

## ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว Factors Related to Behavioral Intentions towards Use of Digital Payment Platforms for Tourism Businesses

สุรชาติ บัวชุม<sup>1\*</sup>, ภัทรমন กล้าอาษา<sup>1</sup>และ ชยุดม วัฒนา<sup>2</sup>  
Surachart Buachum<sup>1\*</sup>, Phattaramon Klaasa<sup>1</sup> and Chayoot Wana<sup>2</sup>

Received: September 29, 2021; Revised: November 25, 2021; Accepted: December 16, 2021

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้การวิจัย คือ เป็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว 4 จังหวัด ได้แก่ ชัยนาท ลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง และนักท่องเที่ยว จำนวน 343 คน ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.658 - 0.934 และได้เก็บข้อมูลในช่วงระหว่างเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2564 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้ Point biserial correlation ในการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัย ผลการวิจัยพบว่า อายุ และระดับการศึกษาสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต การแสกนคิวอาร์โค้ด และการโอนเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ในขณะที่บริบททางสังคม วัฒนธรรม และกฎหมายและข้อบังคับมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแสกนคิวอาร์โค้ดมากที่สุด เช่นเดียวกับการรับรู้การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความเสี่ยงในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และความตั้งใจในการใช้งานแพลตฟอร์มมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแสกนคิวอาร์โค้ดมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน การรับจ่ายเงินดิจิทัล ธุรกิจท่องเที่ยว แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัล

<sup>1</sup> สาขาวิชาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, Department Of Business Information System, Faculty of Management Science Research, Chandrakasem Rajabhat University

<sup>2</sup> สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, Department Of Business Economics, Faculty of Management Science Research, Chandrakasem Rajabhat University

\*Corresponding author e-mail: surachart.b@chandra.ac.th

## Abstract

The objective of this research was to investigate factors relating to behavioral intentions towards use of digital payment platforms in tourism businesses. The samples of the present study comprised 343 tourism business entrepreneurs from four provinces, including Chainat, Lopburi, Singburi, and Angthong Provinces, recruited using accidental random sampling technique. The data were collected through a questionnaire during January-February 2021 and were analyzed using descriptive statistics including frequency, percentage, mean, standard deviation. Moreover, Point Biserial Correlation was performed to test factor correlation. The results showed that age and level of education were correlated with credit card spending behaviors, QR code payment and mobile application payment on the digital payment platforms. Furthermore, the findings portrayed that social context, culture, and law and regulation had the strongest level of relationship with QR code payment behavioral intention. In addition, perceived ease-of-use, risk of use, perceived usefulness and intention to use were found to have significant association with QR code payment behavioral intention.

**Keywords:** Upper central province, Digital payment, Tourism business, Digital payment platform

## บทนำ

เทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบันทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ ด้าน เช่น ระบบการซื้อขายสินค้า ระบบการศึกษา ระบบงานด้านการแพทย์ ระบบการผลิต รวมทั้งระบบการเงินที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดจากผู้คนในสังคมที่หันมาใช้จ่ายเงินด้วยระบบการชำระเงินออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการจ่ายเงินค่าสินค้า การโอนเงิน การเช็คยอดเงิน จนนำไปสู่ยุคที่เรียกว่าสังคมไร้เงินสด (Cashless society) โดยในยุคนี้จะเห็นว่าเทคโนโลยีมีบทบาทที่สำคัญในการทำให้ระบบการชำระเงินมีความคล่องตัวและสะดวกมากยิ่งขึ้น แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลเป็นกระบวนการชำระเงินระหว่างผู้จ่ายหรือผู้โอนเงินไปยังผู้รับเงินที่เกิดขึ้นผ่านสื่อและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น บัตรเครดิต บัตรเดบิต บัตรเงินอิเล็กทรอนิกส์ การชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต และการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น การชำระเงินค่าสินค้าผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล (m-Payment) ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการใช้บริการจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการผ่านกระเป๋าเงินออนไลน์ ระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ การบริการพร้อมเพย์ ที่ทำให้การใช้บริการทางการเงินใกล้ตัวผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เห็นได้จากอัตราการใช้ m-Payment เพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ 22.5 ในปี พ.ศ. 2560 (ชงไชย โชติศิริพงศ์, 2560) นอกจากนี้ ธนาคารพาณิชย์ต่างเปิดให้บริการผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR code payment) โดยผู้ที่มีบัญชีและผูกพร้อมเพย์กับธนาคารสามารถสแกนคิวอาร์โค้ดเพื่อนำไปติดตั้งกับร้านค้าให้ลูกค้าชำระเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ ซึ่งเงินจะเข้าบัญชีร้านค้าได้โดยตรงจึงเป็นแพลตฟอร์มทางการเงินที่สามารถอำนวยความสะดวกในการใช้จ่าย และใช้เวลาน้อยลงมาก

แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในทุกภาคส่วน รวมถึงการท่องเที่ยวของประเทศ ซึ่งการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการสร้างรายได้แก่ชุมชน การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่จับจ่ายใช้สอยไปกับกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อของฝาก การซื้ออาหาร การซื้อบัตรเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว แม้กระทั่งการทำบุญหรือการบริจาค เพื่อสนับสนุนด้านการบำรุงสถานที่ กิจกรรมเหล่านี้ส่วนใหญ่ยังนิยมใช้เงินสดในการจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการอยู่ แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในการชำระเงินจะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวก ความรวดเร็ว ประหยัดเวลาในการเข้าแถวจ่ายเงิน และมีความปลอดภัย (Lou et al., 2017) ส่วนด้านผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวก็ได้รับประโยชน์ในแง่ของการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าและลดการจ้างพนักงานลง จึงส่งผลให้แนวโน้มการใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัล

