by reducing the time to receive repayments from debtors. Indeed, 89.20% of debtors paid within 10 days of the repayment period. Fourthly, the expectation of the quality of electronic payment services via QR Code, both overall and in each dimension, had a positive relationship with the acceptance in using of electronic payment services via QR Code at a statistically significance level of .01. Specifically, expectation in the dimension of responsiveness had the highest correlation, followed by the dimensions of empathy, reliability, and assurance, respectively.

Keywords: Acceptance, Expectation, Electronic Payment Services, QR Code

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของบุคลากร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากทุนอุดหนุนการวิจัย ประเภททุนการพัฒนางานประจำสู่งานวิจัย (Routine to Research) จากกองทุนส่งเสริมงานวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ให้ดำเนินโครงการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาถพี ตันโซ คณบดีคณะบริหารธุรกิจ ที่ส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่สายสนับสนุนได้รับการพัฒนางานวิจัย เพื่อเพิ่มสมรรถนะของผู้ปฏิบัติงานประจำให้มีศักยภาพสู่ความก้าวหน้าตามสายงานและขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกพร ชัยประสิทธิ์ ที่ปรึกษาการวิจัยในครั้งนี้ให้คำปรึกษา คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย และขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิมิต บุญภิรมย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภา ทองคง อาจารย์สุรพร อ่อนพุทธา ที่ให้คำแนะนำให้ข้อคิดที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอกล่าวขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการตอบแบบสอบถามในงานวิจัยในครั้งนี้ หากผู้วิจัยได้รับความร่วมมือจากท่าน งานวิจัยฉบับนี้คงไม่สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อนร่วมงานคณะบริหารธุรกิจทุกท่านที่มีส่วนร่วมที่คอยเป็นกำลังใจ แนะนำ ให้ข้อมูล ชี้แนะแนวทางในการทำงานวิจัยตลอดจนหาแหล่งข้อมูลความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย และผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานในการพัฒนางานประจำให้มีประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มมากขึ้น

จิตยาดา แก้วแทน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(ก)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(ข)
กิตติกรรมประกาศ.....	(ค)
สารบัญ.....	(ง)
สารบัญตาราง.....	(ฉ)
สารบัญภาพ.....	(ช)
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	3
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
1.3 สมมติฐานของการวิจัย.....	3
1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	4
1.6 คำจำกัดความในการวิจัย.....	5
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับQR Code.....	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์.....	10
2.3 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี.....	14
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	23
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	23
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	24
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	25
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	26
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์.....	27
4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	27
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	28

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	39
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	39
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย.....	40
5.3 ประโยชน์จากการวิจัย.....	44
5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต.....	46
บรรณานุกรม.....	47
ภาคผนวก.....	52
แบบสอบถาม.....	53
ประวัติผู้เขียน.....	57



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 แสดงข้อมูลการรับชำระเงินสวัสดิการเงินกู้ของคณะบริหารธุรกิจระหว่างเดือน มกราคม - มิถุนายน 2563	2
ตารางที่ 3.1 แสดงค่าการทดสอบความเชื่อมั่น ด้วยวิธีของ Cronbach's Alpha.....	25
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	28
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน (ความถี่) ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็น ของความคาดหวังคุณภาพบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code	29
ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคาดหวังคุณภาพบริการชำระเงินทาง อิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code.....	31
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน (ความถี่) ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็น การยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	32
ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การยอมรับการใช้บริการชำระเงินทาง อิเล็กทรอนิกส์	35
ตารางที่ 4.6 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) กับการยอมรับการใช้ บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	36
ตารางที่ 4.7 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) กับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	36
ตารางที่ 4.8 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างด้านความเชื่อมั่น (Assurance) กับการยอมรับการใช้บริการ ชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	37
ตารางที่ 4.9 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Empathy) กับการยอมรับใช้ บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	37
ตารางที่ 4.10 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังคุณภาพบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน QR Code กับการยอมรับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR code	38
ตารางที่ 5.1 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	40
ตารางที่ 5.2 แสดงข้อมูลการรับชำระเงินสวัสดิการเงินกู้ ผ่าน QR Code ของคณะบริหารธุรกิจ.....	45
ตารางที่ 5.3 แสดงการเปรียบเทียบการชำระเงินสวัสดิการเงินกู้ยืมของคณะบริหารธุรกิจระหว่าง ชำระเงินสดกับชำระผ่าน QR Code	45

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
ภาพที่ 2.1 ตัวอย่าง QR Code สำหรับการชำระเงิน.....	8
ภาพที่ 2.2 ตัวอย่างขั้นตอนการชำระเงินผ่าน QR Code	9
ภาพที่ 2.3 ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล.....	16
ภาพที่ 2.4 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี	17



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต ฯลฯ เป็นต้น ซึ่งเป็นธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ที่ผู้บริโภคสามารถทำผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีการให้บริการในหลาย ๆ ด้าน อาทิเช่น การโอนเงิน การฝากเงิน การถอนเงิน การสอบถามยอดเงินคงเหลือ รวมไปถึงการชำระเงิน เป็นต้น ในอนาคตการให้บริการของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์จะมีแนวโน้มในการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการเกี่ยวกับธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดความสะดวกสบาย และรวดเร็วในการทำธุรกรรม รวมไปถึงการประหยัดทรัพยากรอื่นๆ อีกด้วย

ตั้งแต่ช่วงปี 2558 เป็นต้นมาแผนยุทธศาสตร์ของภาครัฐ โดยกระทรวงการคลังและธนาคารแห่งประเทศไทยได้ริเริ่มผลักดันแนวคิด National e-Payment เพื่อพัฒนาระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัยได้มาตรฐานสากล ต้นทุนต่ำ รองรับธุรกรรมชำระเงินของประชาชนภาครัฐและเอกชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทยภาพรวมการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ e-Payment ของไทยช่วง 2-3 ปี ที่ผ่านมา มีการใช้บริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถืออย่างแพร่หลายอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 116 ต่อปี ซึ่งหนึ่งในปัจจัยสำคัญมาจากการขับเคลื่อนของหลายภาคส่วนภายใต้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ หรือ National e-Payment (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562)

ระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Payment ประยุกต์ใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่นการใช้วิธีการชำระเงินที่เป็นตราสารเช็คโอนเงินผ่านธนาคาร แบบ online และ Real time เพิ่มความสะดวกในกรณีที่ต้องการสั่งชำระเงินเป็นกรณีเร่งด่วนโดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปเพื่อชำระเงินเหมือนระบบเดิมผู้รับเงินสามารถรับเงินและนำเงินไปบริหารต่อได้ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว ปัจจุบันประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงจากการใช้เงินสดเป็นการใช้ e-Payment มากขึ้น เช่นการชำระเงินผ่าน QR Code ในการซื้อสินค้าและบริการที่ง่ายและสะดวกสบายต่อทั้งผู้ชำระเงินและผู้รับเงิน มีความมั่นคงปลอดภัยสูงกว่าการชำระเงินผ่านเงินสด รวมทั้ง ประโยชน์ในการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อบุคคลทั่วไป คือมีความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลา ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อทำธุรกรรม ปลอดภัย ลดความเสี่ยงจากการถือเงินสด มีหลักฐานตรวจสอบได้ง่ายทั้งผู้รับและผู้จ่าย และมีรูปแบบบริการให้เลือกใช้ได้หลากหลาย

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทหน้าที่ในการผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติมืออาชีพ ซึ่งมีพันธกิจหลักคือ การเรียนการสอน การวิจัย การบริการทางวิชาการแก่สังคม และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ในการดำเนินตามพันธกิจหลักนั้น คณะฯ มีแนวทางการพัฒนาให้สอดคล้องกับแผนของมหาวิทยาลัยในรูปแบบต่างๆ หลายรูปแบบ แนวทางใน

การพัฒนาด้านหนึ่งคือคณะได้มีนโยบายในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการสมัยใหม่ โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงาน เรียกว่า สมาร์ทออฟฟิศ (Smart Office) คือ สถานที่ทำงานที่นำเอาเทคโนโลยีมาช่วยควบคุมความสะดวกรวดเร็วภายในสถานที่ทำงาน หรือการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อลดขั้นตอนการทำงาน การสร้างระบบฐานข้อมูลที่เชื่อมโยงกัน และลดต้นทุนค่าใช้จ่าย ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งในปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ต้องมุ่งเน้นผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ทักษะสูง ด้านเทคโนโลยีเพื่อเป็นผู้นำองค์กรไปสู่อนาคตและเพื่อพัฒนาระบบการทำงานของคณะบริหารธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ส่วนงานต่างๆ ในองค์กรได้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการทำระบบฐานข้อมูลของแต่ละงานให้สามารถเชื่อมโยงและสืบค้นข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คณะบริหารธุรกิจมีบริการการให้สวัสดิการเงินกู้ฉุกเฉินแก่อาจารย์และเจ้าหน้าที่ ของคณะบริหารธุรกิจ โดยมีหลักเกณฑ์ในการชำระเงินและอัตราดอกเบี้ย ดังแสดงในตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 แสดงข้อมูลการรับชำระสวัสดิการเงินกู้ ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ ระหว่างเดือนมกราคม - มิถุนายน 2563 (6 เดือน)

ใช้ระยะเวลาชำระเงิน (วัน)	จำนวนผู้ชำระเงินกู้	คิดเป็นร้อยละ
ไม่เกิน 10 วัน	60	33.70
11 – 20 วัน	43	24.16
21 – 30 วัน	54	30.34
เกิน 30 วัน	21	11.80
รวม	178	100

ที่มา : งานการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

จากการดำเนินงานที่ผ่านมาได้พบว่าเกิดปัญหาความล่าช้าในการชำระเงินสวัสดิการเงินกู้สาเหตุ เกิดจากรับชำระหนี้เป็นเงินสด งานการเงินของคณะบริหารธุรกิจ ไม่มีวงเงินสดย่อยสำรองเพื่อใช้สำหรับการชำระหนี้เงินสวัสดิการ เมื่อไม่สามารถทอนเงินให้ผู้มาชำระหนี้ได้ ณ เวลานั้น ลูกหนี้ก็จะเลื่อนการชำระเงินเป็นช่วงเวลาอื่น จึงเกิดการมาชำระล่าช้า รอลูกหนี้นำเงินมาชำระให้พอดีกับยอดที่ต้องชำระ หลายครั้งเจ้าหน้าที่งานการเงิน ต้องหาเงินสำรองจ่ายเพื่อทอนเงินสำหรับการชำระหนี้ บางครั้งก็เกิดปัญหาทอนเงินผิดพลาด และบางครั้งงานการเงินก็ไม่สามารถนำเงินที่ได้รับชำระหนี้เข้าบัญชีได้ทุกวัน อีกทั้งในด้านงานการเงินของคณะบริหารธุรกิจเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานงานด้านการเบิกจ่ายเงินภายในของคณะบริหารธุรกิจ จะต้องปฏิบัติตามขั้นตอนการเบิกจ่ายหลายขั้นตอน เกิดความเสี่ยงความปลอดภัยในการเดินทางไปธนาคารเพื่อทำธุรกรรมทางการเงิน ต้องเตรียมเงินให้พอในการเบิกจ่าย การถือเงินสดจำนวนมากมีอันตรายจากการโจรกรรม/ สูญหาย

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นงานวิจัยนี้ได้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาการยอมรับการใช้บริการระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ เพื่อแก้ไขปัญหาการชำระสวัสดิการเงินกู้ฉุกเฉิน ของคณะบริหารธุรกิจ

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) กับยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) กับยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ด้านความเชื่อมั่น (Assurance) กับยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.2.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Empathy) กับยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.2.5 เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการชำระเงินสวัสดิการกู้ยืมฉุกเฉิน ทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.3 สมมติฐานของการวิจัย

1.3.1 ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

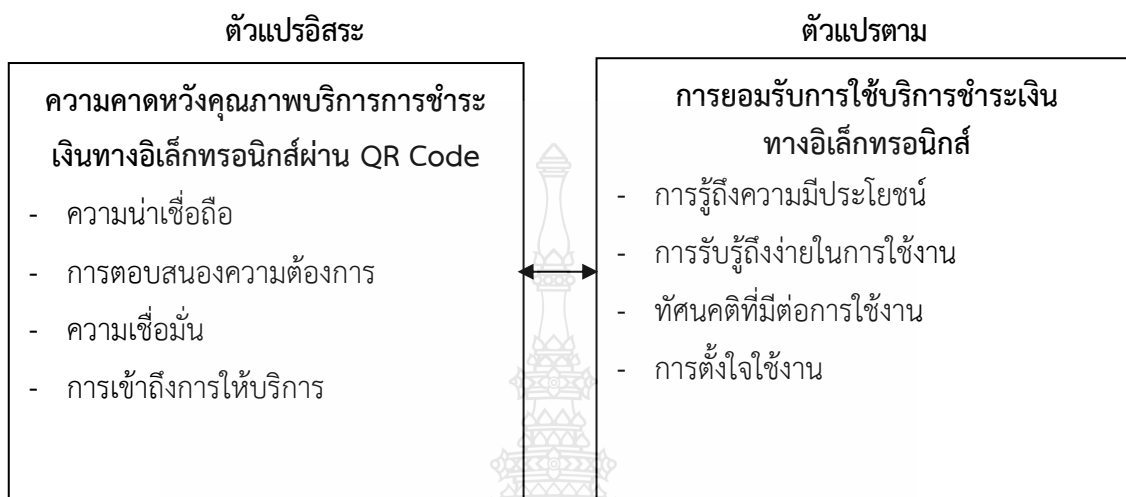
1.3.2 ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.3.3 ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ด้านความเชื่อมั่น (Assurance) มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.3.4 ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Empathy) มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดงานวิจัยเพื่อใช้ในการศึกษาเรื่องการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสรุปได้ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดข้างต้นแสดงถึงการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยศึกษาจากแนวคิดและทฤษฎีเรื่องปัจจัยคุณภาพบริการ E-Service Quality (Parasuraman, Zeithaml, and Berry, 1988) ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความเชื่อมั่น และด้านการเข้าถึงการให้บริการ และทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี หรือ Technological Acceptance Model (TAM) (Davis, 1989) คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี (Perceived usefulness: PU) การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived ease of use: PEOU) และทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward Using) ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้เป็นเพื่อศึกษาการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยมีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1.5.1 ด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยศึกษาจากแนวคิดและทฤษฎีเรื่องปัจจัยคุณภาพบริการ E-Service Quality (Parasuraman et al., 1988) ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความเชื่อมั่น และด้านการเข้าถึงการให้บริการ และทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี หรือ Technological Acceptance Model (TAM) (Davis, 1989) คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี (Perceived

usefulness: PU) การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived ease of use: PEOU) และทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward Using) ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย

1.5.2 ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ บุคลากรของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ประกอบด้วย สายวิชาการ (คณาจารย์) และ สายสนับสนุน (เจ้าหน้าที่)

1.5.3 ขอบเขตด้านเวลา ขอบเขตระยะเวลาในการศึกษาวิจัย ตั้งแต่ เดือน มิถุนายน 2563 ถึง เดือนกรกฎาคม 2564

1.6 คำจำกัดความในการวิจัย

1.6.1 e-Payment (Electronic Payment System) หรือการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ คือ กระบวนการส่งมอบในลักษณะของการโอนชำระเงินผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย เช่น ระบบอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน ฯลฯ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560)

1.6.2 QR Code คือ รหัสชนิดหนึ่งที่ถูกพัฒนามาจาก Barcode แต่เก็บข้อมูลได้มากกว่า และใช้งานง่ายกว่า ปัจจุบันถึงถูกนำมาใช้แพร่หลายทั้งในภาคการค้า ภาคบริการ ภาคการผลิต และภาคการเงิน เช่น ใช้เป็นช่องทางการรับชำระเงินที่ร้านค้าใช้เก็บเว็บไซต์ของบริษัทเพื่อให้สามารถเข้าดูข้อมูลต่างๆ ได้สะดวก

