

การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยง ที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Code
ของผู้บริโภค Generations Z ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
Technology Acceptance and Risk Perceptions Affecting Gen Z Consumers'
Intention of Payment with a QR Code in Muang District, Chiang Rai

วีรพันธุ์ ศิริฤทธิ์¹ พรสุนีย์ เพชรน้ำค้าง² จีรพร วงศ์ขัติย์³ จริยา แก้วภักดี⁴ ณัฏพล หลั่งนาค⁵

Weeraphan Siririth, Pornsunee Phetnamkhang, Jeeraporn Wongkhut,
Chariya Kaewpakdee, Natchpol Lungnak

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับของการยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ความเสี่ยง และความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Code และ 2) การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยง ที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Code ของผู้บริโภค Generations Z ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ จำนวน 400 คน ด้วยการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม มาตรฐานประเมินค่า 5 ระดับ ประกอบด้วย การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยง ความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Code ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.924 0.915 และ 0.945 ตามลำดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับของการยอมรับเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$ SD = 0.262) การรับรู้ความเสี่ยง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$ SD = 0.242) และความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Code มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$ SD = 0.215) และ 2) การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (TA2) การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี (TA1) และการรับรู้ความเสี่ยง (R1) ที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Code ของผู้บริโภค Generations Z ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยภาพรวม ($\hat{Y}_{tot}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณในการทำนายเท่ากับ 0.587 มีประสิทธิภาพการทำนาย ร้อยละ 34.5 และความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการทำนาย 0.201 ซึ่งสามารถเขียนเป็น สมการวิเคราะห์การถดถอยได้ ดังนี้

$$\hat{Y}_{tot} = 1.964 + 0.283 (TA2) + 0.144 (TA1) + 0.143 (R1)$$

คำสำคัญ (Keywords) : การยอมรับเทคโนโลยี; การรับรู้ความเสี่ยง; ความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Code

Received: 2023-02-14 Revised: 2023-02-23 Accepted: 2023-02-25

¹ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยเชียงราย Lecturer of Chiangrai College. Corresponding author. E-mail: dr.w.siririth@gmail.com

² อาจารย์ประจำ วิทยาลัยเชียงราย Lecturer of Chiangrai College. E-mail: a.pornsunee@hotmail.com

³ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยเชียงราย Lecturer of Chiangrai College. E-mail: jeerat20@hotmail.co.th

⁴ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยเชียงราย Lecturer of Chiangrai College. E-mail: Chariya.kpd@hotmail.com

⁵ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยเชียงราย Lecturer of Chiangrai College. E-mail: natchapollungnak@hotmail.com

com

Abstract

This research aimed to study: 1) the levels of technology acceptance, risk perceptions and intention of payment with a QR Code, 2) technology acceptance and risk perceptions affecting Gen Z consumers' intention of payment with a QR Code in Muang district, Chiang Rai. The sample size consisted of 400 people. The instruments were the questionnaires and the assessment ratio with five levels, including technology acceptance, risk perception and intention of payment with a QR Code with the reliability at 0.924, 0.915 and 0.945 respectively. The statistical tools used in data analysis were percentage (%), mean ($\bar{X}$), standard deviation (S.D.), and stepwise multiple regression method.

The results showed 1) the levels of technology acceptance were at high level ($\bar{X} = 4.40$, SD = 0.262), the levels of risk perceptions were at high level ($\bar{X} = 4.51$, SD = 0.242); and the levels of intention of payment with a QR Code were at high level ($\bar{X} = 4.48$, SD = 0.215); and 2) technology acceptance of perceived ease of use (TA2), technology acceptance of perceived usefulness (TA1), and perceived risk (R1) affected Gen Z consumers' intention of payment with a QR Code in Muang district, Chiang Rai in overall ($\hat{Y}_{tot}$). Its statistical significance was at 0.01 level. The correlation coefficient was equal to 0.587. Effectiveness in the prediction was 34.5 %; and the standard deviation of the prediction was 0.201. An equation regression analysis was written in the following.

$$\hat{Y}_{tot} = 1.964 + 0.283 (TA2) + 0.144 (TA1) + 0.143 (R1)$$

Keywords: technology acceptance; risk perceptions; intention of payment with a QR code

บทนำ (Introduction)

