

การจัดการระบบการชำระเงินดิจิทัลผ่านช่องทาง Quick Response (QR Code) ที่มีประสิทธิภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เงินสดที่ลดลงอย่างมีประสิทธิภาพของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

Efficient management of digital payment systems via Quick Response (QR Code) channels. Affect the us-age behavior The effective cash reduction of people in Muang District, NakhonRatchasima Province.

ศรินทร์ จันทรพวก¹

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ทักษะ และข้อเสนอแนะแนวทาง ที่ส่งผลต่อการปรับลดพฤติกรรมการใช้เงินสดของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างคือประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน ได้รับแบบสอบถามกลับคืน 400 ชุดคิดเป็นอัตราตอบกลับร้อยละ 100 วิเคราะห์ผลโดย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์การแจกแจงแบบไคลสแควร์ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการถดถอยแบบพหุคูณมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล, พฤติกรรมผู้บริโภค, ทักษะ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานระบบการชำระเงินดิจิทัลผ่านช่องทาง Quick Response (QR Code) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทักษะในด้านความสะดวกในการใช้งานระบบ, ในด้านความปลอดภัยของข้อมูล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และ ทักษะด้านระบบการสื่อสาร พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด พฤติกรรมการใช้งานระบบการชำระเงินดิจิทัล พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าการทัศนคติในด้านความ

¹ ศรินทร์ จันทรพวก ธุรกิจส่วนตัว

ตลอดภัยของข้อมูล, ด้านระบบการสื่อสาร มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งานระบบการชำระเงินดิจิทัลผ่านช่องทาง Quick Response (QR Code) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : รหัสคิวอาร์ ,ระบบการชำระเงินดิจิทัล

ABSTRACT

This research aimed to study personal factors, attitudes and recommendations effecting to the people behavior reduction of cash using in Muang District Nakhon Ratchasima Province. The questionnaire was used as a tool for data collection. The sample group was people in Muang District. Nakhon Ratchasima Province, 400 people, returning 400 questionnaires, representing in 100% response rate. The data were analyzed statistically for frequency, percentage, mean and standard deviation test. The hypothesis was analyzed by the client-square distribution. It was statistically significant at the 0.05 level and multiple regression was statistically significant at 0.01.

The results revealed that personal factors, consumer behavior, and attitudes were significantly related to the digital payment system usage behavior via Quick Response (QR Code) channel. Attitude towards terms of ease of use of the system, in terms of information security were in an average level as high and attitude towards communication system was in an average level as very high. Digital payment system usage behavior Found that the mean was at the highest level was in an average level as very high. Hypothesis test results It was found that attitudes in information security, communication systems. Has a statistically significant influence on digital payment system usage behavior via Quick Response (QR Code) channel.

Keywords: Quick Response (QR Code), Digital payment system

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รหัสคิวอาร์ Quick Response (QR Code) คือ รหัสคิวอาร์เป็นบาร์โค้ดประเภทเมทริกซ์ (หรือ บาร์โค้ดสองมิติ) ที่ได้มีการพัฒนารูปแบบมาจากบาร์โค้ดแบบแท่ง ทำให้สามารถตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว (MARKETING OOPS!, 2553) ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทยพบว่าการชำระเงินของประชาชน ภาค ธุรกิจและภาครัฐในปี 2562 มีปริมาณและมูลค่าเพิ่มสูงจากปี 2561 สะท้อนให้เห็นถึงประชาชนใช้งานด้าน โอนเงินและชำระเงินผ่านช่องทางดิจิทัลมากขึ้น ซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทยได้มีนโยบายของการ ดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ฯ ฉบับที่ 4 ที่มุ่งสร้างระบบนิเวศน์ ให้การชำระเงินแบบดิจิทัลเป็นทางเลือกหลัก ในการชำระเงินของคนไทยทำให้ผู้วิจัยมีความต้องการที่จะศึกษา การจัดการระบบการชำระเงินดิจิทัล ผ่าน ช่องทาง Quick Response (QR Code) ที่มีประสิทธิภาพ จะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เงินสดที่ลดลงของ ประชาชนภายในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อนำผลที่ได้ไปพัฒนานวัตกรรมทางการเงิน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563, หน้า 21)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน,ทัศนคติที่มี ต่อพฤติกรรมการใช้เงินสดของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา และศึกษาข้อเสนอแนะ แนวทางการปรับลดพฤติกรรมการใช้เงินสดของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐานของการวิจัย

1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 2) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการ จัดการระบบการชำระเงินดิจิทัลผ่านช่องทาง Quick Response (QR Code) ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 3) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ระบบการชำระเงินดิจิทัลผ่านช่องทาง Quick Response (QR Code) ของ

ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 4) พฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการจัดการระบบการชำระเงินดิจิทัลผ่านช่องทาง Quick Response (QR Code) ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 5) พฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ระบบการชำระเงินดิจิทัลผ่านช่องทาง Quick Response (QR Code) ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 6) ทัศนคติของประชาชนที่แตกต่างกันมีอิทธิพลกับพฤติกรรมการใช้ระบบการชำระเงินดิจิทัลผ่านช่องทาง Quick Response ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้เป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 19 ตำบล จำนวนทั้งสิ้น 231,176 คน (ระบบสถิติทางการทะเบียน, 2563) กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ R.V.Krejcie และ D.W.Morgan (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563 หน้า 48-49) ที่จำนวนประชากร 100,000 คน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เก็บข้อมูลจากประชาชนที่ยินดีให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปได้ดังนี้ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) (อ้างถึงใน ฉันทนันท์ พฤฒิจระวงศ์, 2557) เป็นทฤษฎีที่ชี้ให้เห็นถึงพฤติกรรมของบุคคลเกิดจากพฤติกรรมความตั้งใจ ซึ่งพฤติกรรมความตั้งใจประกอบไปด้วยทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรม, การคล้อยตามสิ่งอ้างอิง, การรับรู้พฤติกรรมการควบคุม ความเชื่อในพฤติกรรมจะส่งผลต่อทัศนคติก่อให้เกิดความตั้งใจที่จะทำ โดยงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยได้กำหนดทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนมีความสอดคล้องกับ ทัศนคติที่มีต่อระบบการชำระเงินดิจิทัลผ่านช่องทาง Quick Response (QR Code) ที่เป็นตัวแปรต้น (X) ซึ่งก่อให้เกิดพฤติกรรมความตั้งใจ และผู้วิจัยได้กำหนดให้พฤติกรรมความตั้งใจในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้ระบบการชำระเงินดิจิทัลผ่านช่องทาง Quick Response (QR Code) ที่เป็นตัวแปรตาม (Y)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ Thurstone and Chave (1966, pp. 6-7) (อ้างถึงใน ปันดดา ศิริรัตนมงคล, 2559) ได้กล่าวไว้ว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึก ความคิด ของบุคคล ในทางบวกหรือทางลบ

เช่น ความเห็นชอบ ความมีอคติ ข้อคิดเห็น ความกลัว ความเชื่ออย่างมั่นคง ที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งซึ่งทัศนคติจะแสดงออกทางด้านความคิดเห็น (Opinion), ชีววัตร อมรรัตนกิจ (2561) ได้อธิบายแนวคิด การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived use-fulness) หมายถึง การตระหนักถึงสิ่งที่ได้รับสำหรับการกระทำผ่าน QR code payment ของแต่ละบุคคล โดยขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อเฉพาะบุคคลต่อการใช้เทคโนโลยีนั้น ๆ ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของตนได้ โดยที่สิ่งนั้นจะช่วยทำให้การทำงานของเขาดีขึ้น, ภาณุพงศ์ ลือฤทธิ์ (2560) ได้อธิบายแนวคิด องค์ประกอบเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านประสิทธิภาพของการทำงาน (Efficiency) หมายถึง การใช้งานง่าย ความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลภายในเว็บไซต์ 2) ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย (Fulfillment) หมายถึง ความสามารถในการทำงานได้ตามเป้าหมาย 3) ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) หมายถึง ระดับความปลอดภัยและการปกป้องข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานของลูกค้า 4) ด้านความพร้อมของระบบ (System Availability) หมายถึง ระบบงานมีเสถียรภาพในการใช้งาน สามารถตอบสนองการใช้งานได้ตลอดเวลาที่ผู้ใช้งานต้องการใช้งาน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม Schiffman and Kanuk (2000) (อ้างถึงใน สันห์จุชา พิทักษ์บุรพา, 2558) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การคิด การซื้อ การใช้ การประเมินผลของสินค้าและบริการ ที่คาดว่าจะสามารถสนองความต้องการของตนเอง, ทวีสันต์ โฉมนารักษ์ (2558) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมการตัดสินใจ หมายถึง การกระทำที่แสดงออกในด้านจิตใจ การแสดงออกของผู้บริโภคที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการจากทางเลือกที่มีหลากหลาย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำหลักการจากทฤษฎีแนวคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ และทำการออกแบบสอบถาม การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางของ R.V.Krejcie และ D.W.Morgan (ศิลป์จารู, 2563, หน้า 48-49) ที่จำนวนประชากร 1,000,000 คน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยขอเพิ่มตัวอย่างจำนวน 16 คน รวมจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา ร่วมตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด แล้วนำผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์ทางสถิติได้แก่ การแจกแจงความถี่, ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean), และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทดสอบสมมติฐาน โดยทดสอบ