1.6.3 Smart Phone หมายถึง โทรศัพท์มือถือที่นอกเหนือจากใช้โทรออก-รับสาย แล้วยังมีแอปพลิเคชันให้ใช้งานมากมาย สามารถรองรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่าน 3G หรือ 4G หรือ Wi-Fi และสามารถใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์คและแอปพลิเคชันสนทนา โดยที่ผู้ใช้สามารถปรับแต่งลูกเล่นการใช้งานสมาร์ทโฟนให้ตรงกับความต้องการได้มากกว่าโทรศัพท์มือถือธรรมดา

1.6.4 Tablet หมายถึง อุปกรณ์สมาร์ทโฟนกึ่งคอมพิวเตอร์ที่มีหน้าจอระบบสัมผัสขนาดใหญ่ มีขนาดหน้าจอตั้งแต่ 7 นิ้วขึ้นไป พกพาได้สะดวก สามารถใช้งานหน้าจอผ่านการสัมผัสผ่านปลายนิ้วได้โดยตรง มีแอปพลิเคชันมากมายให้เลือกใช้ ได้แก่ รับ-ส่งอีเมล เล่นอินเทอร์เน็ต ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม หรือการทำงานเอกสารสำนักงาน ข้อดีของแท็บเล็ตคือมีหน้าจอที่กว้าง มีน้ำหนักเบา พกพาได้สะดวกกว่าโน้ตบุ๊กหรือคอมพิวเตอร์

1.6.5 Phablet หมายถึง อุปกรณ์สมาร์ทโฟนกึ่งแท็บเล็ต ที่มีขนาดหน้าจออยู่ระหว่าง 5-7 นิ้ว ถูกออกแบบมาเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ที่ต้องการทั้งสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต แต่ไม่สะดวกพกพาอุปกรณ์ทั้งสองชิ้นในเวลาเดียวกัน เช่น Samsung Galaxy Note 3, HTC One Max, Sony Xperia Z Ultra, Nokia Lumia 1520 และ i-mobile IQ X Bliz เป็นต้น

1.6.6 บัตรเครดิต หมายถึง บัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ให้บริการออกให้แก่ผู้ใช้บริการเพื่อใช้ชำระค่าสินค้า ค่าบริการ หรือค่าอื่นใด แทนการชำระด้วยเงินสด หรือเพื่อใช้เบิก ถอน โอน หรือทำธุรกรรมอื่นใดที่เกี่ยวกับเงิน และผู้ให้บริการจะเรียกให้ผู้ใช้บริการชำระเงินในภายหลัง

1.6.7 บัตรเดบิต หมายถึง บัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ให้บริการออกให้แก่ผู้ใช้บริการเพื่อใช้ชำระค่าสินค้า ค่าบริการ หรือค่าอื่นใด แทนการชำระด้วยเงินสด หรือเพื่อใช้เบิก ถอน โอน หรือทำธุรกรรมอื่นใดที่เกี่ยวกับเงิน ตามมูลค่าของเงินที่ผู้ใช้บริการได้ฝากไว้กับผู้ใช้บริการ

1.6.8 เงินอิเล็กทรอนิกส์ หมายความว่า บัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ให้บริการออกให้แก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งจะระบุชื่อหรือไม่ก็ตาม โดยมีการชำระเงินให้แก่ผู้ให้บริการไว้ล่วงหน้า เพื่อนำไปใช้ชำระค่าสินค้า ค่าบริการ หรือค่าอื่นใดแทนการชำระด้วยเงินสด และได้มีการบันทึกมูลค่าหรือจำนวนเงินที่ชำระไว้ล่วงหน้า

1.6.9 ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง บริการของธนาคารที่ให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต สามารถตรวจสอบข้อมูลทางบัญชี ทำรายการโอนเงิน ชำระเงิน และรายงานประเภทต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว รองรับการใช้งานได้หลากหลายอุปกรณ์ ทั้งคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และโทรศัพท์มือถือ

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ผลการศึกษาครั้งนี้ สามารถนำไปแก้ไขปัญหาของการชำระหนี้สวัสดิการเงินกู้ฉุกเฉินล่าช้าของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.7.2 ผลการศึกษาครั้งนี้ นำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาต่อยอดการทำธุรกรรม การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code รวมถึงบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องสำหรับบุคลากรของคณะบริหารธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริหารและผู้รับบริการด้านงานการเงิน

1.7.3 เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาสามารถนำไปประยุกต์หรือต่อยอดงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ e-Payment ต่อไปในอนาคต

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการพัฒนางานวิจัยจากงานประจำ (Routine to Research) ครั้งนี้เพื่อศึกษาการยอมรับ การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code โดยได้มีการรวบรวมข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ มาศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย ดังต่อไปนี้

- 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับ QR Code
- 2.2 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์
- 2.3 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับ QR Code

QR Code คือ รหัสชนิดหนึ่งที่ถูกพัฒนามาจาก Barcode แต่ใช้งานง่ายกว่าและเก็บข้อมูลได้มากกว่า ปัจจุบันจึงถูกนำมาใช้แพร่หลายทั้งในภาคการผลิต ภาคการค้า ภาคบริการ และภาคการเงิน เพื่อให้สามารถเข้าสู่ข้อมูลต่างๆ ได้สะดวก ซึ่งเราสามารถอ่าน QR code ผ่านสมาร์ตโฟนได้ ทำให้จะเห็นว่าปัจจุบันนิยมนำ QR Code มาเป็นช่องทางเข้าถึงข้อมูลในเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันต่างๆ อย่างเช่น การเพิ่มเพื่อนใน Line ได้ถูกพัฒนาเพื่อเป็นสื่อกลางเพื่อชำระสินค้าและบริการโดยใช้ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการจ่ายเงินซื้อสินค้าและนำมาใช้ควบคู่กับแอปพลิเคชันในมือถือที่เชื่อมต่อกับบัตรเครดิต บัตรเดบิต หรือบัญชีธนาคาร ซึ่งเป็นการชำระเงินที่ได้รับความนิยมอย่างมากในหลายประเทศ เพิ่มความสะดวกในการชำระเงิน ไม่ต้องพกเงินสด บัตรหรือให้ข้อมูลบนบัตรแก่ร้านค้า

QR Code ได้ถูกพัฒนาเพื่อใช้ในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการที่ร้านค้าทั่วไปและร้านค้าออนไลน์และนิยมใช้ในหลายประเทศ เช่น จีน อินเดีย โดยใน QR Code จะบรรจุข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการชำระเงินและใช้ควบคู่กับ Mobile Application ซึ่งได้พัฒนาให้สามารถเชื่อมต่อกับบัตรเครดิต บัตรเดบิต บัญชีเงินฝากธนาคาร หรือบัญชี e-Wallet จึงเพิ่มความสะดวกในการชำระเงินแก่ประชาชนเป็นอย่างมาก ไม่ต้องพกตัวบัตรหรือให้ข้อมูลบนบัตรแก่ร้านค้า (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560)



ภาพที่ 2.1 ตัวอย่าง QR Code สำหรับการชำระเงิน
ที่มา: Thai QR Payment & Bill Payment, (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560)

วิธีชำระเงินผ่าน QR Code เพียงแคมีสมาร์ทโฟนและดาวน์โหลดแอปพลิเคชันสำหรับการจ่ายเงินด้วยระบบ QR Code ก็สามารถทำได้แล้วผ่าน 4 ขั้นตอน

1. เข้าไปในแอปพลิเคชันสำหรับชำระเงินผ่าน QR Code แล้วเลือกประเภทว่าจะชำระเงินด้วยอะไร เช่นบัตรเครดิต โอนเงินจากบัญชี หรือ e-Wallet
2. สแกน QR Code ของร้านค้าผ่านแอปพลิเคชันที่อยู่บนสมาร์ทโฟน
3. ใส่จำนวนเงินที่ต้องการจ่ายและกดยืนยันการชำระเงิน
4. ระบบแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการจะส่งข้อมูลยืนยันการชำระเงินกลับมาให้เรา โดยอาจจะเป็น SMS หรือ E-mail เพื่อเป็นหลักฐานการชำระเงิน



ภาพที่ 2.2 ตัวอย่างขั้นตอนการชำระเงินผ่าน QR Code
ที่มา: Thai QR Payment & Bill Payment, (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560)

การผลักดันการพัฒนาระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (e – Payment) โครงการ National e-Payment การปรับเปลี่ยนบัตร ATM และบัตรเดบิตให้เป็น Chip Card ยกระดับความปลอดภัย การนำหลักการของ Regulatory Sandbox มาใช้เพื่อสนับสนุนนวัตกรรมทางการเงินและการนำระบบการชำระเงินมาใช้ในการกำกับดูแลธุรกิจด้านการชำระเงิน รวมถึงการนำมาตรฐานสากล QR Code มาใช้ในการชำระเงินในประเทศไทย เป็นความร่วมมือของผู้ให้บริการเครือข่ายบัตรระดับโลก ทั้ง 5 แห่ง ได้แก่ Amex, JCB, Mastercard, UnionPay International และ Visa กับผู้ให้บริการทางการเงินในไทย ธนาคารและผู้ให้บริการชำระเงิน เช่น TrueMoney mPay และ BluePay ที่ตกลงใช้มาตรฐานเดียวกันในการให้บริการ ลดความซ้ำซ้อนในการมี QR Code หลากหลายรูปแบบ ช่วยเสริมต่อแนวทางการพัฒนาระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์หรือ e-Payment ในมิติต่างๆ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560)

การใช้มาตรฐาน QR Code เพื่อชำระเงินมีหลักการและประโยชน์สำคัญ 4 ด้าน คือ

1. เป็นมาตรฐานกลางที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงและใช้งานร่วมกันได้ ทั้งรายการชำระเงินในประเทศและต่างประเทศร้านมี QR Code เดียวก็สามารถรับชำระเงินผ่านช่องทางที่หลากหลายจากลูกค้าได้
2. เป็นการเพิ่มช่องทางการชำระเงินที่สะดวกและมีต้นทุนต่ำให้แก่ประชาชนและร้านค้า ช่วยให้การจับจ่ายใช้สอยและกระตือรือร้นทางการเงินง่ายกว่าการทำธุรกรรมด้วยเงินสด
3. เป็นการเพิ่มความปลอดภัยในการชำระเงิน เจ้าของบัตรไม่ต้องให้บัตรหรือข้อมูลบนบัตรแก่ร้านค้าและระบบงานที่รองรับเป็นระบบโครงสร้างพื้นฐานการชำระเงินที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน จึงมีความปลอดภัย

4. สามารถต่อยอดนวัตกรรมทางการเงินที่หลากหลายได้โดยง่ายเป็นรากฐานสำคัญของร้านค้าขนาดกลางและขนาดเล็กที่จะเก็บข้อมูลการชำระเงินอย่างเป็นระบบ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในหลายด้าน

2.2 แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวกับความคาดหวังคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์

คุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับขั้นของการบริการที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการกับลูกค้าผู้รับบริการว่ามีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความประสงค์ของผู้รับบริการได้ดีเพียงใด การนำเสนอบริการซึ่งมีคุณภาพ (Delivering Service Quality) หมายถึง การตอบสนองแก่ผู้รับบริการลูกค้าบนพื้นฐานของการคาดการณ์ของผู้รับบริการ (Lewis, 1991) ซึ่งอาจจะมากกว่าหรือตรงกับ ความคาดหวังของผู้บริการ ถือเป็นเรื่องของการประเมินหรือการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการบริการในลักษณะของภาพรวมในมิติการรับรู้ของ (Parasuraman et al., 2005) ผลการศึกษาช่วยให้เห็นว่า การประเมินคุณภาพการให้บริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคนั้นเป็นไปในรูปแบบของการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการบริการที่คาดหวังและการบริการตามที่ได้รับรู้ว่ามี ความสอดคล้องกันเพียงไร ข้อสรุปที่น่าสนใจประการหนึ่งคือ การให้บริการที่มีคุณภาพนั้นหมายถึง การให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการหรือผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น ความพึงพอใจต่อการบริการจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความคาดหวังหรือ การไม่เป็นไปตามความคาดหวัง (Confirm or Disconfirm Expectation) ของผู้บริโภคและยังเป็น สิ่งที่ช่วยให้สามารถวัดคุณภาพการให้บริการได้ ซึ่งจะก่อให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีแก่ลูกค้า (Customer Relationship) รวมทั้งเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเหล่านั้นกลับมาซื้อสินค้า/บริการ (Customer Retention) ตลอดจนเกิดฐานลูกค้าให้มีความสัมพันธ์ที่ยืนยาว และก่อให้เกิดความภักดีกับตราสินค้า/บริการ (Customer Loyalty)

คุณภาพบริการ หมายถึง ขอบเขตที่เว็บไซต์อำนวยความสะดวกในการซื้อและจัดส่งสินค้า ด้วยบริการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Zeithaml et al., 2002) รวมไปถึงการประเมินผลการ บริการที่มีคุณภาพจากการเปรียบเทียบการรับรู้ถึงบริการที่ได้รับกับความคาดหวังก่อนการให้บริการ (Choi et al., 2004)

Lovelock and Wirtz (2011) ได้นิยามคำว่า คุณภาพไว้ว่าเป็นระดับของการบริการที่ สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้ตามที่ผู้บริโภคต้องการหรือคาดหวังไว้ และเมื่อนำคุณภาพมา ใช้ในบริบทของการบริการจึงกลายเป็น คุณภาพการบริการ ซึ่งเป็นคำใหม่ที่มีความหมายเฉพาะเจาะจง ยิ่งขึ้น นั่นคือ การเปรียบเทียบสิ่งที่ผู้ใช้บริการคาดหวังกับสิ่งที่ได้รับภายหลังจากการบริการ (Parasuraman et al., 1985)

คุณภาพการบริการจึงนับเป็นสิ่งที่สำคัญมากสิ่งหนึ่งสำหรับธุรกิจภาคบริการ (นิมิต ชุ่นสั้น, 2558: สิริลักษณ์ ทองพูน และคณะ, 2557: Rehman, 2012) อย่างไรก็ตามการจัดการคุณภาพการบริการ ถือเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนและยากพอสมควร เพราะแต่ละองค์กรจะต้องเข้าใจว่าคุณภาพการบริการ ที่องค์กรนำเสนอคืออะไร และต้องประเมินอย่างไร เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติที่ถูกต้องและได้มาตรฐาน การศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับคุณภาพการบริการจึงเป็นหนทางหนึ่งที่ทำให้องค์กรสามารถออกแบบ

การให้บริการที่เหมาะสมและสามารถนำไปใช้ประเมินเพื่อพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการบริการขององค์กรต่อไปได้

ความคาดหวังคุณภาพจากการบริการ คือ ความคาดหวังของผู้ที่เข้ามาใช้บริการหรือลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการโดยมีการเปรียบเทียบการให้บริการจากความคาดหวังของบุคคล ความเชื่อหรือคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าในสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับ หรืออาจไม่ตรงกับความคาดหวังของลูกค้าในสิ่งที่ได้รับบริการแล้ว

Electronics Service หรือ E-Service คือบริการต่างๆ ที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านธุรกิจในด้านต่างๆ ซึ่งช่วยให้ความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การออกแบบเว็บไซต์ การผลิตคอนเทนต์ในเว็บไซต์ การใช้เว็บไซต์เพื่อให้บริการข้อมูล ประมวลผล รวมไปถึงฐานข้อมูลที่เป็นต่อการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ทางอิเล็กทรอนิกส์เมล์

คุณภาพบริการได้ถูกนิยามจากนักวิชาการหลายท่าน ได้มีการนำเสนอแบบจำลองคุณภาพการบริการไว้มากกว่า 19 แบบ โดยจากการศึกษาของ Parasuraman et al., (1985, 1988) พบว่าองค์ประกอบของคุณภาพบริการ 10 ด้าน ได้แก่ (1) ความเชื่อถือไว้วางใจ (2) การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (3) สมรรถนะในการให้บริการ (4) ความง่ายในการเข้าถึง (5) มารยาทในการให้บริการ (6) การติดต่อสื่อสาร (7) ความน่าเชื่อถือ (8) ความมั่นคงปลอดภัย (9) การเข้าใจผู้ใช้บริการ และ (10) ความเป็นรูปธรรมของบริการ จากนั้น (Parasuraman et al., 1988) ได้พัฒนาต่อมาเป็นเครื่องมือในการประเมินคุณภาพการบริการที่ได้รับความนิยมอย่างมากเรียกว่า SERVQUAL ประกอบด้วย 5 มิติ ได้แก่

ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ ความสามารถบริการตรงกันกับที่สัญญาไว้กับลูกค้าอย่างถูกต้อง เหมาะสม สม่าเสมอทุกครั้งที่บริการ

การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness) คือ ความปรารถนาที่จะมอบให้บริการอย่างเต็มใจ ตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าทันที ง่ายและสะดวก

ความเชื่อมั่น (Assurance) การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ คือ ผู้ใช้บริการมีความรู้ความสามารถในการบริการอย่างสุภาพ ความปลอดภัยการปกป้องข้อมูลลูกค้าไว้วางใจและมั่นใจว่าได้รับบริการที่ดี

ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ (Empathy) คือ การบริการอย่างใส่ใจ เอื้ออาทรลูกค้าอย่างจริงใจ

ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) คือ สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ เช่น อุปกรณ์ บุคลากร ที่สามารถสื่อสารให้ลูกค้ารับรู้ได้

ทำให้ผู้รับบริการทราบถึงความคาดหวังในการบริการ (Expected Service) และการรับรู้จากการใช้บริการจริง (Perceived Service) SERVQUAL Dimensions จะมีคำถามให้ลูกค้าและผู้รับบริการตอบแบบสำรวจ 2 ครั้ง ใน 21 คำถามโดยใช้มาตรวัด 5 ระดับจากคะแนน 1 หมายถึง การไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จนไปถึงคะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยแบบสำรวจแบบที่ 1 จะใช้วัดความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการบริการ คำถามแบบที่ 2 จะใช้วัดการรับรู้จากผลการบริหารจริง และ

นำคะแนนที่ได้มาคำนวณเป็นคุณภาพการบริการ E-S-QUAL และ E-RECS-QUAL ในการตีกรอบการหาคุณภาพของเว็บไซต์ในการบริการการหาคุณภาพของเว็บไซต์ในการบริหารธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพราะด้วยเหตุมีปัจจัยที่ครอบคลุมคุณภาพการบริการ

คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service Quality)

แนวคิดเรื่องการประเมินคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยทางด้านธุรกิจออนไลน์และสถาบันการเงิน เช่น งานวิจัยของ Chen and Cheng (2009) ที่ได้ศึกษาความเข้าใจของผู้บริโภคในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ พบว่าคุณภาพการบริการมีความสำคัญอย่างมากในบริบทของการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์กรณีที่มีการติดต่อสื่อสารระหว่างเว็บไซต์กับผู้ใช้ไม่มีประสิทธิภาพหรือเกิดข้อผิดพลาด โดยมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ การตอบสนอง (Responsiveness) ซึ่งถูกนิยามว่าเป็นประสิทธิภาพของพนักงานผู้ให้บริการ การรับประกัน (Assurance) ถูกระบุว่าเป็นความเชี่ยวชาญของพนักงานผู้ให้บริการ ในขณะที่ความเอาใจใส่ (Empathy) เป็นเรื่องของกรออกแบบเว็บไซต์ให้เข้าถึงลูกค้า นอกจากนี้ผลการศึกษาในงานวิจัย (Pearson, 2012) ซึ่งเป็นการศึกษาต่อเนื่องจากงานวิจัยของ (McKinney et al., 2002 อ้างถึงใน ภาณุพงศ์ ลือฤทธิ์, 2561) ได้ทำการศึกษาผลของปัจจัยด้านคุณภาพของข้อมูลไม่ว่าจะเป็นเกี่ยวข้อง หมายถึง ข้อมูลที่ง่ายต่อการอ่าน ง่ายต่อการทำความเข้าใจ และมีความชัดเจน อ่านแล้วไม่ตีความคลุมเครือ ความเชื่อถือไว้วางใจ หมายถึง ความถูกต้องแม่นยำของฟังก์ชันในการทำงานและบริการที่ส่งมอบให้แก่ผู้ใช้งาน ความถูกต้องและเป็นปัจจุบันของข้อมูลในเว็บไซต์ ความเพียงพอ หมายถึง ระดับความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลในการใช้งานเพียงพอต่อความต้องการใช้งานเว็บไซต์ ขอบเขต หมายถึง ระดับของรายละเอียด และช่วงของข้อมูลต่างๆ ที่จัดทำขึ้นในเว็บไซต์ ความมีประโยชน์ หมายถึง คุณค่าและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งานเว็บไซต์และปัจจัยด้านคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ประสิทธิภาพความพร้อมของระบบ การบรรลุเป้าหมาย ความเป็นส่วนตัว หมายถึง ความปลอดภัยของเว็บไซต์จากการถูกบุกรุกหรือโจมตีจากผู้ไม่หวังดี มีการป้องกันข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งาน การตอบสนอง หมายถึง ความรวดเร็วและความพร้อมในการให้ความช่วยเหลืออย่างทันท่วงที ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน

การศึกษาที่แตกต่างกันในเรื่องของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งแสดงผลถึงข้อกำหนดต่างๆ ในเรื่องมิติของเครื่องมือที่ใช้ในการวัดผลคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันออกไป จึงเป็นที่มาในปี 2005 Parasuraman et al., ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์อินเทอร์เน็ตจากงานวิจัยก่อนหน้านี้เกี่ยวกับคุณภาพบริการในช่องทางการจัดจำหน่ายแบบดั้งเดิมและพัฒนาระดับ E-SQUAL ให้ขึ้นอยู่กับ 7 มิติที่นำเสนอโดย Zeithaml (Zeithaml 2000, 2002; Parasuraman et al., 2005) ซึ่งให้เห็นว่าเป็นขอบเขตที่เว็บไซต์ได้อำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้า รวมไปถึงจนถึงการจัดส่งที่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ซึ่งจะมีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ขั้นตอนการซื้อและการตัดสินใจและความพึงพอใจของลูกค้า

จากการศึกษาของ Parasuraman (1988) ได้กำหนดการประเมินคุณภาพการบริการที่เรียกว่า SERVQUAL จำนวน 5 มิติ ดังที่ได้กล่าวไปข้างต้น ต่อมามีการนำหลักของแบบประเมินคุณภาพการให้บริการมาประยุกต์ใช้ใหม่เพื่อให้เข้ากับบริบทของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และได้พัฒนาเครื่องมือในการประเมินคุณภาพการบริการเว็บไซต์ขึ้นใหม่ให้มี 7 องค์ประกอบ ได้แก่

ด้านประสิทธิภาพของการทำงาน (Efficiency) การใช้งานง่าย ความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลภายในเว็บไซต์

ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย (Fulfillment) ความสามารถในการทำงานให้ได้ตามเป้าหมายที่ตกลงไว้

ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) ระดับความปลอดภัยและการปกป้องข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานของลูกค้า

ด้านความพร้อมของระบบ (System Availability) การที่ระบบการใช้งานมีเสถียรภาพในการใช้งาน สามารถตอบสนองการใช้งานได้ตลอดเวลาที่ผู้ใช้งานต้องการใช้งาน

ด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) คือ ความปรารถนาที่จะมอบให้บริการอย่างเต็มที่ ตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าทันที ง่ายและสะดวก

ด้านการชดเชยลูกค้าเมื่อเกิดความเสียหาย (Compensation)

ด้านการติดต่อ (Contact) หลังการขาย

ปัจจัยในการวัดคุณภาพการให้บริการผ่านเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นโดย Parasuraman et al., (2005) ในงานวิจัย E-S-QUAL ที่พัฒนาจากแนวคิด SERVQUAL นำมาใช้พื้นฐานการพิจารณาคุณภาพของบริการ โดยวัดจากประสบการณ์หรือบริการที่ผู้ใช้ได้รับจริงเปรียบเทียบกับความคาดหวังในการใช้บริการ มีหลายวิจัยหลายๆ งานที่เกี่ยวข้องในเรื่องของเครื่องมือในการวัดและการประเมินบริการอิเล็กทรอนิกส์ เช่น

งานวิจัยของ Chan and Lui (2008) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการการพัฒนาระบบ โดยการเปรียบเทียบระหว่างการพัฒนาภายในองค์กรและการใช้บริการภายนอกพัฒนาระบบ มีการศึกษาน้อยมากที่ได้มีการสำรวจเกี่ยวกับคุณภาพบริการของกระบวนการพัฒนาระบบ ได้ใช้เครื่องมือ SERVPERF ของ Cronin and Taylor เป็นเครื่องมือในการศึกษาพัฒนาจาก SERVQUAL เพื่อใช้ในการประเมินการรับรู้ถึงผลของการบริการของกระบวนการพัฒนาระบบ ในมิติของคุณภาพการให้บริการ เช่น ความเป็นรูปธรรม (Tangibility) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ความเชื่อมั่นคุณภาพ (Assurance) ความเข้าถึงการให้บริการ (Empathy) โดยถูกพัฒนาขึ้นเพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของการพัฒนาภายในองค์กรและการใช้บริการภายนอกพัฒนาระบบ การวิเคราะห์ข้อมูลได้รวบรวมจากผู้ใช้งาน 152 คน ระบบโดยเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาระบบได้รับการสนับสนุนความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือวัดที่ได้พัฒนาขึ้นใหม่ความสัมพันธ์ของมิติคุณภาพการบริการแต่ละระบบการพัฒนาคุณภาพบริการโดยรวม พบว่า แตกต่างกันระหว่างกลุ่มผู้ให้บริการจากภายนอกและกลุ่มพัฒนาภายในองค์กร ผลการศึกษาได้เสนอว่า ผู้ใช้จะต้องมีการประเมินการจัดหาบริการจากภายนอกและบุคคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศภายในองค์กรที่ต่างกัน มิติคุณภาพการบริการที่มีผลในกลุ่มของการจัดจ้างภายนอกอันดับแรก คือ ความน่าเชื่อถือ รองลงมา คือ ความเชื่อมั่นคุณภาพ การตอบสนองความต้องการ และความเป็นรูปธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับคุณภาพการบริการในส่วนของความเข้าถึงการให้บริการ ไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญใน

ภาพรวมของคุณภาพการบริการทั้งหมด ในภาพรวมทั้งหมดของคุณภาพการบริการการพัฒนาระบบ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับการใช้เทคโนโลยี

งานวิจัยของ Yoon and Hyunsuk (2004) ได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวัดคุณภาพให้บริการของบริษัทที่ปรึกษาด้านเทคโนโลยี โดยได้พัฒนา เครื่องมือในการวิจัย จาก เครื่องมือการวัดคุณภาพ (SERVQUAL) ของ Parasuraman เป็นฐานของงานวิจัยครั้งนี้ และสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับกลุ่มผู้ให้บริการที่ปรึกษาทางด้านเทคโนโลยี มิติที่ใช้ในการวัดคุณภาพ ประกอบไปด้วย 6 มิติ ได้แก่ ความไว้วางใจ (Reliability) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) การประกันคุณภาพ (Assurance) ความเอาใจใส่ (Empathy) กระบวนการและการศึกษา (Process and Education) ในการพัฒนาเครื่องมือการวัดคุณภาพการให้บริการของบริษัทที่ปรึกษาด้านเทคโนโลยี ได้มี 7 กลุ่มที่ปรึกษา ที่ประกอบด้วย ผู้มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปีในอาชีพ, ลูกค้าที่มีประสบการณ์เข้ารับบริการ 3 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านระบบสารสนเทศ 2 คน และการจัดการในการตรวจสอบโครงสร้างและข้อคำถามสำหรับแบบสอบถาม และมีผู้ตอบแบบสอบถาม 86 คนจาก 42 องค์กรโดยเป็นองค์กรที่มีประสบการณ์การรับบริการจากบริษัทที่ปรึกษามากกว่า 2 ปี เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ ผลของการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็น

งานวิจัยของ Jing and Yoo (2013) ซึ่งได้ทำการศึกษาในบริบทของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ประเทศจีน ได้ระบุว่า การตอบสนอง การรับประกัน รวมถึงความเอาใจใส่เป็นหัวใจสำคัญในการกำหนดคุณค่าที่ได้รับและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Veeraraghaven, Poeizing and Gourdie (2014) ได้ระบุถึงคุณภาพบริการ เป็นตัวสะท้อนการบริการขององค์กรต่อลูกค้าทั้งก่อน ระหว่าง และหลังจากการใช้งานอีคอมเมิร์ซโดยการวัดปัจจัยเรื่อง การตอบสนอง การรับประกัน และความเอาใจใส่ลูกค้า

จากการทบทวนแนวความคิดข้างต้น ผู้วิจัยนำแนวคิดและทฤษฎีเรื่องปัจจัยคุณภาพบริการ E-Service Quality (Parasuraman, 1988) เครื่องมือในการประเมินคุณภาพการบริการที่ได้รับความนิยม เรียกว่า SERVQUAL โดยเลือกด้าน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความเชื่อมั่น และด้านการเข้าถึงการให้บริการ ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ด้านความคาดหวังคุณภาพบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code มาใช้เป็นกรอบแนวคิดของงานวิจัย

2.3 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

ทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับ

การยอมรับนวัตกรรมหมายถึง การตัดสินใจที่จะนำนวัตกรรมนั้นไปใช้อย่างเต็มที่เพราะนวัตกรรมนั้น เป็นวิธีทางที่ดีกว่าและมีประโยชน์กว่าการยอมรับนวัตกรรมของบุคคลเกิดขึ้นเป็นกระบวนการเริ่มตั้งแต่ได้สัมผัสนวัตกรรมถูกชักจูงให้ยอมรับนวัตกรรมตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธปฏิบัติ ตามการตัดสินใจและยืนยันการปฏิบัติที่กระบวนการนี้อาจใช้เวลาช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ คือตัวบุคคลและลักษณะของนวัตกรรม

แนวความคิดเกี่ยวกับการยอมรับ

การที่ประชาชนได้เรียนรู้ผ่านการศึกษาศึกษาโดยผ่านขั้นตอนการรับรู้การยอมรับจะเกิดขึ้นได้ หากมีการเรียนรู้ด้วยตนเองและการเรียนรู้ นั้น จะได้ผลก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นได้ทดลองปฏิบัติจนเมื่อเขาแน่ใจว่าสิ่งประดิษฐ์นั้นสามารถให้ประโยชน์อย่างแน่นอนเขาจึงกล้าลงทุนสร้างหรือซื้อสิ่งประดิษฐ์นั้น ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการยอมรับเป็นพฤติกรรมของแต่ละบุคคลในการรับเอาสิ่งใหม่มายึดถือปฏิบัติด้วยความเต็มใจโดยที่พฤติกรรมนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นกระบวนการและมีระยะเวลา

กระบวนการยอมรับ (Adoption Process) คือกระบวนการทางจิตใจซึ่งแต่ละบุคคลรู้สึกจากการได้ยินครั้งแรกเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงจนถึงการยอมรับนำไปใช้

กระบวนการยอมรับ

กระบวนการยอมรับนวัตกรรมนั้น นักวิชาการด้านสังคมต่างเห็นด้วยกันว่าการยอมรับนวัตกรรมเป็นผลมาจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นต่อเนื่องอย่างเป็นกระบวนการ แม้ว่ารายละเอียดจะแตกต่างกันแต่ก็มาจากพื้นฐานเดียวกัน ซึ่งมีแนวคิดกระบวนการยอมรับนวัตกรรมดังนี้

ขั้นตระหนักหรือขั้นตื่นตัว เป็นขั้นที่บุคคลรู้ว่ามีความคิดใหม่สิ่งใหม่หรือนวัตกรรมเกิดขึ้น แต่ยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น

ขั้นสนใจ บุคคลเริ่มมีความสนใจในนวัตกรรมและพยายามแสวงหาข้อมูลหรือความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น

ขั้นประเมินผล บุคคลจะทำการประเมินผลในสมองของตนโดยลองนึกว่าถ้ายอมรับนวัตกรรมนั้นมาใช้ปฏิบัติแล้วจะเหมาะสมกับเหตุการณ์ในปัจจุบันหรืออนาคตหรือไม่จะให้ผลคุ้มค่ากับการเสี่ยงภัยหรือไม่