มีเพิ่มขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น สหรัฐอเมริกา จีน ยุโรป เป็นต้น โดยอัตราของนักท่องเที่ยวระดับภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกส่วนใหญ่จะเลือกใช้ดิจิทัลวอลเล็ต (Digital wallet) ร้อยละ 20 (Brand, 2561) การประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลกับการท่องเที่ยวช่วยทำให้การชำระเงินที่เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวมีทางเลือกที่เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวกในการชำระเงินให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้แนวโน้มการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยว มีเพิ่มมากขึ้น และที่สำคัญการชำระเงินผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลด้วยช่องทางออนไลน์จะช่วยแก้ปัญหาระหว่างการเดินทาง (สุทธภาอมรวีวัฒน์ และคณะ, 2560) ไม่ว่าจะเป็นความสับสนในสกุลเงิน การทำเงินหาย หรือถูกโจรกรรม

อย่างไรก็ตาม แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลยังเป็นระบบเศรษฐกิจของสังคมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชุมชนท้องถิ่น ด้วยเหตุที่ประชาชนส่วนใหญ่ยังคงคุ้นเคยกับการชำระเงินด้วยเงินสดมากกว่าการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ การส่งเสริมให้ประเทศไทยเข้าสู่สังคมไร้เงินสดจึงเป็นไปได้ช้า ดังนั้น การศึกษาถึงพฤติกรรมและความต้องการในการใช้จ่ายเงินผ่านแพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในชุมชน จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่จะหาแนวทางในการสนับสนุนการใช้จ่ายผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ การศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบแพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลส่วนใหญ่จะเน้นที่ชุมชนเมืองมากกว่าชุมชนท้องถิ่น และจะศึกษาในมุมมองของผู้ใช้บริการเพียงอย่างเดียว (Kang, 2014; Liebana et al., 2015; Lou et al., 2017) การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษามุมมองของนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ และในมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจ โดยเฉพาะในชุมชนท้องถิ่นในจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง ในที่นี้หมายถึง กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน ประกอบด้วยจังหวัดชัยนาท ลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง ซึ่งกลุ่มจังหวัดดังกล่าวตั้งอยู่ในพื้นที่ราบลุ่มภาคกลางของประเทศไทย บริเวณลุ่มน้ำเจ้าพระยา และลุ่มน้ำป่าสัก มีพื้นที่รวม 10,460.29 ตารางกิโลเมตร กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบนมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่สำคัญ รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นจำนวนมาก เช่น จังหวัดสิงห์บุรี มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ได้แก่ วัดพระนอนจักรสีห์วรวิหาร อนุสาวรีย์วีรชนค่ายบางระจัน จังหวัดอ่างทอง สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ได้แก่ วัดม่วง วัดขุนอินทประมูล จังหวัดชัยนาท สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ได้แก่ วัดปากคลองมะขามเฒ่า วัดธรรมามูลวรวิหาร และ จังหวัดลพบุรี สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ได้แก่ นารายณ์ราชนิเวศน์ สถานพระปรางค์สามยอด ศาลพระกาฬ และ วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ เป็นต้น นอกจากนี้ จากการศึกษาแผนพัฒนากลุ่มจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2561-2564) พบว่า ตั้งแต่ปี 2556-2558 แนวโน้มการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด สูงขึ้น คิดเป็นร้อยละ 11.32 โดยแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของกลุ่มจังหวัดจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา และวัฒนธรรม อีกทั้งยังมีรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด ตั้งแต่ปี 2556-2558 เพิ่มสูงขึ้น คิดเป็นร้อยละ 15.86 อย่างไรก็ตาม จากการลงพื้นที่สำรวจ พบว่า ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวจะเน้นการจ่ายเงินซื้อสินค้าหรือบริการด้วยเงินสดมากกว่าการแพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัล จึงทำให้เกิดข้อจำกัดในการใช้จ่ายเงินซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยียังไม่เอื้ออำนวยต่อการรับชำระเงินออนไลน์ ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวพลาดโอกาสในการซื้อสินค้าได้ ซึ่งก่อให้เกิดการสูญเสียรายได้ที่ควรเกิดจากการท่องเที่ยว ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว โดยนำทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี เป็นพื้นฐานในการศึกษาพฤติกรรม ความเชื่อมั่น และความต้องการใช้เทคโนโลยีของผู้ใช้ ประกอบด้วย ปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้ ปัจจัยด้านบริบททางสังคม กฎหมาย ข้อบังคับ และด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านความต้องการใช้เทคโนโลยี ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะเป็นแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการพัฒนาารูปแบบแพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยวเมืองรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว

## ทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Technology acceptance model: TAM) เป็นทฤษฎีที่ใช้ทำนายพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีในขนาดของผู้ใช้ที่เกิดจากการตัดสินใจหรือความตั้งใจใช้โดยการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน รวมทั้งทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified theory of acceptance and use of technology : UTAUT) นำเสนอโดย Venkatesh et al. (2003) ที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีเกิดจากแรงขับเคลื่อนจากความตั้งใจโดยปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้เป็นปัจจัยเสริมและปัจจัยด้านบริบททางสังคมเป็นปัจจัยที่เชื่อมโยงให้เกิดความตั้งใจใช้เทคโนโลยี นอกจากนี้ ผู้วิจัยศึกษาปัจจัยความเสี่ยงในการใช้งานของผู้ใช้ ปัจจัยด้านกฎหมายและข้อบังคับ และด้านวัฒนธรรม ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัล เพราะเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการสร้างความไว้วางใจต่อเทคโนโลยีการชำระเงิน (Liebana et al., 2015) ซึ่งจะมีรายละเอียดดังนี้

### 1. ปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้

คุณลักษณะส่วนบุคคล คือ ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน รายได้ เป็นต้น Venkatesh et al. (2003) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนตัวเป็นตัวแปรเสริม จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ และประสบการณ์ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ จะส่งผลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงตัวแปรด้านระดับการศึกษา เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากเทคโนโลยี

### 2. ปัจจัยด้านบริบททางสังคม ด้านกฎหมายและข้อบังคับ และด้านวัฒนธรรม

2.1 บริบททางสังคม เป็นกลุ่มบุคคลที่อยู่รอบตัวแต่ละบุคคล เช่น ครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน สถาบันการเมือง สื่อมวลชน ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ถึงความสำคัญต่อสิ่งต่าง ๆ ในที่นี้คือการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ กลุ่มบุคคลในสังคมสามารถเปลี่ยนแปลงทางความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของผู้อื่นได้ (Lee et al., 2006)

2.2 ด้านวัฒนธรรม เป็นรูปแบบการคิด การดำรงชีวิต ค่านิยม ความรู้สึก และปฏิบัติที่ได้รับถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นจนเกิดการยอมรับ วัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยากและใช้ระยะเวลาที่นาน Schepers & Wetzels, (2007) กล่าวว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยีของคนจากวัฒนธรรมตะวันตกและตะวันออกแตกต่างกัน โดยคนชาวตะวันตกจะให้ความสำคัญกับการรับรู้ถึงประโยชน์ในขณะที่ชาวตะวันออกจะให้ความสำคัญกับการใช้งานง่ายมากกว่า ดังนั้น จะเห็นได้ว่าคนที่มาจากวัฒนธรรมที่ต่างกันจะยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่ต่างกัน

2.3 ด้านกฎหมายและข้อบังคับ คือ กฎเกณฑ์ คำสั่งหรือข้อบังคับที่บัญญัติถึงสิทธิและหน้าที่ ความสัมพันธ์ระหว่างกัน เพื่อควบคุมความประพฤติของมนุษย์ในสังคมนั้น ๆ ข้อกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อบังคับจะสร้างความเชื่อมั่นให้กับคนในสังคม เช่น พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560

### 3. ปัจจัยด้านความต้องการใช้เทคโนโลยี

ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Technology acceptance model: TAM) เป็นการศึกษาบริบทการยอมรับเทคโนโลยี TAM สามารถนำมาใช้ในการอธิบายพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี นำเสนอโดย Davis (1989) โดยตัวแปรที่จะนำมาพิจารณาในงานวิจัยนี้ ประกอบด้วย

3.1 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ คือ การรับรู้ความมีประโยชน์ จะเป็นความเชื่อมั่นของผู้ใช้ว่าการใช้งานสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะส่งผลให้มีการปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้ดีขึ้นทำให้เกิดแรงจูงใจในการใช้งานสิ่งนั้น (Siregar et al., 2017) หากผู้ใช้มีระดับการรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีที่จะมีส่วนช่วยในการสร้างประสบการณ์ใหม่ (Hayashi & Bradford, 2014) การรับรู้ความมีประโยชน์ของผู้ใช้จะอยู่ในระดับมากก็ต่อเมื่อเทคโนโลยีทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ

3.2 การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน คือ ความคาดหวังของผู้ใช้ที่จะสามารถใช้เทคโนโลยีได้อย่างง่ายดายโดยไม่ต้องใช้ความพยายาม การรับรู้ถึงความง่ายจะสามารถวัดได้จากคุณลักษณะต่าง ๆ เช่น สามารถเรียนรู้ได้ง่าย มีความชัดเจน สามารถเข้าใจได้ มีความยืดหยุ่น และสามารถใช้งานได้ง่าย (Davis, 1989) เทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้งานง่ายจะช่วยให้คาดเดาถึงการยอมรับหรือปฏิเสธเทคโนโลยีของผู้ใช้ได้ (Kalayou et al., 2021)

3.3 ความเสี่ยงในการใช้งาน เป็นปัจจัยหนึ่งที่เพิ่มเติมจากโมเดลของ TAM การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญที่จะนำไปสู่การยอมรับเทคโนโลยีในยุคอินเทอร์เน็ต การรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคลั่ง โดยเฉพาะความไว้วางใจและความเชื่อใจในเทคโนโลยีสารสนเทศที่สะท้อนด้านความปลอดภัยของผู้ใช้เทคโนโลยีและข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้ (Merhi et al., 2019) นอกจากนี้ Liebana et al. (2015) กล่าวว่า ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยเป็นปัจจัยหนึ่งสร้างความกังวลแก่ผู้ใช้ในการใช้งานระบบ หากผู้ใช้รับรู้ถึงความเสี่ยงเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศในระดับมากก็แสดงว่าเกิดความไม่แน่นอนในเชิงลบต่อการใช้ระบบ เช่นเดียวกับ Hanafizadeh et al. (2014) กล่าวว่า ความเสี่ยงที่รับรู้มีผลกระทบที่หลากหลายต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยส่วนใหญ่แล้วความเสี่ยงจะถูกจัดถ้ามีระบบความปลอดภัยที่ดี สามารถไว้วางใจได้