ประเทศไทยเข้าสู่เศรษฐกิจยุคสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) การชำระเงินแบบไร้สัมผัส (Contactless Payment) อำนวยความสะดวกสำหรับธุรกิจหลากหลายประเภท และยังเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์เพื่อให้ลูกค้าสามารถชำระเงินได้ ลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น ยังรวมถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ที่ทำให้ผู้บริโภคมีการปรับตัวแบบก้าวกระโดดเข้าสู่โลกดิจิทัลอย่างรวดเร็วขึ้น เช่น การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ การชำระเงินออนไลน์ เป็นต้น อันเป็นผลจากมาตรการการรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ตลอดจน ความก้าวหน้าทางนวัตกรรมทางการเงินทำให้พฤติกรรมการใช้เงินได้เกี่ยวข้องกับโลกดิจิทัลมากขึ้น บทบาทของการใช้เงินสดในการชำระเงินเริ่มลดน้อยลง อาทิเช่น การใช้จ่ายผ่านอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) เช่น บัตรเครดิต บัตรเดบิต ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) ธนาคารทางอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Application) และ การชำระเงินด้วย QR Code เป็นทางเลือกให้สามารถเลือกทำธุรกรรมทางการเงินได้โดยไม่ต้องใช้เงินสด ได้สะดวก รวดเร็ว และยังมีต้นทุนในการทำธุรกรรมที่ถูกลง ตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจจะรวดเร็วและราบรื่น เพียงแค่โหลดแอปพลิเคชัน และมี QR Code ไม่ว่าธุรกิจขนาดใหญ่หรือธุรกิจขนาดเล็กก็ตาม การมี QR Code จะทำให้ง่ายต่อการเข้าถึงของลูกค้ามากยิ่งขึ้น จะช่วยประหยัดต้นทุนในด้านการขนส่ง การโอนเงินโดยไม่ต้องเดินทางไปธนาคารเพื่อชำระเงิน สามารถดำเนินการในแอปพลิเคชันได้ และยังสามารถเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจได้มากขึ้น เพราะลูกค้าสามารถซื้อของได้สะดวกขึ้น หากมีแอปพลิเคชันทำ

ให้เมื่อจ่ายเงินสามารถโอนเงินผ่านแอปพลิเคชันโดยสแกน QR Code ได้ทันที ไม่จำเป็นต้องพกเงินสด หรือเงินทอนให้เสียเวลาถือเป็นการชำระเงินที่สะดวกรวดเร็วอย่างมาก (ปิยพร อรุณเกรียงไกร, 2560)

แม้ว่าการชำระเงินด้วย QR Code จะสามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลในยุคที่มีการเชื่อมต่อสูงนั้น แต่ก็ยังมีบางส่วนที่ยังไม่ยอมรับเทคโนโลยีในการชำระเงิน เนื่องจากผู้บริโภคขาดความเชื่อถือในการชำระเงิน ค่าสินค้าและบริการในแต่ละครั้ง การที่ผู้ใช้ระบบเป็นห่วงเรื่องความปลอดภัยของข้อมูล และการที่ผู้ใช้ระบบไม่เห็นถึงประโยชน์ของการชำระเงินค่าสินค้าและบริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชญาภรณ์ คุ่มถิ่นแก้ว และจริญญา ปานเจริญ (2562: 58-69) พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ อาชีพ วุฒิการศึกษา และสถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบ QR Code แตกต่างกันไป และยังพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการชำระเงินผ่านระบบ QR Code ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก ด้วยเช่นกัน ดร.ชัยชนะ มิตร ผู้อำนวยการ ETDA ได้กล่าวว่าจากการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2564 ระหว่างเดือนเมษายน-มิถุนายน 2564 พบว่า สถานการณ์โควิด-19 ทำให้ กลุ่ม Gen Z ใช้งาน อินเทอร์เน็ตมากที่สุด เฉลี่ยวันละ 12 ชั่วโมง 5 นาที และกิจกรรมออนไลน์ที่กลุ่ม Gen Z ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ เรียนออนไลน์ เฉลี่ยวันละ 5 ชั่วโมง 23 นาที รองลงมาคือ ดูรายการโทรทัศน์ ดูคลิป ดูหนัง ฟังเพลง ออนไลน์ เฉลี่ยวันละ 4 ชั่วโมง 11 นาที และติดต่อสื่อสารออนไลน์ เฉลี่ยวันละ 3 ชั่วโมง 39 นาที (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2565)