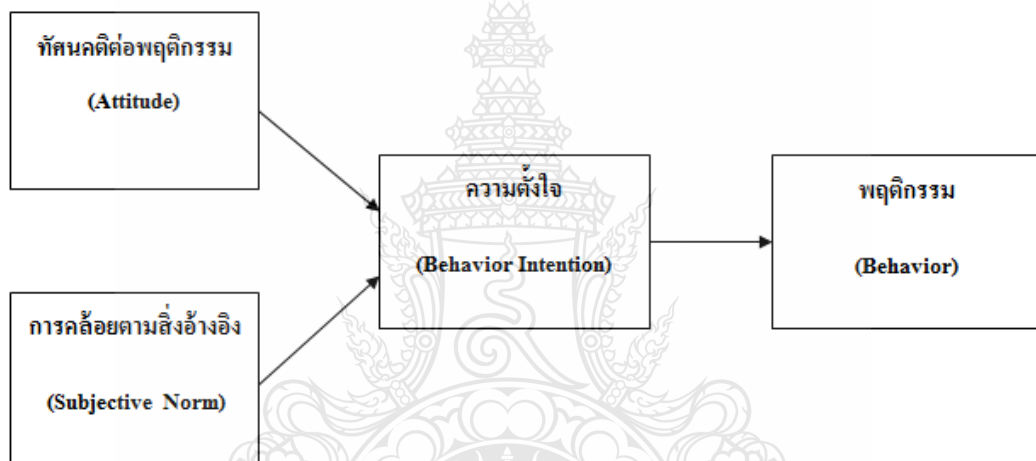
ขั้นทดลอง บุคคลจะนำนวัตกรรมมาลองใช้หรือลองปฏิบัติในวงจำกัดก่อน เพื่อดูว่านวัตกรรมนั้นมีประโยชน์เข้ากับสถานการณ์ของตนหรือไม่

ขั้นยอมรับ บุคคลยอมรับนวัตกรรมโดยนำนวัตกรรมมาใช้อย่างเต็มที่สม่ำเสมอ

ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล Theory of Reasoned Action (TRA)

เป็นแนวทฤษฎีของ Ajzen (1991) กล่าวถึง การกระทำด้วยเหตุผลว่าบุคคลจะตัดสินใจที่จะกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมตามข้อมูลที่มีอยู่ การกระทำพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งจะถูกกำหนดโดยความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรมนั้น (Behavioral Intention) ซึ่งความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรมเป็นผลจากตัวประกอบ 2 อย่างคือ ทศนคติต่อพฤติกรรมดังกล่าวและการรับรู้ถึงความกดดันหรืออิทธิพลทางสังคมต่อการกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้นหรือความคิดที่ว่าบุคคลส่วนใหญ่เห็นว่าเขาควรหรือไม่ควรแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ เรียกว่าการคล้อยตามสิ่งอ้างอิง (Subjective Norm) โดยทั่วไปบุคคลจะมีความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมอันใดอันหนึ่ง เมื่อประเมินว่าพฤติกรรมนั้นมีผลในทางบวกต่อเขาและบุคคลมีความสำคัญต่อตัวเขา เห็นว่าเขาควรแสดงพฤติกรรมนั้น เมื่อทัศนคติและการคล้อยตามสิ่งอ้างอิงสอดคล้องกัน ความตั้งใจจะทำพฤติกรรมนั้นจะเกิดขึ้นและควรให้น้ำหนักของตัวกำหนดทัศนคติและการคล้อยตามสิ่งอ้างอิง เพื่อที่จะสามารถอธิบายความตั้งใจจะกระทำพฤติกรรมได้ดีขึ้น (Ajzen, 1991; Fishben, 1980) ซึ่งทั้งทัศนคติและการคล้อยตามสิ่งอ้างอิงเป็นผลมาจากความเชื่อ ความเชื่อเป็นพื้นฐานของทัศนคติ เรียกความเชื่อตามพฤติกรรม (Behavioral

Beliefs) ส่วนความเชื่อที่เป็นพื้นฐานของบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย คือ ความเชื่อตามกลุ่มอ้างอิง แม้ว่าบุคคลจะมีความเชื่อมากมาย แต่จะมีความเชื่อที่จะเป็นตัวกำหนดทัศนคติต่อพฤติกรรมอันใดอันหนึ่ง การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงนี้อาจเกิดจากผลรวมของผลคุณระหว่างความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิงที่เขาให้ความสำคัญกับความคาดหวังของกลุ่มอ้างอิงโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความเข้มของความเชื่อตามกลุ่มอ้างอิง (Normative Beliefs) และแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Motivation to Comply with the Referent) เป้าหมายของทฤษฎีนี้ คือ การทำนายและการเข้าใจพฤติกรรมของบุคคล (Ajzen & Fishbein, 1980) ข้อตกลงเบื้องต้นของทฤษฎีนี้คือ ความตั้งใจของมนุษย์ที่กระทำหรือไม่กระทำถูกกำหนดโดยเกณฑ์ของพฤติกรรม (Behavioral Criterion) ซึ่งทฤษฎีนี้เสนอว่าปัจจัยในการกำหนดความตั้งใจของมนุษย์คือ ทัศนคติ และการคล้อยตามสิ่งอ้างอิง ดังภาพที่ 2.3 แสดงทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล



ภาพที่ 2.3 ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Ajzen, 1991)

ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Behavioral Attitudes)

ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมมีผลมาจากความเชื่อของบุคคลว่า การกระทำในพฤติกรรมใด ๆ นั้นจะมีผลที่ได้รับแน่นอนและมีการประเมินผลลัพธ์ที่ออกมา นั่น เช่น ความเชื่อของผู้ประกอบการว่าการทำธุรกิจบนระบบอินเทอร์เน็ตจะทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขัน และการประเมินผลลัพธ์ในการได้เปรียบการแข่งขัน และการเสียเปรียบในการแข่งขัน คือ สิ่งที่น่ามาทำนายหรือพยากรณ์ความตั้งใจในการทำธุรกิจของผู้ประกอบการ ข้อตกลงเบื้องต้นของทฤษฎีนี้คือว่า ความเชื่อในผลลัพธ์ของการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต สิ่งนี้เรียกว่าความเชื่อต่อพฤติกรรม

การคล้อยตามสิ่งอ้างอิง (Subjective Norm)

ความเชื่อต่อพฤติกรรมและการประเมินผลลัพธ์ของการกระทำ มีความเพียงพอในการทำนายความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมนั้น ตัวแบบต่อมาสนับสนุนว่ากลุ่มของความเชื่อที่เกิดจากการคล้อยตามสิ่งอ้างอิง หรืออิทธิพลของสิ่งอ้างอิง ก็เป็นปัจจัยหนึ่งในการทำนายหรือพยากรณ์

ความตั้งใจในการกระทำด้วย กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อการกระทำพฤติกรรมมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความสำคัญต่อบุคคลนั้น ๆ (อังครักษ์ มีวรรณสุขกุล, 2553)

ทฤษฎีเกี่ยวกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี Technology Acceptance Model (TAM)

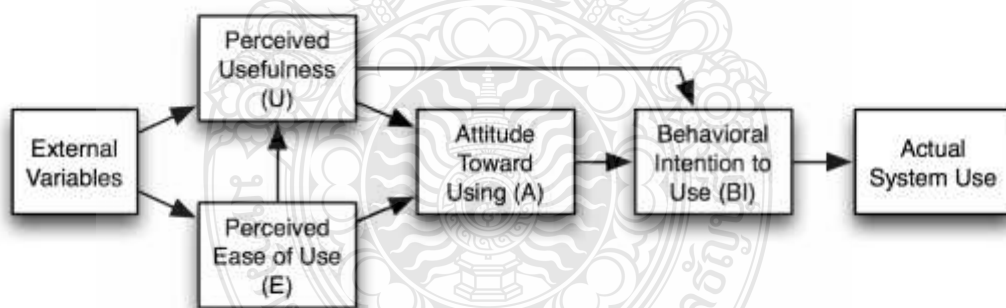
การพัฒนาแบบแนวคิดต่อมาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (TRA) โดย Davis (1989) เพื่อปรับใช้ให้การพยากรณ์การยอมรับของพฤติกรรมของบุคคลต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ให้มีความน่าเชื่อถือเพิ่มขึ้น จากเดิมที่ความตั้งใจการใช้มีผลต่อการทำให้เกิดการใช้งานจริง ก็นำปัจจัยอื่นมาประกอบการศึกษาถึงความมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยี

1. การง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) และการมีประโยชน์ (Perceived Usefulness)
2. ทศนคติต่อการใช่ (Attitude Toward Using) พฤติกรรมการใช้ (Behavioral Intentions to Use) และการใช้จริง (Actual System Use)

แบบจำลอง TAM การยอมรับนั้น มีปัจจัยการรับรู้มีประโยชน์และการรับรู้ง่ายต่อการใช้ที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้และพฤติกรรมการยอมรับใช้เทคโนโลยีจริง

มีปัจจัยหลายปัจจัยที่เป็นสาเหตุทำให้คนเรายอมรับหรือปฏิเสธเทคโนโลยี แต่มีปัจจัยที่แสดงให้เห็นว่ามีผลต่อการยอมรับหรือปฏิเสธเทคโนโลยีนั่นคือ การรู้ว่ามีประโยชน์กับรู้ว่าง่าย

ความหมายของการรู้ว่ามีประโยชน์ หมายถึงความถึง ดีกรีของคนที่จะเชื่อว่าการใช้ระบบเฉพาะจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงาน ในทางกลับกันการรู้ว่าง่าย มีความหมายว่า ดีกรีของคนที่จะเชื่อว่าการใช้ระบบเฉพาะจะมีอิสระต่อความยากลำบาก ซึ่งหมายถึงไม่มีความยาก (Davis, 1989)



ภาพที่ 2.4 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Davis, 1989)

ถึงแม้ว่า TAM จะสามารถช่วยพยากรณ์การยอมรับการระบบได้ แต่ก็ยังมีแค่ปัจจัยความตั้งใจใช้ที่ส่งผลในการใช้จริง จึงมีการศึกษาปัจจัยเพิ่มเติมต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้ คือการเพิ่มปัจจัยตัวแปรภายนอก ที่มีผลต่อรู้ว่ามีประโยชน์และมีผลต่อการรับรู้ว่าง่าย และรู้ว่าง่ายในการใช้มีผลต่อการรู้ว่ามีประโยชน์ และต้องการใช้ความพอใจที่จะใช้ รวมถึงความตั้งใจในการใช้งานมีความสัมพันธ์ของปัจจัยระหว่างกัน

ปัจจัยด้านตัวแปรภายนอก อาจเป็นเรื่องด้านส่วนบุคคลหรือการเคยใช้งานการมีความ สัมผัสของประสบการณ์ในด้านระบบสารสนเทศ หรือการใช้เทคโนโลยี หรือปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่มีผลหรืออิทธิพลต่อการรับรู้เรื่องของประโยชน์ในเทคโนโลยี และก็มีผลหรืออิทธิพลต่อการรู้ว่า ง่ายในเทคโนโลยีนั้น ๆ แล้วก็ส่งผลมายังพฤติกรรมความต้องการใช้ระบบไปจนถึงการยอมรับ ระบบหรือเทคโนโลยีแล้วใช้งานจริง การยอมรับอิทธิพลมาจากปัจจัยสองปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กัน คือ การรับรู้ประโยชน์ และความง่ายต่อการใช้งานของเทคโนโลยี ดังนั้น การสร้างฮาร์ดแวร์และ ซอฟต์แวร์เพื่อประโยชน์จากมันได้เพราะการขาดการยอมรับและความพึงพอใจของผู้ใช้

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี หรือ Technological Acceptance Model (TAM) เป็นทฤษฎีที่มีการยอมรับในการนำมาใช้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยี นำเสนอโดย Devis (1989) ได้ปรับปรุงแบบจำลองโดยไม่รวมทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (Attitude toward Behavior) เพื่อให้สามารถอธิบายความตั้งใจได้อย่างละเอียดมากยิ่งขึ้น สามารถนำมาใช้พยากรณ์ การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของแต่ละบุคคล และใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจกับ พฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยี (สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2559)

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) มีปัจจัยหลัก 3 ปัจจัย คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ ได้รับจากเทคโนโลยี (Perceived usefulness) การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived ease of use) และทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward using)

จากการทบทวนแนวความคิดและทฤษฎีข้างต้น ผู้วิจัยนำทฤษฎีเรื่องการยอมรับเทคโนโลยี TAM (Davis, 1989) ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านการ รับรู้ถึงง่ายในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน และด้านการตั้งใจใช้งาน ที่สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ด้านการยอมรับการใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้เป็นกรอบแนวคิดของ งานวิจัย

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

กฤษกร อักษรกาญจน์ (2550) ได้ศึกษาการยอมรับระบบการจัดการดำเนินงาน E-Budgeting จากปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับด้านส่วนบุคคลและด้านเกี่ยวกับงานว่ามีผลต่อการยอมรับ E-Budgeting อย่างไร ก็พบว่า การยอมรับระบบการจัดการ E-Budgeting การจัดการระบบงบประมาณมีความ แตกต่างในการยอมรับของด้านส่วนบุคคลและด้านเกี่ยวกับงาน โดยการยอมรับนั้นมองเห็นว่า ด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบนั้น เจ้าหน้าที่ยังไม่คุ้นเคยกับระบบและยังยึดติดกับระบบเก่า อยู่ แต่ก็ยังมีความเห็นว่ารระบบใหม่เป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัยและทำให้การทำงานมีความรวดเร็วขึ้น มีประสิทธิภาพต่องานมากขึ้น ส่วนในเรื่องของคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อนหรือการง่ายต่อการใช้ มีการยอมรับระบบอยู่ในระดับที่ปานกลาง เนื่องจากระบบมีความเข้าใจยากและวิธีการปฏิบัติก็ยุ่งยาก ซับซ้อน การใช้งานในช่วงเวลาเดียวกันถ้าผู้ใช้มีผู้ใช้งานมากระบบก็จะไม่สามารถทำงานได้เกิด การผิดพลาดบ่อย ๆ ทำให้เสียเวลาในการทำงาน ในการยอมรับระบบการจัดการดังกล่าวที่มีระดับการ ยอมรับปานกลาง เนื่องจากผู้ใช้อย่างเห็นว่ารระบบยังมีความยุ่งยากและเป็นปัญหาต่อการปฏิบัติงาน

จรีพร ทองทะวัย (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับของผู้ว่าจ้างในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กรณีผู้ให้บริการด้านการพัฒนาระบบงาน (Application Development Outsourcing) มีวัตถุประสงค์เพื่อหาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้บริการพัฒนาระบบงานจากภายนอกองค์กร พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้บริการจากภายนอกเพื่อพัฒนาระบบงานของผู้ว่าจ้างกลุ่ม SMEs ในภาพรวมคือ การประกันคุณภาพ (Assurance) การศึกษา (Education) และความไว้วางใจ (Reliability) มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการพัฒนาระบบงานจากภายนอกองค์กร

ชยาภรณ์ กิติสิทธิ์ชัย (2561) ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท เลือกบริการ E-Wallet ในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ด้านการรับรู้ความเสี่ยง มีอิทธิพลต่อทัศนคติและทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งาน E-Wallet

ฐิติณี จิรรัตนมงคล (2561) อิทธิพลของความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ คุณประโยชน์ และความง่ายในการใช้งาน ที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยีในการชำระเงินผ่าน QR Code ของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้บริโภคมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม ด้านการเข้าถึงการให้บริการ ด้านความเป็นส่วนตัว และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ อยู่ในระดับมากที่สุด ความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบสนองความต้องการ การรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่าย มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยีการชำระเงินผ่าน QR Code

พรชนก พลาบุลย์ (2560) การยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PROMPTPAY) ของรัฐบาลไทย การวิจัยได้นำแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยี ความคาดหวังจากการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม และพฤติกรรมผู้บริโภคมากำหนดเป็นตัวแปรต้นของงานวิจัย พบว่า การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน แรงจูงใจด้านอารมณ์ อิทธิพลของสังคม การรับรู้ถึงประโยชน์ สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PROMPTPAY) ของรัฐบาลไทย