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตามใช้สถิติการแจกแจงแบบไคสแควร์ (Chi-Square) และใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณเพื่อใช้อธิบายการหาค่าความสัมพันธ์

ผลการวิจัย

สรุปผลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 62.50, มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 40.28, มีการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 78.25, มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 48.50 มีรายได้เท่ากันในช่วง 15,001-25,000 บาทและมีรายได้มากกว่า 45,000 บาทร้อยละ 24.25 สรุปความสัมพันธ์ข้อมูลทัศนคติต่อการจัดการระบบการชำระเงินดิจิทัลผ่านช่องทาง Quick Response (QR Code) ในด้านความสะดวกในการใช้งานระบบ (X1) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก, ในด้านความปลอดภัยของข้อมูล (X2) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก, ในด้านระบบการสื่อสาร (X3) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สรุปข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานระบบการชำระเงินดิจิทัลผ่านช่องทาง Quick Response (QR Code) (Y) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

สรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยผู้วิจัยพบว่า ตัวแปรอิสระ เกี่ยวกับทัศนคติต่อการจัดการระบบการชำระเงินดิจิทัลผ่านช่องทาง Quick Response (QR Code) ในด้านความสะดวกในการใช้งานระบบ (X1), ในด้านความปลอดภัยของข้อมูล (X2) และในด้านระบบการสื่อสาร (X3) สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการใช้งานระบบการชำระเงินดิจิทัล (Y) ได้ร้อยละ 24.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, สมมติฐานที่ 2: ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการจัดการระบบการชำระเงินดิจิทัลผ่านช่องทาง Quick Response (QR Code) ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 3: ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ระบบการชำระเงินดิจิทัลผ่านช่องทาง Quick Response (QR Code) ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, สมมติฐานที่ 4: พฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการจัดการระบบการชำระเงินดิจิทัลผ่านช่องทาง Quick Response (QR Code) ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, สมมติฐานที่ 5: พฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ระบบการชำระเงินดิจิทัลผ่านช่องทาง Quick Response (QR Code) ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, สมมติฐานที่ 6: ทัศนคติของประชาชนที่แตกต่างกันมี