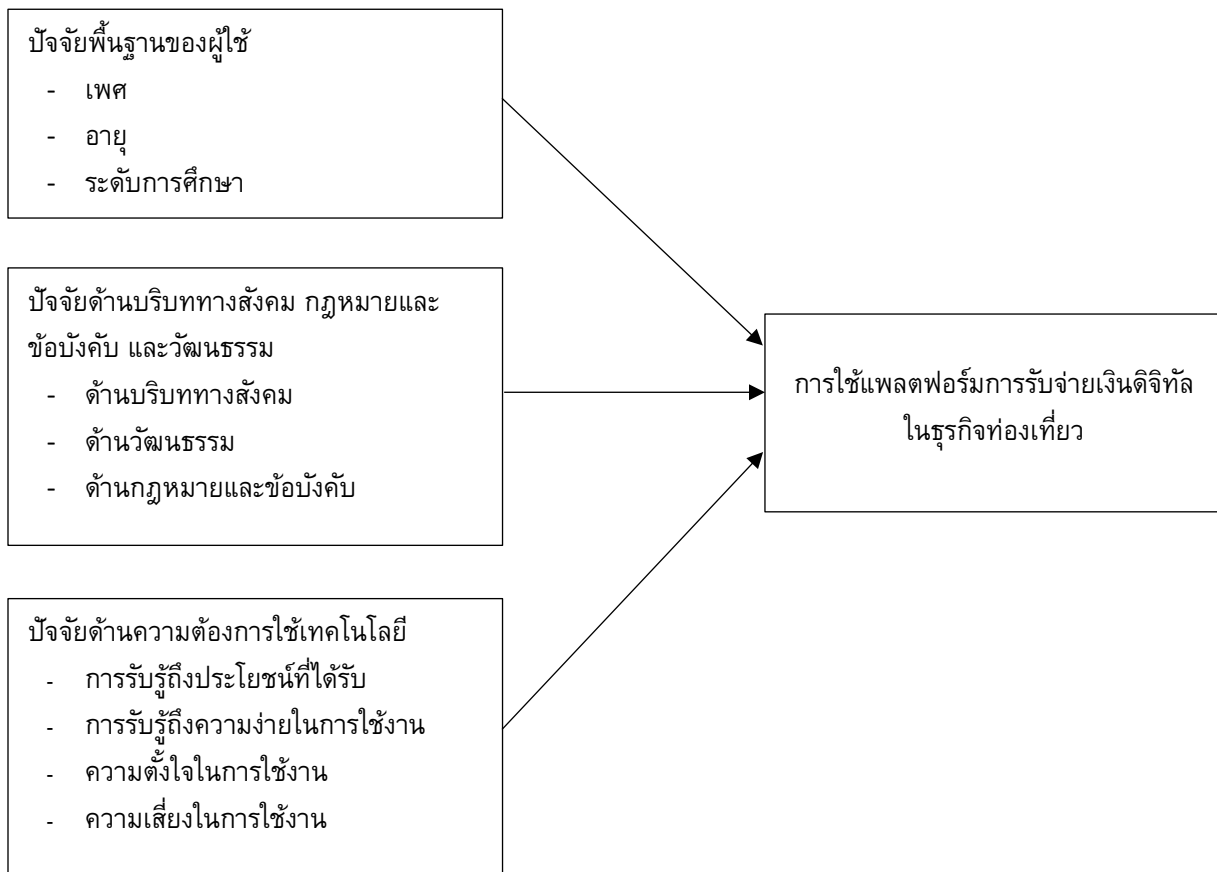
3.4 ความตั้งใจในการใช้งาน คือ การนำเทคโนโลยีมาใช้งานจริง ยอมรับ และมีความพร้อมหรือความเป็นไปได้ของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมการใช้งาน ซึ่งเป็นผลเนื่องมาจากการรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายในการใช้งานจึงมีความสนใจตั้งใจที่จะนำไปใช้งานต่อไปในอนาคต (Kang, 2014)

จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า การศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชุมชนท้องถิ่นทั้งที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจและนักท่องเที่ยวในจังหวัดแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองในประเทศไทยยังไม่มี ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาโดยใช้ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ซึ่งใช้อธิบายถึงพฤติกรรมและการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ร่วมกับปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้ ปัจจัยด้านบริบททางสังคม ปัจจัยด้านกฎหมายและข้อบังคับ และด้านวัฒนธรรม และปัจจัยความเสี่ยงในการใช้งานของผู้ใช้ ซึ่งปัจจัยที่มีสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้เทคโนโลยี จะนำไปสู่การเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาแพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการยอมรับและการใช้งานแพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการในชุมชนได้ โดยมีกรอบแนวคิดการวิจัย และสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

### สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว
2. ปัจจัยด้านบริบททางสังคม กฎหมายและข้อบังคับ และวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว
3. ปัจจัยด้านความต้องการใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 : กรอบแนวคิดในการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เพื่อหาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว ดังนี้

## 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจในสถานที่ท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน ได้แก่ สิงห์บุรี อ่างทอง ชัยนาท ลพบุรี เนื่องจากจำนวนประชากรมีจำนวนไม่แน่นอนจึงกำหนดขนาดตัวอย่างจากการคำนวณสูตรของ Cochran (1963) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 จำนวนจำนวนกลุ่มตัวอย่างได้ 384 คน ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยสามารถรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบกลับและเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ตามขอบเขตการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจสถานที่ท่องเที่ยวมีแบบสอบถามใช้ได้เพียง จำนวน 159 ราย จากการเก็บข้อมูล 200 ราย (ร้อยละ 79.5) และนักท่องเที่ยว มีแบบสอบถามใช้ได้เพียง จำนวน 184 ราย จากการเก็บข้อมูล 200 ราย (ร้อยละ 92) รวมแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 343 ราย จากจำนวนแบบสอบถาม 400 ชุด (ร้อยละ 85.75) โดยมีจำนวนแบบสอบถามที่ไม่ได้ตอบกลับ คิดเป็นร้อยละ 14.25 ซึ่ง Berdie et al. (1986) กล่าวว่า อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ยอมรับได้และเป็นการตอบกลับที่อยู่ในเกณฑ์ดีควรมีอัตราการตอบกลับอยู่ที่ร้อยละ 50 ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามที่ตอบกลับมา ร้อยละ 85.75 ซึ่งไม่เกินกว่าเกณฑ์ที่กำหนด จึงได้กำหนดขอบเขตกลุ่มตัวอย่างการวิจัย จำนวน 343 ราย เนื่องจากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน งานวิจัยนี้เลือกใช้เทคนิคการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบความน่าจะเป็นแบบบังเอิญ

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่พัฒนาข้อคำถามจากปัจจัยที่จะทำการศึกษา และทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Technology acceptance model :TAM) กำหนดระดับมาตราวัดห้าระดับ (Likert 5-point scale) โดยจัดเตรียมข้อคำถามเป็น 2 ชุด สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสถานที่ท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้ แบ่งเป็นแบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 10 ข้อ และแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 2 การใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลช่องทาง การรับจ่ายเงินออนไลน์ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านบริบทสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลช่องทาง การรับจ่ายเงินออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านความต้องการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลช่องทาง การรับจ่ายเงินออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 20 ข้อ