พรพงศ์ จงประสิทธิ์ผล (2552) การชำระเงินออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการความเสี่ยงและปัจจัยด้านประโยชน์ การชำระเงินออนไลน์ซึ่งทำให้การชำระเงินทำได้รวดเร็วยิ่งขึ้น การเรียนรู้วิธีใช้เรียนรู้ได้ง่าย ซื้อได้ราคาที่ถูกกว่า ซื้อตามร้านค้าทั่วไปและการได้รับส่วนลด ทำให้ผู้ซื้อหันมาเลือกใช้วิธีชำระเงินออนไลน์แทนวิธีการโอนเงินแบบเก่า ด้านประชากรศาสตร์กับปัจจัยต่าง ๆ ประสบการณ์การใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีแนวโน้มที่จะมีการยอมรับการชำระเงินออนไลน์มากตามไปด้วย

พิรุฬพงษ์ เทพหัสดิน ณ อยุธยา (2552) ศึกษาเรื่อง ความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านรูปแบบการใช้ชีวิต ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ปัจจัยด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า ปัจจัยรูปแบบในการใช้ชีวิต และความปลอดภัยความเป็นส่วนตัว มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในระดับมาก ส่วนปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในระดับปานกลาง และการยอมรับเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ การรับรู้ว่ามีประโยชน์และการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกระทำต่อพฤติกรรม

ภานุพงษ์ ลือฤทธิ (2561) ได้ทำวิจัยเกี่ยวกับ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ศึกษาตัวอย่างของแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็น ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองความต้องการ ความพร้อมของระบบ ความมั่นคงปลอดภัย ความเกี่ยวข้อง ความเข้าใจ และความเพียงพอ ล้วนมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้น ซึ่งคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ก็เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันกับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

สว่างนภา ต่วนภูษา (2556) ได้ทำวิจัยเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวเตอร์ สถาบันอุดมศึกษา พบว่า การรับรู้การมีประโยชน์ของเทคโนโลยีมีผลต่อการยอมรับมากที่สุด และส่วนปัจจัยตัวแปร ด้านคุณสมบัติของระบบ ด้านอิทธิพลทางสังคม และด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยี ด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีมีผลต่อการยอมรับมากที่สุด

สุชาติ ไตรภพสกุล (2561) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ต่อความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้าในการซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ รวมทั้งพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองสมการโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ประกอบด้วยตัวแปรแฝงหลักจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจของลูกค้าและความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้าในการซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ขายของออนไลน์ พบว่า แบบจำลองสมการโครงสร้างคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ต่อความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้าในการซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ขายของออนไลน์มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี โดยคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ

สุธาทิพย์ นิธิสิริพงษ์ (2558) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชันสแกนรหัสคิวอาร์ (QR Code) ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือนในการวิจัยครั้งนี้มีการประยุกต์ใช้ทฤษฎีคุณค่าของการบริโภค เพื่อทำนายพฤติกรรมของผู้บริโภคที่จะเลือกใช้งานจากการพิจารณาถึงคุณค่า รวมถึงศึกษาปัจจัยด้านความกดดันทางเวลาของการส่งเสริมการขายและคุณภาพของเนื้อหาบรรณาร้านค้าเสมือน ซึ่งการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชันสแกนรหัสคิวอาร์ ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน ปัจจัยด้านคุณภาพของเนื้อหาบรรณาร้านค้าเสมือนและปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคมและความกดดันทางเวลาของการส่งเสริมการขายไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชันสแกนรหัสคิวอาร์ ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน

อรทัย เลื่อนวัน (2555) ได้ศึกษาปัจจัยด้านส่วนบุคคล ด้านการทำงานที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ ศูนย์ราชการที่แจ้งวัฒนะ พบว่า ด้านส่วนบุคคลมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่แตกต่างกันตามลักษณะของบุคคล เพศ รายได้ การศึกษา ส่วนด้านการทำงานไม่มีความแตกต่างต่อการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งปัจจัยด้านส่วนบุคคลมีการรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้อยู่ในระดับที่มากแตกต่างกันตามลักษณะของบุคคลและด้านการทำงานที่เกี่ยวข้อง เรื่องรับรู้ถึงประโยชน์ทำให้มีการยอมรับในการใช้เทคโนโลยีไม่มีความแตกต่างกันในทุกด้าน

อรวรรณ ไสรบบุตร (2552) ได้ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีระบบการนำทางในรถยนต์ โดยศึกษาการยอมรับกับปัจจัยด้านประชากรและปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีระบบนำทางหรือระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ พบว่า ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ทำให้มีการยอมรับในการใช้เทคโนโลยีมากขึ้นแตกต่างกันตามลักษณะของบุคคล ประสบการณ์ การทดลองเรียนรู้ เพราะรู้ถึงความคุ้มค่ากับการเลือกใช้เทคโนโลยีนั้น

อังครักษ์ มีวรรณสุขกุล (2553) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ธุรกรรมการเงินผ่านนวัตกรรม 3G ของผู้บริโภค พบว่า การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ความเชื่อมั่นในการออนไลน์ มีผลต่อความตั้งใจใช้ธุรกรรมการเงินผ่านนวัตกรรม 3G โดยทัศนคติ มีผลต่อความตั้งใจใช้ธุรกรรมการเงินผ่านนวัตกรรม 3G มากที่สุด แสดงถึงเป็นวิธีการที่ทันสมัย เป็นประสบการณ์ที่ดี น่าสนใจและการนำนวัตกรรม 3G มาใช้กับธุรกรรมการเงินเพื่อชีวิตประจำวันสะดวกสบายมากขึ้น เป็นสิ่งที่สามารถโน้มน้าวให้ผู้บริโภคมีความตั้งใจใช้ธุรกรรมการเงินผ่านนวัตกรรม 3G มากกว่าปัจจัยอื่น

โอบนิธิ วชิรานวงศ์ (2561) ได้ศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) ของผู้บริโภค ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด พบว่าการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการใช้งานจริง โดยมีทัศนคติที่มีต่อการใช้เป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วนในความสัมพันธ์ และการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการใช้งานจริง โดยมีทัศนคติที่มีการใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบสมบูรณ์ในความสัมพันธ์ เห็นว่ามิติที่ต่างกันในเรื่องที่ใช่วัตถุคุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้า ถึงแม้จะเป็นปัญหาเพียงเล็กน้อยในการตรวจสอบและประยุกต์ใช้แต่เป็นประโยชน์การระบุปัญหาในอนาคต

George (2007) ได้ทำการศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับการยอมรับรูปแบบการชำระเงินออนไลน์หรือ e-Payment (A TAM Framework to Evaluate Users' Perception towards online Electronic Payment) นำเอาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาทัศนคติ การยอมรับปัจจัยพื้นฐานทางด้านอินเทอร์เน็ตรวมถึงเทคโนโลยีและนำเอาแบบจำลองนี้มาพัฒนาเพื่อวัดทัศนคติเกี่ยวกับการยอมรับรูปแบบการชำระเงินแบบออนไลน์หรือ e-Payment โดยสำรวจกลุ่มประชากรจากพนักงานธนาคารในประเทศไทย ซึ่งการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับรูปแบบการชำระเงินออนไลน์ของพนักงานธนาคารในประเทศไทย ได้แก่ ด้านการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน รวมถึงทัศนคติที่มีต่อ

การใช้งาน และด้านการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน ยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี

Liébana-Cabanillas, Ramos de Luna, and Montoro-Ríos (2015) พฤติกรรมของผู้ใช้บริการการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือโดยใช้ QR Code (User behavior in QR mobile payment system: the QR Payment Acceptance Model) ของผู้บริโภคในประเทศสเปน โดยผู้วิจัยได้ใช้ TAM และปัจจัยเพิ่มเติมได้แก่ การรับรู้ความเข้ากันได้ การรับรู้ความปลอดภัย นวัตกรรมส่วนบุคคล การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการเปลี่ยนฐานะทางสังคมของบุคคล พบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน QR Payment คือปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ยังส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน QR Payment รวมถึงด้านนวัตกรรมส่วนบุคคลและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลการใช้งานของ e-Payment หรือการใช้เพื่อการซื้อสินค้าและบริการ



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังคุณภาพบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ด้านต่างๆ กับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผู้วิจัยนำเสนอวิธีการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือในการศึกษา
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษาครั้งนี้ คือ บุคลากรของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 155 คน เนื่องจากคณะบริหารธุรกิจ มีกองทุนสวัสดิการภายในคณะ ให้บุคลากรของคณะบริหารธุรกิจ ทุกคนมีสิทธิกู้เงินสวัสดิการการกู้ยืมฉุกเฉินภายในคณะบริหารธุรกิจ

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง บุคลากรของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี แบ่งเป็นสายวิชาการ (คณาจารย์) 101 คน และสายสนับสนุน (เจ้าหน้าที่) 54 คน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยตารางสำเร็จรูปของ (Yamane, 1973 อ้างอิงใน กัลยา วาณิชยบัญชา, 2550) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และมีความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 โดยมีสมการเพื่อใช้

ในการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างดังนี้ใช้สูตร
$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N = ขนาดของประชากร
 e = ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง

$$\begin{aligned} \text{ดังนั้น} \quad n &= \frac{155}{1+155(0.05)^2} \\ &= 111.71 \approx 112 \end{aligned}$$

จากการคำนวณข้างต้นได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา 112 ตัวอย่าง และสำรองเพื่อแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ 28 ตัวอย่าง จะได้เท่ากับขนาดตัวอย่าง 140 ตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

รวบรวมข้อมูลจาก เอกสารจากผู้วิจัยท่านอื่นๆ ที่ได้ศึกษาวิจัยก่อนหน้านี้แล้วรวบรวมแนวความคิด ทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจากตำรา เอกสาร และหนังสือต่างๆ มาเป็นข้อมูล ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ โดยคำถามข้อมูลทั่วไป เพศ ประเภทสายงานของบุคลากร แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบ (check-list) คำถามปลายปิด 2 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับด้านความคาดหวังคุณภาพบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ จัดทำเป็นข้อคำถามเชิงบวก (Positive Statement) จำนวน 12 ข้อ แบ่งเป็น 4 ตัวแปร ดังนี้

1. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยใช้วิธีการวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ มีจำนวนคำถาม 3 ข้อ (ข้อที่ 1-3)

2. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) โดยใช้วิธีการวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ มีจำนวนคำถาม 3 ข้อ (ข้อที่ 4-6)

3. ความเชื่อมั่น (Assurance) โดยใช้วิธีการวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ มีจำนวนคำถาม 4 ข้อ (ข้อที่ 7-10)

4. การเข้าถึงการให้บริการ (Empathy) โดยใช้วิธีการวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ มีจำนวนคำถาม 3 ข้อ (ข้อที่ 11-12)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับด้านการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ จัดทำเป็นข้อคำถามเชิงบวก (Positive Statement) จำนวน 16 ข้อ แบ่งเป็น 4 ตัวแปร ดังนี้

1. การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) โดยใช้วิธีการวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ มีจำนวนคำถาม 4 ข้อ (ข้อที่ 1-4)

2. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) โดยใช้วิธีการวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ มีจำนวนคำถาม 4 ข้อ (ข้อที่ 5-8)

3. ทศนคติ (Attitude Toward Using) โดยใช้วิธีการวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ มีจำนวนคำถาม 4 ข้อ (ข้อที่ 9-12)

4. การตั้งใจใช้งาน (Intention to Use) โดยใช้วิธีการวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ มีจำนวนคำถาม 4 ข้อ (ข้อที่ 13-16)

การวัดตัวแปรทั้ง 8 ตัวแปร มีเกณฑ์การวัดระดับความคิดเห็น ตามวิธีคิดของลิเคิร์ท โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การวัดระดับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ เป็น 5 ระดับ

คะแนน		ระดับความคิดเห็น
5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

การทดสอบเครื่องมือ

1. ทำแบบสอบถามเสนอที่ปรึกษา ทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อพิจารณาความถูกต้องสมบูรณ์และความเหมาะสมของเนื้อหา

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability Test) ของแบบสอบถามโดยนำไปทดสอบ (Try-Out) ผู้ที่รู้จักบริการชำระเงินผ่าน QR Code จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้วิธีของครอนบาค (Cronbach, 1984 :161; อ้างอิงใน กัลยา วาณิชยบัญชา, 2550) และนำข้อบกพร่องมาทำการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้มีความสมบูรณ์มากขึ้นก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริงจากกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นไม่ต่ำกว่า 0.70 แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงค่าการทดสอบความเชื่อมั่น ด้วยวิธีของ Cronbach's Alpha

ตัวแปร	จำนวนคำถาม	Cronbach's Alpha Pre-test 30 ชุด
ความน่าเชื่อถือ	3 ข้อ	0.891
การตอบสนองความต้องการ	3 ข้อ	0.807
ความเชื่อมั่น	3 ข้อ	0.920
การเข้าถึงการให้บริการ	3 ข้อ	0.792
การรับรู้ประโยชน์	4 ข้อ	0.849
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	4 ข้อ	0.936
ทัศนคติ	4 ข้อ	0.914
การตั้งใจใช้งาน	4 ข้อ	0.946

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 ศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลเอกสาร แนวคิด และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำแบบสอบถามให้เนื้อหา มีความครบถ้วนตามหัวข้องานวิจัย

3.3.2 นำแบบสอบถามที่รับกาตอบกลับจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 140 คน แบบสอบถามทั้งหมดมีความสมบูรณ์ ครบถ้วน แล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากตรวจสอบความถูกต้องจากการเก็บข้อมูลแล้ว ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ เพื่อประมวลผล โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.4.1 ตรวจสอบข้อมูล (Editing) ความสมบูรณ์ความถูกต้องของคำตอบในแต่ละข้อของแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลที่สมบูรณ์ไปใช้ในขั้นตอนต่อไป

3.4.2 ทำการลงรหัส (Coding) และบันทึกในโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อเตรียมการประมวลผล

3.4.3 ประมวลผลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปดังนี้

3.4.3.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อใช้บรรยายลักษณะข้อมูลที่เก็บมาได้โดยใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยพิจารณาตามเกณฑ์การแปลความหมายตามแนวคิดของบุญชม ศรีสะอาด (2545: 103) ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย		การแปลความหมาย
4.51 – 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	ระดับมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	ระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	ระดับต่ำ
1.00 – 1.50	หมายถึง	ระดับต่ำที่สุด

3.4.3.2 นำข้อมูลที่ได้มาหาความสัมพันธ์ระหว่างด้านความคาดหวังคุณภาพบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code กับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การคำนวณค่าสหสัมพันธ์สัมประสิทธิ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) โดยเกณฑ์การแปลผลระดับความสัมพันธ์ (Hair; et al. 2006: 286-287) มีดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ผลคูณของเพียร์สัน	ความหมายของระดับความสัมพันธ์
$\pm 0.81 - \pm 1.00$	มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงมาก
$\pm 0.61 - \pm 0.80$	มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง
$\pm 0.41 - \pm 0.60$	มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง
$\pm 0.21 - \pm 0.40$	มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ
$\pm 0.01 - \pm 0.20$	มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$

ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม

ค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน

ค่า r เป็น 0 แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ผลจากการศึกษาการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการอธิบายและการทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวข้องระหว่างความคาดหวังคุณภาพบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code กับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ จากการรวบรวมแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์จำนวนทั้งสิ้น 140 ชุด โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของตารางและการบรรยายประกอบตามลำดับขั้นตอน โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน นำเสนอตามลำดับดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
M	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
Sig.	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
r	แทน	ค่าที่แสดงระดับของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เรียกว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์

4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 140 คน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ผลวิเคราะห์ด้านความคาดหวังคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code
- ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ด้านการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์
- ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ และสายงานของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่และร้อยละ

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	60	42.90
หญิง	80	57.10
รวม	140	100.00
บุคลากร		
สายวิชาการ	89	63.60
สายสนับสนุน	51	36.40
รวม	140	100.00

จากตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่าง 140 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 และเป็นชาย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 บุคลากรเป็นสายวิชาการ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 63.60 และสายสนับสนุน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับระหว่างปัจจัยกับความคาดหวังคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความคาดหวังคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code นำเสนอในรูปแบบตารางโดยใช้สถิติพรรณนา ความถี่ ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่

- ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)
- ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)
- ด้านความน่าเชื่อถือ (Assurance)
- ด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Empathy)

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน (ความถี่) ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น
ของความคาดหวังคุณภาพบริการทางชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code