การยอมรับเทคโนโลยี Technology Acceptant Model (TAM) เป็นทฤษฎีระบบสารสนเทศที่ว่าด้วยเรื่องการทำอย่างไรให้ผู้ใช้อยอมรับและใช้เทคโนโลยี จากโมเดลสามารถนำไปใช้อธิบายได้ว่าเมื่อผู้ใช้ได้รับการนำเสนอเทคโนโลยีใหม่ๆและเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้เกี่ยวกับการใช้งานและระยะเวลาการใช้งานหรือการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งตามแนวคิดของ Davis et al. (Davis et al., 1989: 982-1003) ได้อธิบายใน 2 ด้าน คือ การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน โดยแนวคิดนี้อยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีทางสังคมจิตวิทยา และSan martin and Camarero (2009 : 629-654) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อสินค้า หรือใช้บริการออนไลน์ จะขึ้นอยู่กับการรักษาความปลอดภัย และการเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าที่เหมาะสม ประกอบด้วย ความกังวลในการจัดเก็บข้อมูล ความกังวลในความปลอดภัยของข้อมูล ความกังวลในความถูกต้องของข้อมูล และความกังวลถึงการถูกนำข้อมูลไปใช้เพื่อประโยชน์ขององค์กรหรือบุคคลที่สามมากกว่าประโยชน์ของผู้ใช้บริการ และจากงานวิจัยของ อภิญญา อิงอาจ (2561: 111-130) พบว่า การรับรู้ต่อระบบ ทักษะคติที่มีต่อระบบ และการยอมรับเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ระบบ QR Code มาตรฐานของผู้ให้บริการในพื้นที่เมืองทองธานี และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภิญญา กลิ่นทองคำ (2561, 97-100) พบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยระบบ QR Payment

จากข้อมูลดังกล่าวมาทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับ การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เทคโนโลยี ตลอดจนความปลอดภัยของข้อมูลเมื่อมีการชำระเงินด้วย QR Code ที่ใช้ในชีวิตประจำวันของกลุ่มผู้บริโภค Generations Z ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อความเชื่อมั่น การไว้วางใจในการใช้บริการ จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในหัวข้อ การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยง ที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Code ของผู้บริโภค Generations Z ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาระดับการยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ความเสี่ยง และความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Code ของผู้บริโภค Generations Z ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยง ที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Code ของผู้บริโภค Generations Z ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

งานวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยง ที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Code ของผู้บริโภค Generations Z ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ตามรายละเอียด ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยง ที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Code ของผู้บริโภค Generations Z ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ประกอบด้วยขอบเขตเนื้อหา ดังนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptant Model : TAM) ของ Davis et al (Davis et al., 1989) ประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือ การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ความเสี่ยง ตามแนวคิด ของ San martin และ Camarero (2009) และความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Code ของผู้บริโภค Generations Z ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

1.2 ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัย คือ กลุ่มคน Generations Z ที่เคยใช้การชำระเงินด้วย QR Code ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่มีอายุระหว่าง ตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปถึง 24 ปี

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย คือ กลุ่มคน Generations Z ที่เคยใช้การชำระเงินด้วย QR Code ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรจากสูตรของ Cochran, W.G. 1977: 180 (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555: 46) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ด้วยตัวผู้วิจัยเองกับประชากรที่เคยใช้การชำระเงินด้วย QR Code ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่มีอายุระหว่าง ตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปถึง 24 ปี

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยใช้พื้นที่ในการวิจัย คือ เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการระหว่าง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2565 ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2565