แบบสอบถามได้ทำการทดสอบความเที่ยง (Reliability) ของข้อคำถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย (Pilot survey) และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ด้วยโปรแกรมประมวลผลทางสถิติ พบว่า ค่าความเที่ยงของแบบสอบถามในแต่ละตัวแปรมีค่าเที่ยงอยู่ระหว่าง 0.658 ถึง 0.934 แสดงว่าเครื่องมือที่ใช้ศึกษายังมีความเชื่อมั่นที่น่าเชื่อถือได้ในระดับดี นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามเข้าคณะกรรมการจริยธรรมในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม เพื่อขออนุมัติให้ดำเนินการศึกษาวิจัย

## 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้ข้อมูลและแหล่งข้อมูลในการศึกษา ได้แก่

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้รวบรวม แนวคิดและทฤษฎีจากการศึกษา ค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำรา บทความวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจการท่องเที่ยว

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลในช่วงระหว่างเดือนมกราคม -กุมภาพันธ์ 2564 โดยได้ทำการรวบรวมข้อมูล 2 ช่องทาง ได้แก่ การลงพื้นที่สถานที่ท่องเที่ยว 4 จังหวัดที่เป็นจังหวัดเป้าหมาย และให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามโดยตรง และการส่งแบบสอบถามผ่านกูเกิลฟอร์ม (Google form) ไปยังกลุ่มตัวอย่างผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ เป็นต้น

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิจัยนี้ได้ใช้โปรแกรมทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน คือ Point biserial correlation ในการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ กับการใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว

### ผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยวสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว จำนวน 159 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 84.00) มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 35.20) นอกจากนี้ ส่วนใหญ่จะมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 90.60) โดยมีรายได้จากการประกอบธุรกิจต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 52.5) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 184 คน ส่วนใหญ่ก็เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 51.60) มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 34.80) เช่นเดียวกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว แต่จะมีระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว คือ ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 43.50) รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท (ร้อยละ 37.5) ในการใช้งานแพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชันในการรับจ่ายเงินออนไลน์ (ร้อยละ 97.67) โดยวิธีการโอนเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชันของธนาคาร (ร้อยละ 63.07) นอกจากนี้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างจะใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในการซื้อสินค้าหรือบริการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การซื้อตั๋วเครื่องบิน/รถไฟ/รถทัวร์ (ร้อยละ 40.00) และการจ่ายเงินค่าที่พัก (ร้อยละ 35.60)

กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า บริบทด้านสังคมมีความสำคัญต่อการพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยวมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.98$ , S.D. = 0.892) รองลงมา ได้แก่ ด้านกฎหมายและข้อบังคับ ( $\bar{X} = 3.95$ , S.D. = 0.966) และด้านวัฒนธรรม ( $\bar{X} = 3.88$ , S.D. = 0.854) ในขณะที่ ระดับความต้องการที่จะใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจการท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง โดยที่ด้านความเสี่ยงในการใช้งานมีระดับความสำคัญมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.19$ , S.D. = 0.833) รองลงมา คือ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ( $\bar{X} = 3.98$ , S.D. = 0.802) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ( $\bar{X} = 3.98$ , S.D. = 0.855) และความตั้งใจในการใช้งาน ( $\bar{X} = 3.91$ , S.D. = 0.849) ตามลำดับ



### การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า อายุของผู้ใช้สัมพันธ์กับการใช้บัตรเครดิต (sig = 0.000) การแสกนคิวอาร์โค้ด (sig = 0.003) และการโอนเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชันของธนาคาร (sig = 0.000) นอกจากนี้ ระดับการศึกษาสัมพันธ์กับการใช้บัตรเครดิต (sig = 0.000) การแสกนคิวอาร์โค้ด (sig = 0.000) และการโอนเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชันของธนาคาร (sig = 0.000) ในขณะที่เพศไม่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านบริบททางสังคม กฎหมายและข้อบังคับ และวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยที่บริบททางสังคม และด้านกฎหมายและข้อบังคับสัมพันธ์กับการแสกนคิวอาร์โค้ด (sig = 0.000) ส่วนด้านวัฒนธรรมสัมพันธ์กับการแสกนคิวอาร์โค้ด (sig = 0.000) และการโอนเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชันของธนาคาร (sig = 0.002)

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านความต้องการใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยที่การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและความเสี่ยงในการใช้งานสัมพันธ์กับการแสกนคิวอาร์โค้ด (sig = 0.000) ส่วนการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับสัมพันธ์กับการแสกนคิวอาร์โค้ด (sig = 0.000) และการโอนเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชันของธนาคาร (sig = 0.005) และความตั้งใจในการใช้งานสัมพันธ์กับการแสกนคิวอาร์โค้ด (sig = 0.000) และการโอนเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชันของธนาคาร (sig = 0.002)

### อภิปรายผล

แพลตฟอร์มดิจิทัลช่องทางการรับจ่ายเงินออนไลน์เป็นระบบที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางการเงินไม่ว่าจะเป็นการโอนเงิน การจ่ายชำระค่าสินค้าหรือบริการ การตรวจสอบยอดเงินผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นที่นิยมเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน เนื่องจาก การใช้จ่ายเงินผ่านระบบออนไลน์จะช่วยประหยัดเวลา และอำนวยความสะดวกในการชำระเงิน (Chen, 2008) นอกจากนี้ รูปแบบการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนทำให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ใหม่ในการซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันทางธุรกิจอีกด้วย (Hayashi & Bradford, 2014) แพลตฟอร์มดิจิทัลช่องทางการรับจ่ายเงินออนไลน์มีรูปแบบที่หลากหลาย จากการวิจัยพบว่า การใช้บัตรเครดิต การแสกนคิวอาร์โค้ด และการโอนเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชัน เป็นรูปแบบการชำระเงินที่กลุ่มตัวอย่างใช้มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสกนคิวอาร์โค้ด Kosim & Legowo (2021) กล่าวว่า คิวอาร์โค้ดผ่านเป็นรูปแบบการชำระเงินที่สามารถทดแทนวิธีการชำระเงินแบบเดิมที่สะดวกที่สุดโดยใช้แค่สมาร์ตโฟนที่มีการใช้งานอยู่เป็นประจำ และสามารถช่วยลดต้นทุนสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ การชำระเงินผ่านการแสกนคิวอาร์โค้ดมีความแม่นยำ มีระบบรักษาความปลอดภัย และมีความเป็นส่วนตัวในการชำระเงิน เนื่องจากไม่จำเป็นต้องแจ้งหมายเลขบัญชีหรือรายละเอียดอื่น ๆ ที่สามารถระบุถึงตัวผู้ใช้ได้ (Ngo & Nguyen, 2021)