ความคาดหวังคุณภาพบริการ ชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code	ระดับความคิดเห็น					M	SD	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)								
1. การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน QR Code มีความถูกต้องและ แม่นยำ	79 (56.4%)	54 (38.6%)	5 (3.6%)	2 (1.4%)		4.50	0.64	มาก
2. การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน QR Code จะสามารถสร้าง ความเชื่อมั่นได้	70 (50.0%)	58 (41.4%)	10 (7.1%)	2 (1.4%)		4.40	0.68	มาก
3. การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน QR Code มีการอัปเดตข้อมูล ที่ถูกต้อง	69 (49.3%)	64 (45.7%)	6 (4.3%)	1 (0.7%)		4.43	0.61	มาก
รวม						4.45	0.58	มาก
การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)								
4. การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน QR Code ตอบสนองผู้ที่ไม่ ต้องการพกเงินสด	106 (75.7%)	28 (20.0%)	6 (4.3%)			4.71	0.54	มากที่สุด
5. ชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code จะลดขั้นตอนในการ ชำระเงิน	99 (70.7%)	36 (25.7%)	5 (3.6%)			4.67	0.54	มากที่สุด
6. การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน QR Code มีความ สะดวกสบายในการใช้งาน	96 (68.6%)	38 (27.1%)	6 (4.3%)			4.64	0.56	มากที่สุด
รวม						4.68	0.46	มากที่สุด

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน (ความถี่) ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น
ของความคาดหวังคุณภาพบริการทางชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code (ต่อ)

ความคาดหวังคุณภาพบริการ ชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code	ระดับความคิดเห็น					M	SD	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ความเชื่อมั่น (Assurance)								
7. ข้อมูลการชำระเงินทาง อิเล็กทรอนิกส์ผ่านQR Code จะถูก เก็บเป็นความลับ	50 (35.7%)	53 (37.9%)	33 (23.6%)	4 (2.9%)		4.06	0.84	มาก
8. ข้อมูลส่วนบุคคลจะไม่ถูกนำไปใช้ ร่วมกับข้อมูลของบุคคลอื่น	48 (34.3%)	51 (36.4%)	37 (26.4%)	4 (2.9%)		4.02	0.85	มาก
9. การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน QR Code มีความปลอดภัย ของข้อมูลของผู้ที่ชำระเงินหรือผู้รับ เงิน	49 (35.0%)	57 (40.7%)	29 (20.7%)	5 (3.6%)		4.07	0.83	มาก
รวม						4.05	0.78	มาก
การเข้าถึงการให้บริการ (Empathy)								
10. การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน QR Code มีอุปกรณ์รองรับใน การเข้าถึงระบบได้หลากหลาย เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เป็นต้น	90 (64.3%)	40 (28.6%)	9 (6.4%)	1 (0.7%)		4.65	0.64	มากที่สุด
11. การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน QR Code สามารถใช้งานได้ ตลอด 24 ชั่วโมง	91 (65.0%)	43 (30.7%)	6 (4.3%)			4.60	0.57	มากที่สุด
12. การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน QR Code สามารถใช้งานได้ ในทุก ๆ ร้านค้า	41 (29.3%)	47 (33.6%)	41 (29.3%)	8 (5.7%)	3 (2.1%)	3.82	0.99	มาก
รวม						4.33	0.56	มาก

จากตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน
มาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของความคาดหวังคุณภาพบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR
Code กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นของด้านความคาดหวังคุณภาพบริการชำระเงินทาง
อิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ดังนี้

ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) อยู่ในระดับมาก ที่มีค่าเฉลี่ย 4.45 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.58 เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่าข้อที่มีผลในระดับมากที่สุดทุกข้อ คือ การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code มีความถูกต้องและแม่นยำ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.50

ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) อยู่ในระดับมากที่สุด ที่มีค่าเฉลี่ย 4.68 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.46 เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ทุกข้อมีผลในระดับมากที่สุด และข้อที่มีผลระดับมากที่สุด คือการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ตอบสนองผู้ที่ไม่ต้องการพกเงินสด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.71

ด้านความเชื่อมั่น (Assurance) อยู่ในระดับมาก ที่มีค่าเฉลี่ย 4.05 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78 เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ทุกข้อมีผลในระดับมากที่สุด ข้อที่มีผลระดับมากที่สุด คือ การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code มีความปลอดภัยของข้อมูลของผู้ที่ชำระเงินหรือผู้ที่รับเงิน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.07

ด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Empathy) อยู่ในระดับมาก ที่มีค่าเฉลี่ย 4.33 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56 เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ทุกข้อผลมีในระดับมากที่สุด ข้อที่มีผลระดับมากที่สุด คือ การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code สามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.60

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของความคาดหวังคุณภาพบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code

ความคาดหวังคุณภาพบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลความหมาย	ลำดับที่
1. ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	4.45	0.58	มาก	2
2. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)	4.68	0.46	มากที่สุด	1
3. ความเชื่อมั่น (Assurance)	4.05	0.78	มาก	4
4. การเข้าถึงการให้บริการ (Empathy)	4.33	0.56	มาก	3
รวม	4.44	0.56	มาก	

จากตารางที่ 4.3 สรุปผล ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของความคาดหวังคุณภาพบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code อยู่ในระดับมาก 4.44 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56 เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้าน พบว่า ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.68

ส่วนที่ 3 การยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ข้อมูลเกี่ยวกับยอมรับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ นำเสนอในรูปแบบตารางโดยใช้สถิติพรรณนา ความถี่ ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่

ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness)

ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use)

ด้านทัศนคติ (Attitude Toward Using)

ด้านการตั้งใจใช้งาน (Intention to Use)

ตารางที่ 4.4 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

การยอมรับการใช้บริการชำระ เงินทางอิเล็กทรอนิกส์	ระดับความคิดเห็น					M	SD	ระดับ ความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness)								
1. การใช้บริการชำระเงินทาง อิเล็กทรอนิกส์ สามารถชำระเงินได้ รวดเร็วขึ้น	103 (73.6%)	31 (22.1%)	6 (4.3%)			4.69	0.54	มากที่สุด
2. การใช้บริการชำระเงินทาง อิเล็กทรอนิกส์ สามารถช่วยลดภาระ และความยุ่งยากในการชำระเงิน	95 (67.9%)	36 (25.7%)	9 (6.4%)			4.61	0.60	มากที่สุด
3. การใช้บริการชำระเงินทาง อิเล็กทรอนิกส์ ลดค่าใช้จ่ายในการไม่ ต้องพกเงินสดในจำนวนมาก	101 (72.1%)	28 (20.0%)	11 (7.9%)			4.64	0.62	มากที่สุด
4. การใช้บริการชำระเงินทาง อิเล็กทรอนิกส์ลดปัญหาการถอนเงิน ได้	93 (66.4%)	35 (25.0%)	11 (7.9%)	1 (0.7%)		4.57	0.66	มากที่สุด
รวม						4.63	0.50	มากที่สุด

ตารางที่ 4.4 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (ต่อ)

การยอมรับการใช้บริการชำระ เงินทางอิเล็กทรอนิกส์	ระดับความคิดเห็น					M	SD	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use)								
5. การใช้บริการชำระเงินทาง อิเล็กทรอนิกส์ สามารถทำได้ง่าย	92 (65.7%)	40 (28.6%)	6 (4.3%)	2 (1.4%)		4.58	0.64	มากที่สุด
6. การใช้บริการชำระเงินทาง อิเล็กทรอนิกส์ ง่ายสำหรับที่จะ เรียนรู้และเข้าใจได้ง่าย	85 (60.7%)	43 (30.7%)	10 (7.1%)	2 (1.4%)		4.50	0.69	มาก
7. การใช้บริการชำระเงินทาง อิเล็กทรอนิกส์ง่ายในการเข้าถึงไม่ ต้องใช้ความพยายามมาก	80 (57.1%)	50 (35.7%)	9 (6.4%)	1 (0.7%)		4.49	0.65	มาก
8. การใช้บริการชำระเงินทาง อิเล็กทรอนิกส์ สามารถทำตาม คำแนะนำในการใช้งานได้ง่าย	85 (60.7%)	45 (32.1%)	9 (6.4%)	1 (0.7%)		4.22	0.72	มาก
รวม						4.53	0.60	มากที่สุด
ทัศนคติ (Attitude Toward Using)								
9. ท่านคิดว่าการใช้บริการชำระเงิน ทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นวิธีที่ทันสมัย	99 (70.7%)	33 (23.6%)	8 (5.7%)			4.65	0.58	มากที่สุด
10. ท่านคิดว่าการใช้บริการชำระเงิน ทางอิเล็กทรอนิกส์ มีความน่าสนใจ สำหรับท่าน	81 (57.9%)	47 (33.6%)	11 (7.9%)	1 (0.7%)		4.48	0.70	มาก
11. ท่านอยากที่จะใช้บริการการ ชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	86 (61.4%)	38 (27.1%)	13 (9.3%)	2 (1.4%)	1 (0.7%)	4.47	0.78	มาก
12. ท่านคิดว่าการใช้บริการชำระเงิน ทางอิเล็กทรอนิกส์ทำให้ ชีวิตประจำวันสะดวกสบายมากขึ้น	94 (67.1%)	37 (26.4%)	8 (5.7%)		1 (0.7%)	4.59	0.66	มากที่สุด
รวม						4.55	0.61	มากที่สุด

ตารางที่ 4.4 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (ต่อ)

การยอมรับการใช้บริการชำระ เงินทางอิเล็กทรอนิกส์	ระดับความคิดเห็น					M	SD	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
การตั้งใจใช้งาน(Perceived Usefulness)								
13. ท่านยอมรับที่จะใช้บริการชำระเงิน ทางอิเล็กทรอนิกส์ในอนาคต	98 (70.0%)	28 (20.0%)	12 (8.6%)	1 (0.7%)	1 (0.7%)	4.57	0.74	มากที่สุด
14. ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้วิธีการ ชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	85 (60.7%)	39 (27.9%)	14 (10.0%)	1 (0.7%)	1 (0.7%)	4.47	0.76	มาก
15. ท่านคิดว่าการใช้บริการชำระเงิน ทางอิเล็กทรอนิกส์ จะมี ประสิทธิภาพ ดีกว่าที่คาดการณ์ไว้	82 (58.6%)	44 (31.4%)	11 (7.9%)	3 (2.1%)		4.46	0.73	มาก
16.การใช้บริการชำระเงินทาง อิเล็กทรอนิกส์ เข้ากับวิถีการดำเนิน ชีวิตของท่านในปัจจุบัน	89 (63.6%)	36 (25.7%)	11 (7.9%)	3 (2.1%)	1 (0.7%)	4.49	0.79	มาก
รวม						4.50	0.70	มาก

จากตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นของการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.63 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ทุกข้อมีผลในระดับมากที่สุด และข้อที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ การใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้สามารถชำระเงินได้รวดเร็วขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.69

การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.53 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ข้อที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ การใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ สามารถทำได้ง่าย ค่าเฉลี่ย 4.58

ทัศนคติ (Attitude Toward Using) อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.55 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ข้อที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ การใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นวิธีการที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.65

การตั้งใจใช้งาน (Intention to Use) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.50 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ข้อที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ ท่านยอมรับที่จะใช้การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ในอนาคต มีค่าเฉลี่ย 4.57

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

การยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลความหมาย	ลำดับที่
1. การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness)	4.63	0.59	มากที่สุด	1
2. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (perceived Ease of Use)	4.53	0.60	มากที่สุด	3
3. ทศนคติ (Attitude Toward Using)	4.55	0.61	มากที่สุด	2
4. การตั้งใจใช้งาน (Intention to Use)	4.50	0.70	มาก	4
รวม	4.61	0.61	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.5 สรุปผล ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับมากที่สุด 4.61 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.63



ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างด้านความคาดหวังคุณภาพบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code กับที่ยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ การวิเคราะห์การหาความสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) เป็นเครื่องมือทดสอบสถิติ เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ กับที่ยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีตัวแปรที่แสดงความสัมพันธ์ของสมการ ดังนี้

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือ (Reliability) กับที่ยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	การยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์		
	r	Sig.	แปลผล
คำถามข้อที่ 1	0.509**	0.000	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
คำถามข้อที่ 2	0.535**	0.000	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
คำถามข้อที่ 3	0.616**	0.000	มีความสัมพันธ์ระดับมาก
โดยรวม	0.608**	0.000	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยรวมและรายข้อทุกข้อ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) กับที่ยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

การตอบสนอง (Responsiveness)	การยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์		
	r	Sig.	แปลผล
คำถามข้อที่ 1	0.594**	0.000	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
คำถามข้อที่ 2	0.434**	0.000	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
คำถามข้อที่ 3	0.655**	0.000	มีความสัมพันธ์ระดับมาก
โดยรวม	0.662**	0.000	มีความสัมพันธ์ระดับมาก

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) โดยรวมและรายข้อทุกข้อ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างด้านความเชื่อมั่น (Assurance) กับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

ความเชื่อมั่น (Assurance)	การยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์		
	r	Sig.	แปลผล
คำถามข้อที่ 1	0.449**	0.000	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
คำถามข้อที่ 2	0.480**	0.000	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
คำถามข้อที่ 3	0.512**	0.000	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
โดยรวม	0.518**	0.000	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าด้านความเชื่อมั่น (Assurance) โดยรวมและรายข้อทุกข้อ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Empathy) กับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

การเข้าถึงฯ (Empathy)	การยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์		
	r	Sig.	แปลผล
คำถามข้อที่ 1	0.565**	0.000	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
คำถามข้อที่ 2	0.505**	0.000	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
คำถามข้อที่ 3	0.415**	0.000	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
โดยรวม	0.624**	0.000	มีความสัมพันธ์ระดับมาก

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

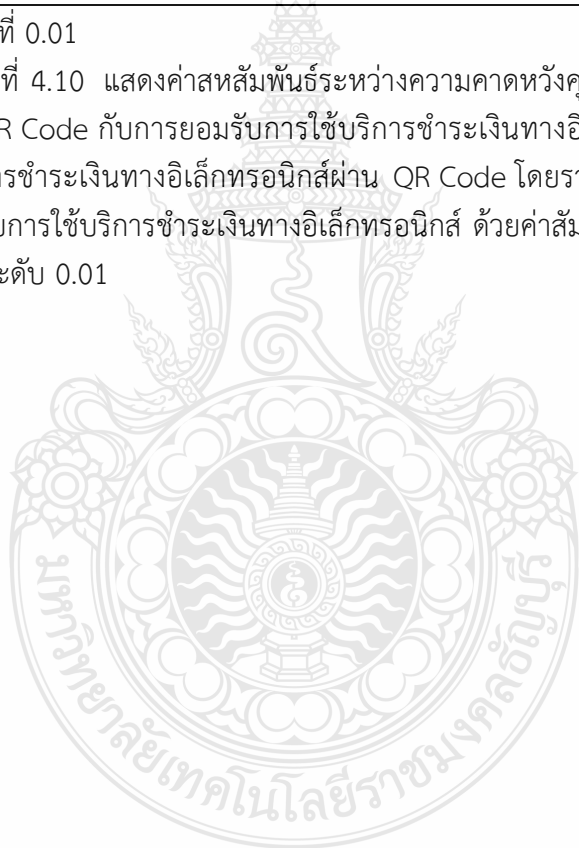
จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Empathy) โดยรวมและรายข้อทุกข้อ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าสัมพัทธ์ระหว่างด้านความคาดหวังคุณภาพบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code กับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	r	Sig.	ผลการทดสอบที่มีความสัมพันธ์
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	0.608**	0.000	ระดับปานกลาง
การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)	0.662**	0.000	ระดับสูง
ความเชื่อมั่น (Assurance)	0.518**	0.000	ระดับปานกลาง
การเข้าถึงการให้บริการ (Empathy)	0.624**	0.000	ระดับสูง
โดยรวม	0.656**	0.000	ระดับสูง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.10 แสดงค่าสัมพัทธ์ระหว่างความคาดหวังคุณภาพบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code กับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ความคาดหวังคุณภาพบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code โดยรวม มีความสัมพันธ์ทางบวก ระดับสูงกับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.656 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังคุณภาพบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code การยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ สามารถสรุปผลการศึกษาได้ตามประเด็นดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นบุคลากรของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 140 คน ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง และบุคลากรสายวิชาการ (คณาจารย์)

สำหรับความคาดหวังคุณภาพบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code บุคลากรของคณะบริหารธุรกิจมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) อยู่ในระดับมากที่สุด ตามด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Empathy) ด้านความเชื่อมั่น (Assurance) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

สำหรับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ บุคลากรมีการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) ด้านทัศนคติ (Attitude Toward Using) ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) และด้านการตั้งใจใช้งาน (Intention to Use) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

สมมติฐานที่ 1 ความคาดหวังคุณภาพการบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 2 ความคาดหวังคุณภาพการบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 3 ความคาดหวังคุณภาพการบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ด้านความเชื่อมั่น (Assurance) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 4 ความคาดหวังคุณภาพการบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Empathy) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 ความคาดหวังคุณภาพการบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 2 ความคาดหวังคุณภาพการบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 3 ความคาดหวังคุณภาพการบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ด้านความเชื่อมั่น (Assurance) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 4 ความคาดหวังคุณภาพการบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Empathy) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	สนับสนุน

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ จากกลุ่มตัวอย่าง ด้านการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ด้านทัศนคติ (Attitude Toward Using) และด้านความตั้งใจใช้งาน (Intention to Use) ผลการวิเคราะห์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับ ด้านการรับรู้ประโยชน์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านทัศนคติ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และด้านความตั้งใจใช้งาน ตามลำดับ ทฤษฎีเกี่ยวกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี Technology Acceptance Model ของ (Davis, 1989) พยากรณ์ความการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของผู้บริโภค ซึ่งพบว่า การยอมรับของผู้ใช้มีอิทธิพลมาจากปัจจัยความสัมพันธ์กันมีสองปัจจัยคือ การรับรู้ประโยชน์และง่ายต่อการใช้งานของระบบเทคโนโลยี จึงกล่าวได้ว่าการพัฒนาระบบสารสนเทศที่ง่ายต่อการใช้งาน จะทำให้ผู้ใช้รู้สึกว่ามีประโยชน์ และส่งผลให้เกิดความต้องการใช้งานจริง ถ้าผู้ใช้ระบบมีความเชื่อว่า ระบบจะสามารถทำให้ประสิทธิภาพของงานที่ทำอยู่บรรลุผลสำเร็จ การรับรู้ประโยชน์ของผู้ใช้ที่มีต่อระบบนั้นจะอยู่ในระดับมาก ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า รับรู้ประโยชน์การบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ แนวโน้มที่จะปรับเปลี่ยนมาใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code มากขึ้น สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สว่างนภา ต่วนภูษา (2555) ที่กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยีคลาวด์-คอมพิวติ้งในสถาบันอุดมศึกษา พบว่าการรับรู้การมีประโยชน์

ของเทคโนโลยีมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีมากที่สุด พิรัฐพงศ์ เทพหัสดิน ณ อยุธยา (2552) ที่กล่าวว่าการยอมรับเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน ทักษะคิด ความตั้งใจกระทำ ต่อพฤติกรรม การยอมรับการเทคโนโลยี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ โอบนิจิ วชิรานวงศ์ (2561) ได้ศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) ของผู้บริโภค ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด พบว่าการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการใช้งานจริง โดยมีทัศนคติที่มีต่อการใช้เป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วนในความสัมพันธ์ และการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการใช้งานจริง โดยมีทัศนคติที่มีการใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบสมบูรณในความสัมพันธ์ เห็นว่ามิติที่แตกต่างกันในเครื่องมือที่ใช้วัดคุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้าถึงแม้จะเป็นปัญหาเพียงเล็กน้อยในการตรวจสอบ และประยุกต์ใช้แต่เป็นประโยชน์การระบุปัญหาในอนาคต

การศึกษาเรื่อง การศึกษาการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ตามสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

จากสมมติฐาน ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ในภาพรวม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ระดับสูง โดยสอดคล้องกับแนวคิด Parasuraman et al., (2005) ผลการศึกษาของ Parasuraman ยังช่วยให้เห็นว่า การประเมินคุณภาพการให้บริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคนั้นเป็นไปในรูปแบบของการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการบริการที่คาดหวังและการบริการตามที่รับรู้ว่ามีผลสอดคล้องกันเพียงไร ข้อเสนอที่น่าสนใจประการหนึ่งคือ การให้บริการที่มีคุณภาพนั้นหมายถึง การให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการหรือผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น ความพึงพอใจต่อการบริการจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความคาดหวังหรือการไม่เป็นไปตามความคาดหวัง (Confirm or Disconfirm Expectation) ของผู้บริโภคและยังเป็นสิ่งที่ช่วยให้สามารถวัดคุณภาพการให้บริการได้ ซึ่งจะก่อให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีแก่ลูกค้า (Customer Relationship) รวมทั้งเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเหล่านั้นกลับมาซื้อสินค้า/บริการ (Customer Retention) ตลอดจนเกิดฐานลูกค้าให้มีความสัมพันธ์ที่ยืนยาว และก่อให้เกิดความภักดีกับตราสินค้า/บริการ (Customer Loyalty) และสอดคล้องงานวิจัยของ Chang et al., (2009) ได้ทำการศึกษาผลกระทบของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจของลูกค้า และความภักดีในการตลาด โดยได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ปฏิกริยาทางจิตวิทยาของลูกค้าเกี่ยวกับประสบการณ์ก่อนหน้าของเขากับการเปรียบเทียบระหว่างผลการดำเนินงานที่คาดหวังและการรับรู้ที่เกิดขึ้น พบว่าคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกันกับงานวิจัยของ Chinomona et al., (2014) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อการรับรู้คุณค่าความพึงพอใจของลูกค้าและความภักดีในแอฟริกาใต้ ในกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าใด ๆ

ผ่านเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ ผลการศึกษาได้ยืนยันถึงระดับการสนับสนุนกันของตัวแปรคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service Quality) กับความพึงพอใจ (Satisfaction) สอดคล้องกับแนวคิดของ สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) กล่าวว่าคุณลักษณะของนวัตกรรมใดที่มีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับผู้ใช้งานหรือตรงกับประสบการณ์ และความต้องการของผู้ใช้งานย่อมจะมีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมเหล่านั้น

จากสมมติฐานที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) กับการยอมรับการบริการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ทางบวก สอดคล้องแนวคิดของ Zeithaml (2002) ได้กล่าวถึงความน่าเชื่อถือไว้วางใจเป็นการทำงานที่ถูกต้องของเว็บไซต์ และความต้องการของการส่งมอบบริการ สอดคล้องกับ McKinney (2002) (อ้างอิงใน ภาณุพงศ์ ลือฤทธิ์, 2561) ที่กล่าวไว้ว่าความเชื่อถือไว้วางใจเกี่ยวกับระดับความถูกต้อง ความเชื่อถือได้ และความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล โดยวิจัยงานของ Naidoo (2007) ได้ระบุว่าความน่าเชื่อถือไว้วางใจถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการยอมรับการบริการอิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับงานวิจัย จุรีพร ทองทะวัย (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับของผู้จ้างในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กรณีผู้ให้บริการด้านการพัฒนาระบบงาน (Application Development Outsourcing) มีวัตถุประสงค์เพื่อหาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้บริการพัฒนาระบบงานจากภายนอกองค์กร พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้บริการจากภายนอกเพื่อพัฒนาระบบงานของผู้ว่าจ้างกลุ่ม SMEs ความไว้วางใจ (Reliability) มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการพัฒนาระบบงานจากภายนอกองค์กร และสอดคล้องกับงานวิจัย ภาณุพงศ์ ลือฤทธิ์ (2561) ศึกษาคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ศึกษาตัวอย่างของแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ พบว่าความเชื่อถือไว้วางใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์

จากสมมติฐานที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) กับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ทางบวก สอดคล้องกับการศึกษาของ Parasuraman (2005) ที่ระบุว่า การตอบสนองเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการวัดผลคุณภาพการบริการ และส่งผลต่อการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับงานวิจัย ฐิติณี จิรรัตนมงคล (2561) ได้ศึกษาอิทธิพลของความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ คุณประโยชน์ และความง่ายในการใช้งาน ที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยีในการชำระเงินผ่าน QR Code ของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้บริโภคมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยีการชำระเงินผ่าน QR Code สอดคล้องกับงานวิจัย ภาณุพงศ์ ลือฤทธิ์ (2561) ศึกษาคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ศึกษาตัวอย่างของแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ พบว่าการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และการรับรู้คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความพึงพอใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jing and Yoo (2013) ได้ทำการศึกษาในบริบทของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเทศจีน ได้ระบุว่า การตอบสนอง

(Responsiveness) การรับประกัน (Assurance) รวมถึงความเอาใจใส่ (Empathy) เป็นหัวใจสำคัญในการกำหนดคุณค่าที่ได้รับและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Veeraraghaven et.al. (2014) ได้ระบุถึงคุณภาพบริการ เป็นตัวสะท้อนการบริการขององค์กรต่อลูกค้าทั้งก่อน ระหว่าง และหลังจากการใช้งานอีคอมเมิร์ซโดยการวัดปัจจัยเรื่อง การตอบสนอง (Responsiveness) การรับประกัน (Assurance) และความเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy)

สมมติฐานที่ 3 ความสัมพันธ์ด้านความเชื่อมั่น (Assurance) กับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ทางบวก สอดคล้องกับการศึกษาของ Parasuraman et.al. (2005) ความเชื่อมั่น หมายถึง ระดับความปลอดภัยและการปกป้องข้อมูล พฤติกรรมการใช้งานของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ อังครักษ์ มีวรรณสุขกุล (2553) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ธุรกรรมการเงินผ่านนวัตกรรม 3G ของผู้บริโภค พบว่า การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งานทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ความเชื่อมั่นในการออนไลน์ (Assurance) มีผลต่อความตั้งใจใช้ธุรกรรมการเงินผ่านนวัตกรรม 3G สอดคล้องกับงานวิจัย ภาณุพงศ์ ลือฤทธิ์ (2561) ศึกษาคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ศึกษาตัวอย่างของแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ พบว่า ความมั่นคงปลอดภัย มีความสัมพันธ์เชิงบวกกันกับการรับรู้คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และการรับรู้คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความพึงพอใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุรีพร ทองทวย (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับของผู้ว่าจ้างในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กรณีผู้ให้บริการด้านการพัฒนาระบบงาน (Application Development Outsourcing) มีวัตถุประสงค์เพื่อหาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้บริการพัฒนาระบบงานจากภายนอกองค์กร พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้บริการจากภายนอกเพื่อพัฒนาระบบงานของผู้ว่าจ้างกลุ่ม SMEs ด้านการประกันคุณภาพ (Assurance) ความไว้วางใจ (Reliability) มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการพัฒนาระบบงานจากภายนอกองค์กร และงานวิจัยของ Jing and Yoo (2013) ได้ทำการศึกษาในบริบทของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเทศจีน ได้ระบุว่าการตอบสนอง (Responsiveness) การรับประกัน (Assurance) รวมถึงความเอาใจใส่ (Empathy) เป็นหัวใจสำคัญในการกำหนดคุณค่าที่ได้รับและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Veeraraghaven et.al. (2014) ได้ระบุถึงคุณภาพบริการ เป็นตัวสะท้อนการบริการขององค์กรต่อลูกค้าทั้งก่อน ระหว่าง และหลังจากการใช้งานอีคอมเมิร์ซโดยการวัดปัจจัยเรื่อง การตอบสนอง (Responsiveness) การรับประกัน (Assurance) และความเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy)

สมมติฐานที่ 4 ความสัมพันธ์การเข้าถึงการให้บริการ (Empathy) กับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ทางบวก สอดคล้อง DeLone and McLean (2003) ได้ทำการศึกษาโดยระบุถึงลักษณะเฉพาะของระบบให้เป็นลักษณะที่ต้องการของระบบสารสนเทศ โดยต้องเป็นระบบที่มีการเข้าถึงการให้บริการพร้อมในการใช้งาน สะดวกและใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา มีการออกแบบอุปกรณ์ ส่วนต่อประสานกับผู้ใช้กันอย่างเหมาะสม ผลการศึกษาพบว่า ความพร้อม

ในการเข้าถึงการให้บริการของระบบส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jing and Yoo (2013) ได้ทำการศึกษาในบริบทของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ประเทศจีน ได้ระบุว่าการตอบสนอง (Responsiveness) การรับประกัน (Assurance) รวมถึงความเอาใจใส่ (Empathy) เป็นหัวใจสำคัญในการกำหนดคุณค่าที่ได้รับและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Veeraraghaven et.al. (2014) ได้ระบุถึงคุณภาพบริการ เป็นตัวสะท้อนการบริการขององค์กรต่อลูกค้าทั้งก่อน ระหว่าง และหลังจากการใช้งานอีคอมเมิร์ซโดยการวัดปัจจัยเรื่อง การตอบสนอง (Responsiveness) การรับประกัน (Assurance) และความเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy)

5.3 ประโยชน์ของงานวิจัย

5.3.1 ประโยชน์ด้านทฤษฎี

ประโยชน์ทางด้านทฤษฎีของงานวิจัยนี้เป็นการประยุกต์ตามกรอบแนวคิดในเรื่องคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service Quality) มาใช้เป็นกรอบแนวคิดการวิจัยและนำไปประยุกต์ต่าง ๆ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความต้องการ ความเชื่อมั่น การเข้าถึงการให้บริการ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาทำการศึกษา โดยผลการวิจัยได้ชี้ให้เห็นว่า ความคาดหวังคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ QR Code มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการให้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นกรอบการวิจัยใหม่ในการศึกษาการใช้งานในบริบทอื่น

5.3.2 ประโยชน์ด้านปฏิบัติ

จากผลการวิจัยสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์เรื่อง ประสิทธิภาพการชำระเงินสวัสดิการกู้ยืมฉุกเฉินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

โดยได้นำเสนอแนะให้ทีมงานการเงินและผู้บริหารของคณะบริหารธุรกิจ ทราบถึงผลการวิจัยการยอมรับการให้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จากผลการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังคุณภาพบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code กับ การยอมรับการให้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ความคาดหวังคุณภาพบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code โดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับสูงกับการยอมรับการให้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผู้ศึกษาจึงได้ทำการศึกษาวิธีการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code มาใช้ในงานการชำระเงินสวัสดิการเงินกู้ของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เพื่อแก้ปัญหาการชำระเงินล่าช้าของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ โดยขอเปิดระบบการชำระเงินด้วย QR Code กับทางธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ระบบ Krungsri CashLink และทำการเก็บข้อมูลหลังจากการรับชำระเงินสวัสดิการเงินกู้ของคณะบริหารธุรกิจ ผ่านระบบ Krungsri CashLink ระหว่างเดือนมกราคม - มิถุนายน 2564 ระยะเวลา 6 เดือน ดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 แสดงข้อมูลการรับชำระสวัสดิการเงินกู้ ผ่าน QR Code ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ

ช่วงเวลาชำระเงิน (วัน)	จำนวนผู้ชำระผ่าน QR Code	คิดเป็นร้อยละ
ไม่เกิน 10 วัน	118	63.78
11 – 20 วัน	46	24.87
21 – 30 วัน	15	8.11
เกิน 30 วัน	6	3.24
รวม	185	100

ที่มา : รายงานจากระบบ Krungsri CashLink ระหว่างเดือนมกราคม - มิถุนายน 2564

จากตารางที่ 5.2 แสดงข้อมูลการรับชำระสวัสดิการเงินกู้ฉุกเฉิน ผ่าน QR Code ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ ระหว่างเดือนมกราคม – มิถุนายน 2564 พบว่า ผู้ชำระเงินสวัสดิการเงินกู้ผ่าน QR Code ใช้ระยะเวลาการชำระเงินไม่เกิน 10 วัน คิดเป็นร้อยละ 63.78 และผู้ชำระเงินสวัสดิการเงินกู้ฉุกเฉิน ผ่าน QR Code สามารถชำระเงินภายในระยะเวลา 30 วัน คิดเป็นร้อยละ 96.76