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยพิจารณาภายใต้กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีที่ได้จากการศึกษา วิเคราะห์ วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งให้สอดคล้องกับคำจำกัดความในการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 เป็นแบบสำรวจรายการ (check list) สอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประกอบด้วย เกี่ยวกับ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท) ความถี่ในการชำระเงินด้วย QR Code ตอนที่ 2 แบบสอบถามประเมินค่า (Rating Scales) 5 ระดับ เกี่ยวกับ การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภค Generations Z ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน 20 ข้อ และตอนที่ 3 แบบสอบถามประเมินค่า (Rating Scales) 5 ระดับ เกี่ยวกับ ความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Codeของผู้บริโภค Generations Z ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน 10 ข้อ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองให้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง ตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ถึง 24 ปี ที่เคยใช้การชำระเงินด้วย QR Code ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน 400 ชุด แล้วเก็บกลับคืนด้วยตนเองทั้งหมดแล้วนำไปตรวจสอบความครบถ้วนของการตอบแบบสอบถามต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท) ความถี่ในการชำระเงินด้วย QR Code วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 การยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ความเสี่ยง และ ความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Code ของผู้บริโภค Generations Z ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์โดย การหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.3 การวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยง ที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Code ของผู้บริโภค Generations Z ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย วิเคราะห์ โดยใช้สถิติการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (stepwise multiple regression method)

ผลการวิจัย (Research Results)

จากผลการวิจัย เรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยง ที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Code ของผู้บริโภค Generations Z ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย สรุปได้ ดังนี้

1. สถานภาพและข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 61.4) มีอายุ 20 ปี (ร้อยละ 30.2) กำลังการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 82.3) อาชีพเป็นพนักงานเอกชน (ร้อยละ 45.6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,000-20,000 บาท (ร้อยละ 30.2) ชำระเงินด้วย QR Code ประมาณ 20-25 ครั้ง/เดือน

2. ระดับของการยอมรับเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$ SD = 0.262) การรับรู้ความเสี่ยง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$ SD = 0.242) และความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Code มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$ SD = 0.215) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ความเสี่ยง และความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Code ของผู้บริโภค Generations Z ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
การยอมรับเทคโนโลยี	4.40	0.262	มาก
การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี	4.45	0.304	มาก
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	4.36	0.322	มาก
การรับรู้ความเสี่ยง	4.51	0.242	มากที่สุด
ความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Code	4.48	0.215	มาก
รวม	4.45	0.191	มาก

3. การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยง ที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Code ของผู้บริโภค Generations Z ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (TA2) การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี (TA1) และการรับรู้ความเสี่ยง (R1) ที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Code ของผู้บริโภค Generations Z ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยภาพรวม ($\hat{Y}_{tot}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณในการทำนายเท่ากับ 0.587 มีประสิทธิภาพการทำนาย ร้อยละ 34.5 และความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการทำนาย 0.201 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อพยากรณ์ การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยง ที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Code ของผู้บริโภค Generations Z ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ตัวแปร	b	SE _b	β	t	p-value
การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (TA2)	0.283	0.030	0.423	9.530	.000
การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี (TA1)	0.144	0.032	0.203	4.493	.000
การรับรู้ความเสี่ยง (R1)	0.143	0.037	0.161	3.858	.000

ค่าคงที่ 1.964 ; Std.E = ± 0.201 ; R = 0.587 ; $R^2 = 0.345$; F = 14.888 ; P-value < 0.01

ซึ่งสามารถเขียนเป็น สมการวิเคราะห์การถดถอย ได้ดังนี้

$$\hat{Y}_{tot} = 1.964 + 0.283 (TA2) + 0.144 (TA1) + 0.143 (R1)$$

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ระดับของการยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ความเสี่ยง และความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Code มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และมากที่สุด ที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจาก ผู้บริโภค Generations Z ส่วนใหญ่เป็นคนยุคใหม่หรือยุคดิจิทัล เข้าใจขั้นตอนวิธีการชำระเงินด้วย QR Code ที่ตอบสนองวิถีชีวิตในปัจจุบัน รองรับความทันสมัยของเทคโนโลยี รวมทั้งความปลอดภัยในการใช้บริการ และอาจสืบเนื่องจากความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือของธนาคารในการเก็บข้อมูลส่วนบุคคล ผู้ใช้บริการจึงไม่มีความกังวลว่ามีจรรยาบรรณจะนำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ในการลักลอบเข้าไปใช้สิทธิ แอบถ่ายโอนข้อมูล เปลี่ยนแปลงรหัสผ่านไปจากเดิม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถพงศ์ งานขยัน และรสิตา สังข์บุญนา (2561: 55-70) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ความเสี่ยง และแนวโน้มพฤติกรรมในการใช้บริการออนไลน์แอปพลิเคชัน ทรูมันนี่ วอลเล็ท

ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีที่ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงขั้นตอนการใช้งานที่ง่าย มีค่าเฉลี่ยระดับมาก และด้านการรับรู้ความเสี่ยง ก็มีค่าเฉลี่ยระดับมาก และ ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ขั้นตอนการใช้งาน และ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในการใช้บริการออนไลน์แอปพลิเคชัน ทูมนี้ วอลเลท ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ประกอบด้วย ด้านความปลอดภัย และ ด้านความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งาน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในการใช้บริการแอปพลิเคชัน ทูมนี้ วอลเลท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันที่ระดับค่อนข้างต่ำ และระดับค่อนข้างสูง ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชาดา ไม่เงินงาม และสวรรยา ธรรมอภิพล (2564: 63-69) ได้ศึกษา พฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีการให้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีการให้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน และด้านการรับรู้ความยากง่ายในการใช้งาน ตามลำดับ ปัญหาและอุปสรรค การยอมรับเทคโนโลยีการให้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ เป็นเรื่องเกี่ยวกับการแสดงผลของหน้าจอ ระบบการใช้งานที่ซับซ้อน ความกังวลในระบบความปลอดภัยและความเสถียรของระบบการใช้งาน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรณษา แสนละเอียด พิธราภว ทีวีสุข และศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล (2560: 3-15) ได้ศึกษา การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความตั้งใจในการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในกรุงเทพมหานคร พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความตั้งใจในการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง โดยพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความตั้งใจในการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ การรับรู้ประโยชน์ รองลงมาคือ การรับรู้ความเสี่ยง อิทธิพลทางสังคม ด้านการรับรู้ความง่าย ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านความรู้ความเสี่ยง และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ มีผลต่อแนวโน้มความตั้งใจในการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร ในขณะที่การรับรู้ประโยชน์ไม่มีผลต่อแนวโน้มความตั้งใจในการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (TA2) การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี (TA1) และการรับรู้ความเสี่ยง (R1) ที่มีผลต่อความตั้งใจชำระหนี้ด้วย QR Code ของผู้บริโภค Generations Z ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย อาจเนื่องจาก ผู้บริโภค Generations Z มีความรู้ความเข้าใจในระบบ QR Code รู้ว่าเป็นระบบที่ดีมีความสะดวก รวดเร็ว มีความปลอดภัย มีความเหมาะสมกับการใช้ในชีวิตประจำวัน และมีความพอใจที่จะใช้บริการชำระหนี้เป็นทางเลือกทดแทนการชำระหนี้ด้วยเงินสด เป็นการช่วยเพิ่มความสะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงิน แต่อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภค Generations Z จะต้องใช้ความรอบคอบในการตัดสินใจชำระหนี้ค่าสินค้า ผลิตภัณฑ์ และการบริการผ่าน QR Code ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรธรณ นิยมมั่งมี (2562: 66) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระหนี้ด้วย QR Code ของผู้ค้ารายย่อย พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความเสี่ยง อิทธิพลของสังคม และทัศนคติที่มีต่อการใช้จ่ายส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการชำระหนี้ด้วย QR Code ของผู้ค้ารายย่อย อาจเนื่องจากมีความเหมาะสมกับชีวิตประจำวัน และมีความคล่องตัวในการชำระหนี้มากกว่าการใช้เงินสดเพื่อชำระหนี้ สอดคล้อง

กับงานวิจัยของ สุทธิพร ปินอารีย์ (2560: 73-75) ได้ศึกษา การยอมรับเทคโนโลยีและการไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการบัวหลวง เอ็มแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ของผู้ให้บริการในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานและด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการบัวหลวง เอ็มแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันของผู้ให้บริการในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ พินนภัทร์ ฤทธิชัย และสุภาพร คูพิมาย (2564: 1-17) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้เทคโนโลยีกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับการใช้เทคโนโลยีกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยรวม มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย การรับรู้ความเสี่ยงด้านข้อมูลของผู้ให้บริการและการยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านการใช้งานง่ายมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยธนาคารควรยกระดับการเข้าถึงการใช้บริการทางธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีขั้นตอนการพิสูจน์อัตลักษณ์ของผู้เป็นเจ้าของและยังเป็นการป้องกันความเสี่ยงที่ไม่สามารถควบคุมได้จากมิจฉาชีพ อีกทั้งสร้างการรับรู้และการยอมรับให้ผู้บริการนั้นจะใช้บริการต่อไป และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภิญญา กลิ่นทองคำ (2561, 97-100) ได้ศึกษา การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยระบบ QR Payment อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถนำมาพยากรณ์การตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยระบบ QR Payment ได้ร้อยละ 35.5 และร้อยละ 33.2 ตามลำดับ