จากการศึกษาพบว่า บริบททางสังคม วัฒนธรรม และกฎหมายและข้อบังคับมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้การแสกนคิวอาร์โค้ดมากที่สุด รวมถึงการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความเสี่ยงในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และความตั้งใจในการใช้งานแพลตฟอร์มมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแสกนคิวอาร์โค้ดเช่นกัน โดยบริบททางสังคม ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว เพื่อนร่วมงาน หรือการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวหันมาใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล Lee et al. (2006) กล่าวว่า กลุ่มบุคคลในสังคมสามารถเปลี่ยนแปลงทางความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของผู้อื่นได้ ผู้คนและสภาพแวดล้อมในสังคมล้วน

มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนให้ผู้บริโภคหันมาใช้และยอมรับในระบบงานใหม่ (Venkates et al., 2012) เห็นได้จากการเปลี่ยนแปลงไปของสังคมและเทคโนโลยีที่กลุ่มตัวอย่างมองเห็น รวมถึงภาครัฐพยายามสนับสนุนให้เกิดการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการซื้อขายสินค้า การรับชำระเงิน ทำให้กลุ่มตัวอย่างต้องปรับตัวให้ทันกับกรอบข้างและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป บริบททางสังคมจึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลทางอ้อมต่อประชาชนที่จะเปิดรับการใช้แอปพลิเคชันหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น (Beldad & Hegner, 2018) ในด้านวัฒนธรรมที่แสดงถึงรูปแบบการดำรงชีวิตและค่านิยมของคนในสังคมซึ่งแตกต่างกันไปตามชนชาติ (Schepers & Wetzels, 2007) คนในชุมชนท้องถิ่นที่เคยชินกับวิถีชีวิตแบบเดิม เช่น ยัมนิยมการซื้อสินค้าด้วยเงินสด มองว่าเทคโนโลยีใหม่ ๆ เป็นเรื่องที่น่ากลัว การสร้างแรงจูงใจให้คนในชุมชนหันมาใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลรับจ่ายเงินต้องมีการสนับสนุนที่ดีจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือภาคเอกชน เช่น รัฐบาลมีนโยบายที่จะพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีให้ครอบคลุมพื้นที่ภาคเอกชนสนับสนุนให้ความรู้และการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชน สนับสนุนการสร้างแพลตฟอร์มดิจิทัลให้ใช้งานง่ายและสร้างความเชื่อมั่น แก่คนในชุมชน เห็นได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความต้องการใช้เทคโนโลยีแพลตฟอร์มดิจิทัลรับจ่ายเงินออนไลน์แสดงถึงสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุดจากแพลตฟอร์มดิจิทัลรับจ่ายเงินออนไลน์ คือ ความง่ายในการใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัล การสร้างแพลตฟอร์มที่มีขั้นตอนการใช้งานที่ไม่ซับซ้อน เรียนรู้ และเข้าใจง่ายจะทำให้ผู้ใช้มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล เทคโนโลยีที่ง่ายต่อการนำไปใช้งานโดยผู้ใช้ไม่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถในการใช้งานมากนักจะส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี (Davis, 1989) โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนท้องถิ่นที่จะมีความรู้และทักษะการใช้งานด้านเทคโนโลยีอยู่ระดับน้อย แสดงให้เห็นว่าหากแพลตฟอร์มหรือเทคโนโลยีใด ๆ ก็ตามที่จะจูงใจให้กลุ่มคนเหล่านี้ใช้งาน ต้องเป็นระบบที่ง่ายและสามารถเรียนรู้ได้ไว การสร้างระบบที่ยุ่งยากและซับซ้อนจะเป็นข้อจำกัดและอุปสรรคต่อการยอมรับการใช้งานของระบบบริการโมบายแบงก์กิ้ง (Mallat, 2007)

อีกปัจจัยหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญโดยเฉพาะในเรื่องของการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบออนไลน์ คือ ความปลอดภัยและความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในการทำธุรกรรม Liebana et al. (2015) กล่าวว่า ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยในการใช้ระบบเป็นสิ่งสร้างกังวลแก่ผู้ใช้งานระบบ การสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้งานสามารถทำได้โดยภาครัฐทำการกำหนดกฎหมายหรือข้อบังคับต่าง ๆ ที่ครอบคลุมการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อขายสินค้า การรับชำระเงิน เช่น พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2562 และการสร้างแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีมาตรฐานในระบบรักษาความปลอดภัยในการชำระเงิน โดยเน้นที่การควบคุมและดูแลข้อมูลทางการเงินของลูกค้า รวมถึงลดข้อผิดพลาดที่ส่งผลต่อการโอนเงินจากลูกค้าไปยังผู้ประกอบการธุรกิจ การสร้างเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีความปลอดภัยอย่างเห็นได้ชัด จะส่งผลต่อความไว้วางใจและความเชื่อใจในการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ใช้ (Zhou, 2013; Merhi et al., 2019) นอกจากการสร้างระบบให้มีความปลอดภัยแล้ว ผู้ประกอบการธุรกิจและนักท่งที่เกี่ยวข้องที่เป็นกลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นที่ตรงกันว่าแพลตฟอร์มดิจิทัลรับจ่ายเงินออนไลน์จะช่วยประหยัดเวลาในการรับชำระเงินและทำให้ชีวิตมีความสะดวกสบายมากขึ้น ก็ยินดีที่จะเรียนรู้และใช้เทคโนโลยีนั้น ดังนั้น การมองเห็นคุณค่าของเทคโนโลยีที่จะเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้ดีขึ้นจึงเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความต้องการที่จะใช้เทคโนโลยีนั้น (Siregar et al., 2017) ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการชำระเงินออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นช่องทางหนึ่งในการรับชำระเงิน

## สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาถึงปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลในธุรกิจท่องเที่ยว โดย ใช้ปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้ ปัจจัยด้านบริบททางสังคม ด้านกฎหมายและข้อบังคับ และด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านความต้องการใช้เทคโนโลยีตามหลักทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความตั้งใจในการใช้งาน รวมทั้งปัจจัยด้านความเสี่ยงในการใช้งาน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว 4 จังหวัด ได้แก่ ชัยนาท ลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง และนักท่องเที่ยวน จำนวน 343 คน โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นที่สำคัญ ได้ดังนี้

1. ทักษะและประสบการณ์ใช้แพลตฟอร์มการรับจ่ายเงินดิจิทัลของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจและกลุ่มที่เป็นนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนจะมีทักษะด้านเทคโนโลยีที่น้อยกว่านักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการธุรกิจมีทักษะด้านการใช้สมาร์ทโฟนที่ดีกว่าการใช้คอมพิวเตอร์ เนื่องจากใช้เป็นประจำทุกวัน

2. ด้วยบริบทของสังคม เทคโนโลยีสารสนเทศที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการสนับสนุนจากภาครัฐในโครงการต่าง ๆ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีการใช้แพลตฟอร์มรับจ่ายเงินดิจิทัลมากขึ้น เช่น การโอนเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชันของธนาคาร การใช้สแกนคิวอาร์โค้ดในการรับจ่ายเงิน และมีแนวโน้มที่จะยอมรับการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลใหม่ ๆ ในการทำธุรกรรมต่าง ๆ ที่นอกเหนือจากการใช้จ่ายเงิน เช่น การซื้อขายสินค้า การใช้สื่อสังคมออนไลน์ การค้นหาข้อมูล เป็นต้น

3. กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นตรงกันว่า การจะยอมรับและใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลใหม่ ๆ นั้น ผู้ให้บริการธุรกรรมทางการเงินหรือผู้พัฒนาระบบจะต้องทำให้ระบบหรือแพลตฟอร์มสามารถใช้งานง่าย เรียนรู้และเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน และช่วยลดขั้นตอนการทำงานให้ง่ายและสะดวกขึ้น และที่สำคัญคือแพลตฟอร์มดิจิทัลจะต้องมีความปลอดภัยสูงซึ่งจะทำให้แพลตฟอร์มเป็นที่น่าเชื่อถือต่อการใช้งาน

ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลรับจ่ายเงินเป็นรูปธรรมที่สามารถปรับระบบให้มีความยืดหยุ่นสามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้หลากหลายโดยไม่จำกัดเฉพาะพื้นที่ แพลตฟอร์มดิจิทัลสามารถที่จะอนุญาตให้ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถปรับเปลี่ยนแก้ไขบัญชีและติดตั้งคิวอาร์โค้ดสแกนรับจ่ายเงินด้วยตัวเองได้ตามความสะดวก โดยทำงานผ่านหน้าจอบริการดิจิทัลเพียงอย่างเดียวเพื่อให้เกิดการใช้งานที่ง่าย แต่ยังคงอยู่ภายใต้มาตรฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติที่มีอยู่เพื่อความปลอดภัยของการทำธุรกรรม ดังนั้น แพลตฟอร์มดิจิทัลที่พัฒนาจะใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดที่เป็นสื่อกลางรับจ่ายเงินมาตรฐานที่ทุกธนาคารพาณิชย์ของประเทศไทยมีข้อตกลงความร่วมมือในการพัฒนาแอปพลิเคชันของตนเองให้มีฟังก์ชันรองรับการทำงานสแกนด้วยระบบคิวอาร์โค้ด

จากข้อสรุปข้างต้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะสำหรับการปฏิบัติ และการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับการปฏิบัติ

1.1 ภาครัฐสามารถที่จะข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยที่ส่งผลต่อการใช้การแพลตฟอร์มดิจิทัล ช่องทางการรับจ่ายเงินออนไลน์เป็นแนวทางหรือกำหนดนโยบายในการสร้างสังคมไร้เงินสดของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดนโยบายความปลอดภัย การส่งเสริมความรู้และพัฒนาทักษะการใช้งานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแก่ผู้ประกอบการรวมถึงคนในชุมชนด้วย นอกจากนี้ ยังสามารถนำข้อมูลที่ไปประกอบการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีที่จำเป็นแก่ชุมชนได้

1.2 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวใช้ข้อมูลในการตัดสินใจเลือกแพลตฟอร์มช่องทางการรับจ่ายเงินดิจิทัลที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว และพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นการอำนวยความสะดวกในการใช้จ่ายเงินแก่นักท่องเที่ยวได้

1.3 ผู้ให้บริการธุรกรรมทางการเงินสามารถนำข้อมูลไปพัฒนาแพลตฟอร์มช่องทางการรับจ่ายเงินดิจิทัลที่เหมาะสมแก่ชุมชน โดยจะต้องให้ความสำคัญด้านการใช้งานแพลตฟอร์มที่ง่ายไม่ซับซ้อน อีกทั้งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในชุมชน และนักท่องเที่ยวจะต้องเรียนรู้การทำงานของแพลตฟอร์มได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงจะต้องให้ความสำคัญกับการสร้างแพลตฟอร์มที่มีความปลอดภัยในการจัดเก็บข้อมูลและการเข้าใช้งานสูง ซึ่งจะเป็นการสร้าง ความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้งานและยังส่งผลต่อความเต็มใจในการที่จะใช้แพลตฟอร์มด้วย

## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มขอบเขตการศึกษาจังหวัดหรือกลุ่มธุรกิจอื่นเพื่อให้ทราบถึงทัศนคติและพฤติกรรมการใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลรับจ่ายเงินออนไลน์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการค้นหาแนวทางในการกำหนดนโยบายของภาครัฐที่จะสนับสนุนการเป็นสังคมไร้เงินสดได้

2.2 การวิจัยครั้งต่อไปควรมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบอื่นเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม เพื่อเป็นการยืนยันข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งจะอาจจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลรับจ่ายเงินออนไลน์ในอนาคต

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีต้องขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เตมียี่ ที่ช่วยสละเวลาให้คำปรึกษา แนะนำและช่วยเหลือเป็นอย่างดี ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ที่ได้สละเวลาในการตรวจแก้ไขและให้ข้อเสนอแนะเพื่อให้งานวิจัยนี้สมบูรณ์ และขอขอบคุณสำนักงานวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมสำหรับทุนอุดหนุนในการทำวิจัยครั้งนี้

## เอกสารอ้างอิง

ธงไชย โชติศิริพงศ์ (2560). ในปี 2019 การชำระเงินผ่านมือถือ จะมีมูลค่าแซง บัตรเครดิต-เดบิต ในการจ่ายเงินบนโลกออนไลน์. สืบค้นจาก <https://brandinside.asia/>

สุทธภา อมรวินวัฒน์, วิชาน เจริญผล, ปวีศรี พุศตราข, ธัญยาพร เล้าโสภากิรมย์, ภูริพัฒน์ โสภณคีรีรัตน์ และ ลภัส อัครพันธุ์ (2560). Insight 3 กระแสแรงแห่งยุค ปรับลู่ธุรกิจท่องเที่ยว. *Economic Intelligence Center ธนาคารไทยพาณิชย์*, หน้า 15.

Brand Buffet. (2561). เทคโนโลยีหนุนการท่องเที่ยว...สถิติเผย คนไทย ครองแชมป์ เที่ยวมากกว่าใครในโลก ไปเมืองนอกปีละ 6.6 ครั้ง. สืบค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th>

Beldad, A. D. & Hegner, S. M. (2018) Expanding the technology acceptance model with the inclusion of trust, social influence, and health valuation to determine the predictors of German users' willingness to continue using a fitness app: A structural equation modeling approach, *International Journal of Human-Computer Interaction*, 34(9), 882-893.

- Berdie, D. R., Anderson, J. F., & Niebuhr, M. A. (1986). *Questionnaires: Design and use*. Metuchen, N.J: Scarecrow Press.
- Chen, L. D. (2008). A model of consumer acceptance of mobile payment. *International Journal of Mobile Communications*, 6(1), 32-52.
- Cochran, W.G. (1963) *Sampling Technique* (2<sup>nd</sup> ed.). New York, NY: John Wiley and Sons.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-339.
- Hanafizadeh, P., Keating, B. W., & Khedmatgozar, H. R. (2014). A systematic review of internet banking adoption. *Telematics and Informatics*, 31(3), 492-510.
- Hayashi, F. & Bradford, T. (2014). Mobile payments: merchants' perspectives. *Federal Reserve Bank of Kansas City Economic Review*, 99(2), 33-58.
- Kalayou, M. H., Endehabtu, B. F. & Tilahun, B. (2021). The applicability of the modified technology acceptance model (TAM) on the sustainable adoption of eHealth system in resource-limited settings. *Journal of Multidisciplinary Healthcare*, 13, 1827-1837.
- Kang, S. (2014). Factors influencing intention of mobile application use. *International Journal of Mobile Communications*, 12(4), 360-379.
- Kosim, K. P. & Legowo, N. (2021). Factors affecting consumer intention on QR payment of mobile banking: a case study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 0391-0401.
- Lee, Y., Lee, J., & Lee, Z. (2006). Social influence on technology acceptance behavior: self-identity theory perspective. *The Database for Advances in Information Systems*, 37(2), 60-75.
- Liebana, F. C., Ramos de Luna, I. & Montoro-Rios, F. J. (2015) User behavior in QR mobile payment system: the QR payment acceptance model. *Technology Analysis and Strategic Management*, 27(9), 1031-1049.
- Lou, L., Tian, Z., & Koh, J. (2017). Tourist satisfaction enhancement using mobile QR code payment: An empirical investigation. *Sustainability*, 9(1186), 1-14.
- Mallat, N. (2007). Exploring consumer adoption of mobile payments-a qualitative study. *The Journal of Strategic Information Systems*, 16(4), 413-432.
- Merhi, M., Hone, K. & Tarhini, A. (2019). A cross-culture study of the intention to use mobile banking between Lebanese and British Consumers: Extending UTAUT2 with security, privacy and trust. *Technology in Society*, 59, 1-12.
- Ngo, T. K. T. & Nguyen, T. H. (2021). The intention to use QR code payment in an emerging market – the role of “attitude” as mediator. *Psychology and Education*, 58(1), 3440-3454.
- Schepers, J., & Wetzels, M. (2007). A meta-analysis of the technology acceptance model: investigating subjective norm and moderation effects. *Information & Management*, 44(1), 90–103.

- Siregar, J. J., Wardaya Puspokusumo, R. A. A., & Rahayu, A. (2017). Analysis of affecting factors technology acceptance model in the application of knowledge management for small medium enterprises in industry creative. *In Procedia Computer Science, 116*, 500–508.
- Venkatesh, V., Morris, M, & Davis, G.B. (2003). User acceptance of information technology: toward a unified view. *MIS Quarterly, 27*(3), 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT). *MIS Quarterly, 36*(1), 157-178.
- Zhou, T. (2013). An empirical examination of continuance intention of mobile payment service. *Decision Support Systems. 54*, 1085-1091.