เมื่อนำข้อมูลการชำระเงินสวัสดิการเงินกู้ด้วยเงินสดหรือวิธีการเดิม กับการชำระเงินสวัสดิการผ่าน QR Code มาเปรียบเทียบกัน พบว่า การชำระเงินผ่าน QR Code ทำให้การรับชำระเงินสวัสดิการมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 แสดงการเปรียบเทียบการชำระเงินสวัสดิการเงินกู้ระหว่างการชำระโดยเงินสดกับการชำระผ่าน QR Code

ช่วงเวลาชำระเงิน (วัน)	เงินสด (ร้อยละ)	QR Code (ร้อยละ)	+ เพิ่มขึ้น/ - ลดลง (ร้อยละ)
ไม่เกิน 10 วัน	33.71	63.78	+89.20
11 – 20 วัน	24.16	24.87	+2.73
21 – 30 วัน	30.34	8.11	-73.27
เกิน 30 วัน	11.80	3.24	-72.54
รวม	100	100	

จากตารางที่ 5.3 แสดงการนำข้อมูลการรับชำระเงินด้วยเงินสด ข้อมูลก่อนการทำวิจัย เก็บข้อมูลการรับชำระสวัสดิการเงินกู้ยืมฉุกเฉินของคณะบริหารธุรกิจ ระหว่างเดือนมกราคม - มิถุนายน 2563 และข้อมูลการชำระเงินสวัสดิการเงินกู้ยืมฉุกเฉินของคณะบริหารธุรกิจโดยวิธีการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ระหว่างเดือนมกราคม - มิถุนายน 2564 เมื่อเปรียบเทียบจากการเก็บข้อมูลการชำระเงิน พบว่าบุคลากรที่มีการกู้ยืมเงินสวัสดิการมีการชำระเงินในช่วงระยะเวลาไม่เกิน 10 วันจากกำหนดการชำระเงินภายใน 30 วัน ถัดจากวันสิ้นเดือนของทุกเดือน ด้วยวิธีการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code มีการชำระเงินเพิ่มขึ้นร้อยละ 89.20 จากการชำระเงินด้วยเงินสด การชำระเงินช่วงเวลา 11-20 วัน ชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.73 จากวิธีการชำระด้วยเงินสด การชำระเงินช่วงเวลา 21-30 วัน การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน

QR Code ลดลงร้อยละ 73.27 จากการชำระด้วยเงินสด และการชำระเงินเกินระยะเวลา 30 วัน การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ลดลงร้อยละ 72.54 จากการชำระเงินด้วยเงินสด

จากข้อมูลดังกล่าว พบว่า การใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code เพื่อชำระสวัสดิการเงินกู้ยืมของคณะบริหารธุรกิจ มีประสิทธิภาพในการใช้งาน ทำให้มีการชำระเงินเร็วขึ้นและการชำระเงินล่าช้าลดลง โดยการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ระยะเวลาไม่เกิน 10 วัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 89.20 ทำให้เกิดสภาพคล่องทางการเงินของเงินกองทุนสวัสดิการในคณะบริหารธุรกิจ นอกจากนี้แก้ปัญหาการชำระเงินล่าช้าแล้ว การชำระเงินยังสะดวกรวดเร็ว ง่ายต่อการใช้งานของผู้ชำระเงิน อีกทั้งช่วยลดความผิดพลาดในการรับชำระเงินสดของเจ้าหน้าที่การเงินและความเสี่ยงในการถือเงินสดได้เป็นอย่างดี

5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต

5.4.1. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องเงินยืมทรองราชการ ความล่าช้าของการคืนเงินยืมทรองราชการที่ส่งผลต่อการใช้งบประมาณเงินรายจ่าย และเงินงบประมาณรายได้

5.4.2. ควรมีการศึกษาปัญหาและอุปสรรค ในการเบิกจ่าย เงินงบประมาณ เพื่อนำผลการวิจัยมาแก้ไขและพัฒนางานการเบิกจ่ายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.4.3. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมุ่งเน้นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้เข้าใจปัญหาและอุปสรรคในการเบิกจ่าย ได้อย่างลุ่มลึกมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤษตรี อักษรกาญจน์. (2550). การยอมรับการนำระบบการจัดงบประมาณอิเล็กทรอนิกส์ (E-Budgeting) เพื่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่สำนักงานงบประมาณ. (การค้นคว้าอิสระ ปรินซ์นิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์. (2538). ทศนคติ ความเชื่อและพฤติกรรม. กรุงเทพฯ : สามดีการพิมพ์.
- จตุพร ทองทะวีย์. (2555). ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับของผู้ว่าจ้างในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs). (การค้นคว้าอิสระ ปรินซ์นิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ชยาภรณ์ กิตติพิชัย. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ ปรินซ์นิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ฐิตินิ จิตรัตนมงคล. (2561). อิทธิพลของความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ คุณประโยชน์ และความง่ายในการใช้งาน ที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยีในการชำระเงินผ่าน QR Code ของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ ปรินซ์นิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). ระบบการชำระเงิน ของธนาคารแห่งประเทศไทย. สืบค้นจาก <http://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Pages/index.aspx>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- พรชนก พลาบุลย์. (2560). การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ของรัฐบาลไทย. (การค้นคว้าอิสระ ปรินซ์นิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- พรประภา ไชยอนุกุล. (2557). คุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. (การค้นคว้าอิสระ ปรินซ์นิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- พรพงศ์ จงประสิทธิผล. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการชำระเงินออนไลน์ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ ปรินซ์นิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- พิธีพงษ์ เทพหัสดิน ณ อยุธยา. (2552). ความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่. (วิทยานิพนธ์ ปรินซ์นิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม).
- ภาณุพงศ์ ลือฤทธิ์. (2561). คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้งาน: กรณีศึกษาตัวอย่างแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ. (การค้นคว้าอิสระ ปรินซ์นิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สว่างนภา ต่วนภูษา. (2556). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้งในสถาบันอุดมศึกษา**. (วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- สิงหะ ฉวีสุข และ สุรินทร์ วงศ์จตุรภัทร. (2555). **ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศลาดกระบัง, 1(1),** สืบค้นจาก http://journal.it.kmitl.ac.th/read.php?article_id=4fc7969f1698b87278000000
- สิริลักษณ์ ทองพูน. (2559). **คุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 36(2),** 70-83.
- สุชาติ ไตรภพสกุล. (2561). **แบบจำลองสมการโครงสร้างคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ต่อความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้า: กรณีศึกษาการซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์. วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์, 40(158),** 23-52.
- สุธาทิพย์ นิธิสิริพงศ์. (2558). **อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชันสแกนรหัสคิวอาร์ซื้อสินค้าจากร้านค้าเสมือน. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).**
- อรทัย เลื่อนวัน. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ: กรณีศึกษา กรมการพัฒนาชุมชนศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).**
- อรรธรณ ไสรบุดร. (2552). **การยอมรับเทคโนโลยีระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์: กรณีศึกษาระบบนำทางในรถยนต์ของประชากรในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).**
- อังกรักษ์ มีวรรณสุขสกุล. (2553). **ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ธุรกรรมการเงินผ่านนวัตกรรม 3G ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพา).**
- โอบนิจิ วชิรานวงศ์. (2561). **การยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code). (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).**
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes.* (pp. 179-211).
- Ajzen, L. & Martin, F. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior.* NJ: Prentice-Hall.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Chang, M. K. and Lui, L. (2008). **System Development Service Quality: A Comparison of the In-House Development and the Application Outsourcing Environment**. Retrieved from <http://aisel.aisnet.org/icis2008/36>
- Chang, H. H., Wang, Y. H., & Yang, W. Y. (2009). The impact of e-service quality, customer satisfaction and loyalty on e-marketing: Moderating effect of perceived value. **Total Quality Management**, 20(4), 423-433.
- Chinomona, R., Masinge, G., & Sandada, M. (2014). The influence of e-service quality on customer perceived value, customer satisfaction and loyalty in South Africa. **Mediterranean Journal of Social Sciences**, 5(9), 331.
- Davis, F. D. (1986). **A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New EndUser Information Systems: Theory and Results**. Master Degree, Sloan School of Management.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. **MIS Quarterly**, 13(3), 319-339.
- Delone, W. H., & McLean, E.R. (2003). The Delone and McLean model of information systems success: a ten-year update. **Journal of management information systems**, 19(4), 9-30.
- Fred, D. D. (2014). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. **MIS Quarterly**, 13(3), 319-340, from <http://www.jstor.org>
- George, R. (2007). **A TAM Framework to Evaluate Users' Perception towards Online Electronic Payment**. **Journal of Internet Banking and Commerce**, 12(3), Retrieved from <http://www.researchgate.net>
- Jing, G., & You, S. (2013). An Empirical Study on the Effect of E – Service Quality to Satisfaction. **International Journal of Management Sciences and Business Research**. Retrieved from <http://www.ijmsbr.com>
- Leong, L. y., Ooi, K.B., Chong, A.Y. L., & Lin, B. (2013). **Modeling the stimulators of the behavioral intention to use mobile entertainment: does gender really matter? computers in Human Behavior**, 29(5), 2019-2121.
- Liébana-Cabanillas, F., Ramos de Luna, I., & Montoro-Ríos, F. J. (2015). User behaviour in QR mobile payment system: the QR payment acceptance model. **Technology Analysis & Strategic Management**, 27(9), 1031-1049.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Lovelock C. and Wirtz, j. (2011). **Principles of Service Marketing: People, Technology, Strategy** (7th ed.). The United States of America: Pearson education.
- Hair, J. F. Jr, Black, W.C., Babin, B. J. Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). **Multivariate Data Analysis** (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Naidoo, R. (2007). Perceived usefulness, service quality and loyalty incentives: Effects on electronic service continuance. **South African Journal of Business Management, 38**(3).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. **Journal of Marketing, 49**, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. **Journal of Retailing, 64**(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. **Journal of Service Research, 7**(3), 213-234.
- Pearson, A., Tadisina, S., & Griffing, C. (2012). The role of e-service quality and information quality in creating perceived value: antecedents to web site loyalty. **Information System Management, 29**(3), 201-205.
- Veeraraghaven, R., Poeizing, S., & Gourdie, G. S. (2014). Intercellular Electrical Communication in the Heart: A New, Active Role for the Intercalated Disk. **Cell communication & adhesion, 21**(3), 161-167.
- Yoon, S. and Hyunsuk, S. (2004). Ensuring IT Consulting SERVQUAL and User Satisfaction: A Modified Measurement Tool. **Information Systems Frontiers, 6**(4), 341-351.
- Zeithaml, V. A. (2002). Service Quality, Profitability and the Economic worth of Customers: What we know and What We Need to Learn. **Journal of the Academy of Marketing Science, 28**(1), 67-85.
- Zeithaml, V. A. (2002). Service Excellence in Electronic Channels. **Managing Service Quality, 12**(3), 135-138.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A. & Malhotra, A. (2002). Service Quality Delivery through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge. **Journal of the Academy of Marketing Science**, 30(4), 362-375.







แบบสอบถาม

เรื่อง ศึกษาการยอมรับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน QR Code ของบุคลากรคณะ
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการทำโครงการพัฒนางานวิจัยจากงานประจำ
(Routine to Research) ประจำปีงบประมาณ 2563 เพื่อศึกษาการยอมรับการชำระเงินทาง
อิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง
ให้ครบทุกข้อ เพื่อให้ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างแท้จริง โดยข้อมูลที่ท่านตอบนี้จะเป็น
ความลับและนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น จะไม่มีผลกระทบต่อท่านแต่อย่างใด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ช่วยตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยทำเครื่องหมาย √ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. บุคลากรคณะบริหารธุรกิจ

สายวิชาการ

สายสนับสนุน

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังคุณภาพบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้แล้วใส่เครื่องหมาย ✓ (เลือกเพียง 1 คำตอบ)โดยกำหนดความหมายของระดับความคิดเห็นดังนี้

- 5 = เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 = เห็นด้วยมาก
- 3 = เห็นด้วยปานกลาง
- 2 = เห็นด้วยน้อย
- 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ความคาดหวังคุณภาพบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน (QR Code)	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)					
1. การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน QR Code มีความถูกต้องและแม่นยำ					
2. การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน QR Code จะสามารถสร้างความเชื่อมั่นได้					
3. การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน QR Code มีการอัปเดตข้อมูลที่ถูกต้อง					
การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)					
4. การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน QR Code ตอบสนองผู้ที่ไม่ต้องการพกเงินสด					
5. การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน QR Code จะลดขั้นตอนในการชำระเงิน					
6. การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน QR Code มีความสะดวกสบายในการใช้งาน					
ความเชื่อมั่น (Assurance)					
7. ข้อมูลการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน QR Code จะถูกเก็บเป็นความลับ					
8. ข้อมูลส่วนบุคคลจะไม่ถูกนำไปใช้ร่วมกับข้อมูลของบุคคลอื่น					
9. การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน QR Code มีความปลอดภัยของข้อมูลของผู้ที่ชำระเงิน หรือผู้ที่รับเงิน					
การเข้าถึงการให้บริการ (Empathy)					
10. การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน QR Code มีอุปกรณ์รองรับในการเข้าถึงระบบได้หลากหลาย เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เป็นต้น					
11. การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน QR Code สามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง					
12. การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน QR Code สามารถใช้งานได้ในทุกๆ ร้านค้า					

ส่วนที่ 3 การยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้แล้วใส่เครื่องหมาย ✓ (เลือกเพียง 1 คำตอบ)โดยกำหนดความหมายของระดับความคิดเห็นดังนี้

5 = เห็นด้วยมากที่สุด

4 = เห็นด้วยมาก

3 = เห็นด้วยปานกลาง

2 = เห็นด้วยน้อย

1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

การยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness)					
1. การใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้สามารถชำระเงินได้รวดเร็วขึ้น					
2. การใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ สามารถช่วยลดภาระและความยุ่งยากในการชำระเงิน					
3. การใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ปลอดภัยในการไม่ต้องพกเงินสดในจำนวนมาก					
4. การใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ลดปัญหาการถอนเงินได้					
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use)					
5. การใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ สามารถทำได้ง่าย					
6. การใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ง่ายสำหรับที่จะเรียนรู้ และ เข้าใจได้ง่าย					
7. การใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ง่ายในการเข้าถึงไม่ต้องใช้ความพยายามมาก					
8. การใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ สามารถทำตามคำแนะนำในการใช้งานได้ง่าย					
ทัศนคติ (Attitude Toward Using)					
9. ท่านคิดว่าการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นวิธีการที่ท่านสมัย					
10. ท่านคิดว่าการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ มีความน่าสนใจสำหรับท่าน					
11. ท่านอยากที่จะใช้การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน QR Code					
12. ท่านคิดว่าการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน QR Code ทำให้ชีวิตประจำวันสะดวกสบายมากขึ้น					

การยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
การตั้งใจใช้งาน (Intention to Use)					
1. ท่านยอมรับที่จะใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ในอนาคต					
2. ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้วิธีการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์					
3. ท่านคิดว่าการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์จะมีประสิทธิภาพดีกว่าที่คาดการณ์ไว้					
4. การใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เข้ากับความถี่การดำเนินชีวิตของท่านในปัจจุบัน					



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล	นางสาวจิยาดา แก้วแทน
วัน เดือน ปี ที่อยู่	3 มิถุนายน 2518 37/80 ตำบลคลองสาม อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120
การศึกษา	
พ.ศ. 2541	สำเร็จการศึกษาบริหารธุรกิจ สาขาการบัญชี สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพระนครศรีอยุธยา วาสูกีรี
พ.ศ. 2558	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ประสบการณ์การทำงาน	
พ.ศ. 2541 - 2544	สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ตำแหน่ง นักวิชาการคอมพิวเตอร์
พ.ศ. 2544 - 2546	บริษัท เยนอรัล แคนดี้ จำกัด ตำแหน่ง Planning
พ.ศ. 2546 - 2551	บริษัท ไฮโก พีริซัน (ประเทศไทย) จำกัด ตำแหน่ง Planning
พ.ศ. 2551 - ปัจจุบัน	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พนักงานมหาวิทยาลัย ตำแหน่งเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ปฏิบัติงานเจ้าหน้าที่การเงินและบัญชี
อีเมล	Jiyada_k@rmutt.ac.th