อิทธิพลกับพฤติกรรมการใช้ระบบการชำระเงินดิจิทัลผ่านช่องทาง Quick Response ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ทักษะคิดต่อการจัดการระบบการชำระเงินดิจิทัลผ่านช่องทาง Quick Response (QR Code) ในด้านความปลอดภัยของข้อมูล (X2) และด้านระบบการสื่อสาร (X3) มีนัยสำคัญทางสถิติอย่างยิ่งที่ 0.006 และ 0.002 ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องการจัดการระบบการชำระเงินดิจิทัลผ่านช่องทาง Quick Response (QR Code) ที่มีประสิทธิภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เงินสดที่ลดลงอย่างมีประสิทธิภาพของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ได้ทำการศึกษาทัศนคติของประชาชนที่มีต่อพฤติกรรมการใช้เงินสดของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ประกอบไปด้วย 1) ทัศนคติด้านความสะดวกในการใช้งานระบบ 2) ทัศนคติด้านความปลอดภัยของข้อมูล 3) ทัศนคติด้านระบบการสื่อสารของระบบ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ 1. ผลการศึกษาทัศนคติด้านความปลอดภัยของข้อมูลมีอิทธิพลในเชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้เงินที่ลดลงของประชาชนปัจจุบันระบบ QR Code ได้เข้ามามีส่วนในการใช้ชีวิตประจำวันเพิ่มขึ้น ระบบ QR Code สามารถทำธุรกรรมได้หลากหลาย เช่น การชำระค่าสินค้า การโอนเงิน ดังนั้น ระบบการชำระเงินดิจิทัลผ่าน (QR Code) มีความน่าเชื่อถือ มีระบบการประมวลผลที่รวดเร็วและถูกต้อง มีการแจ้งเตือนกรณีเกิดข้อผิดพลาดระหว่างใช้งาน และการพัฒนาระบบเพื่อปรับปรุงแก้ไขปัญหาสม่ำเสมอส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เงินที่ลดลงของประชาชน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ (จุฑารัตน์ เกียรติศรีศรี, 2558) ที่พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือส่งผลกับการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ การติดตามผลการชำระเงินและส่งสินค้าจากแอปพลิเคชันมีความสะดวกปลอดภัย มีช่องทางช่วยแก้ปัญหาทันที ที่แสดงถึงปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยส่งผลต่อการซื้อสินค้า 2. ผลการศึกษาทัศนคติด้านระบบการสื่อสารมีอิทธิพลในเชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้เงินที่ลดลงของประชาชน ปัจจุบันระบบ QR Code มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ทีวี วิทยุ เว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต ทำให้ประชาชนเข้าถึงระบบ QR Code ได้เพิ่มขึ้น หากระบบ QR Code มีความพร้อมในการใช้งาน สามารถใช้งานได้ตลอดเวลา ระหว่างการใช้งานระบบมีเสถียรภาพ สามารถใช้งานได้โดยไม่ติดขัด ย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เงินที่ลดลงของประชาชน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ (ภาณุพงศ์ ลือฤทธิ์, 2560) ที่พบว่า การตอบสนอง ความพร้อมของระบบ ความมั่นคงปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการ อิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้น ซึ่งการรับรู้คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กันกับความพึงพอใจ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่า 1) ทักษะติดต่อการจัดการระบบการชำระเงินดิจิทัลผ่านช่องทาง Quick Response (QR Code) ในด้านความสะดวกในการใช้งานระบบนั้น โดยมีความเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ดังนั้นควรมีการพัฒนา ระบบ QR Code ให้สะดวกต่อการใช้งาน โดยขยายวิธีการใช้งานให้เพิ่มขึ้นซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอแนะไว้ว่า กรณีถ้าเราไม่มีอินเทอร์เน็ตหรือ wifi ก็จะยุ่งยากหน่อยแต่ถ้ารัฐบาลมี wifi ให้ฟรีจะดีมาก ๆ ค่ะ(อนาคต), ร้านที่ให้บริการคิวอาร์โค้ด ยังไม่ครอบคลุมเท่าควร 2) ทักษะติดต่อการจัดการระบบการชำระเงินดิจิทัลผ่านช่องทาง Quick Response (QR Code) ในด้านทัศนคติด้านระบบการสื่อสาร ควรมีการพัฒนา ระบบด้วยนวัตกรรมที่ทันสมัยอยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการการใช้งานที่เพิ่มขึ้นในอนาคต ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอแนะไว้ว่า พัฒนาระบบเพื่อการเชื่อมโยงกับระบบโครงข่ายให้มากขึ้น, ระบบลุ่มบ่อ, ระบบนี้จะใช้ได้แค่กลุ่มคนกลุ่มหนึ่งแต่ไม่ทั้งหมด แนะนำให้ใช้เป็นทางเลือกดีกว่าการบังคับใช้ทั้งหมด

เอกสารอ้างอิง

MARKETING OOPS! (13 กันยายน 2553). เรียกใช้เมื่อ 24 พฤศจิกายน 2563 จาก

<https://www.marketingoops.com/news/tech-update/what-is-qr-code/>

จุฬารัตน์ เกียรติกวีศรี. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคใน

เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ณัฐนันท์ พงศ์จิระวงศ์. (2557). การรับรู้คุณภาพการบริการและความพึงพอใจในการบริการ ที่ส่งผลต่อ

ความภักดีในการใช้บริการ กรณีศึกษานักท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ทวีสันต์ โฉมานุรักษ์. (2558). กลยุทธ์ทางการตลาดและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการ

ตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ

บัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). Digital Payment เป็นทางเลือกหลักในการชำระเงิน แผนกลยุทธ์ระบบ

การชำระเงิน ฉบับที่ 4. เรียกใช้เมื่อ 18 พฤศจิกายน 2563 จาก

<https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256202Paymentsystem.aspx>

ธานีินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS พิมพ์ครั้งที่ 18.

กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนสามัญวิศวะเนสอาร์แอนด์ดี.

ธีรวัตร อมรรตันกิจ. (ปีที่ 4 ฉบับที่ 4 เดือน ตุลาคม-ธันวาคม 2561 หน้า 46). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใน

การใช้บริการ QR Code Payment ผ่าน Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.

วารสารระบบสารสนเทศด้านธุรกิจ (JISB).

ภานุพงศ์ ลือฤทธิ. (2560). คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้งาน:กรณี

ตัวอย่างของแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต
(ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ณห์จุฑา พิทักษ์บุรพา. (2558). การศึกษาความสัมพันธ์ของประชากรศาสตร์กับการรับรู้ของผู้บริโภคและ

พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคาร

ทหารไทย จำกัด (มหาชน) (TMB Touch) ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.