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี วิจัยที่เกี่ยวข้อง และผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้องค์ความรู้ จากการวิจัย คือ การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยง ที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินด้วย QR Code ของผู้บริโภค Generations Z ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานผ่านชำระเงินด้วย QR Code ของผู้บริโภค Generations Z ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ควรเน้นในประเด็น ความเสถียรของระบบ สัญญาณมือถือและความปลอดภัยในการชำระเงินที่ง่ายขึ้น

1.2 ธนาคารควรให้ความสนใจในการบริการชำระเงินด้วย QR Code โดยเน้นในเรื่องของ ระบบความปลอดภัย ความเสถียรภาพของระบบธนาคาร และในส่วนของการบริการการชำระเงินต่างๆ เพิ่มการให้บริการชำระเงินผ่าน QR Code และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มประชากรที่เคยชำระเงินผ่าน QR Code กับไม่เคยชำระเงินผ่าน QR Code เนื่องจากยังมีผู้บริโภคอีกจำนวนหนึ่งที่ไม่กล้าใช้

2.2 ควรศึกษาวิจัยในกลุ่มประชากรที่ไม่เคยชำระเงินผ่าน QR Code ถึงสาเหตุ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจต่างๆ ต่อไป

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรณษา แสนละเอียด พิธภาว์ ทวีสุข และศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล. (2560). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความตั้งใจในการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*. 9(3): 3-15.
- ชญาภรณ์ คุ่มถิ่นแก้ว และจรรยา ปานแก้ว. (2562). คุณลักษณะส่วนบุคคลและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อการชำระเงินผ่านระบบ QR Code ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. *วารสารสุทธิปริทัศน์*. 33(106): 58-69.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: แอคทีฟพริ้น.
- ปิยพร อรุณเกรียงไกร. (2560). QR Code ยกระดับประเทศไทยสู่สังคมไร้เงินสด. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <https://themomentum.co/qr-code-cashless-thailand/> สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2565.
- พินนัทธ ฤทธิชัย และสุภาพร คูพิมาย. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้เทคโนโลยีกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*. 8(1): 1-17.
- ภิญญา กลิ่นทองคำ. (2561). การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิชาดา ไม้เงินงาม และสรวรยา ธรรมอภิพล. (2564). พฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีการให้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร. *วารสารสังคมศาสตร์*. 10(2): 63-69.
- สุทธิพร ปินอารีย์. (2560). การยอมรับเทคโนโลยีและการไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการบัวหลวง เอ็มแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ของผู้ใช้บริการในประเทศไทย. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2565). ETDA เผยโควิด-19 เป็นเหตุสังเกตได้ GenZ ใช้เน็ตสูงสุด ปีแรก ชนะ GenY แซมปี 6 สมัย. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <https://www.etda.or.th/th/pr-news/ETDA-released-IUB-2021.aspx> สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2565.
- อภิญญา อิงอาจ. (2561). ปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ระบบคิวอาร์โค้ดมาตรฐานของผู้ใช้บริการในพื้นที่เมืองทองธานี. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*. 15(2): 111-130.

- อรรถพงศ์ งานขยัน และรสิตา สังข์บุญนาท. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ความเสี่ยง และแนวโน้มพฤติกรรมในการใช้บริการออนไลน์แอปพลิเคชัน ทูรมันนี่ วอลเล็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ. 4(Special): 55-70.
- อรรวรรณ นิยมมั่งมี. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการรับชำระเงินด้วย QR Code ของผู้ค้ารายย่อย. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Cochran, W.G. (1977). **Sampling techniques**. 3rd ed. New York: John Wiley & Sons.
- Davis, D., Fred, Richard, Bagozzi, P., Paul, & Warshaw, R.. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A comparison of Two Theoretical Models. **Management Science**. 35(8): 982-1003.
- San martin, S., & Camarero, C. (2009). How perceived risk affects online buying. **Online Information Review**. 33(4): 629-654.