

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของประชากร
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

Factors Affecting the Decision to Make Financial Transactions Through QR
Code of the Population in Muang District, Chiang Mai Province

ศศิวิมล นนท์ชยากุล¹ และ วรัททยา ชินนกรรม²

Sasivimon Nonchayakul¹ and Warattaya Chinnakam²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ และ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างการวิจัยคือ ประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 400 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติไคว์แอสควร์ ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20 - 40 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้ 15,001 - 30,000 บาท 2) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยให้เหตุผลการเลือกใช้บริการผ่านรหัสคิวอาร์เพราะรู้สึกปลอดภัยและไม่จำเป็นต้องพกเงินสด ในรอบ 1 เดือนมีการใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ 1-3 ครั้ง ค่าใช้จ่ายผ่านรหัสคิวอาร์เฉลี่ย 500 - 1,000 บาท ต่อครั้ง โดยส่วนใหญ่ใช้เพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ 3) ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านสถานที่ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านบุคคลและปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ 4) ความพึงพอใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องรหัสคิวอาร์ช่วยให้รู้สึกปลอดภัยเพราะไม่จำเป็นต้องพกเงินสด รองลงมาคือ รหัสคิวอาร์ช่วยให้เกิดความสะดวกสบายจากการที่ไม่ต้องพกเงินสด บัตรเครดิต หรือบัตรเดบิตหลายใบ และรหัสคิวอาร์ช่วยลดการทำธุรกรรมทางการเงินที่ผิดพลาดได้ ตามลำดับ

คำสำคัญ: การตัดสินใจ ธุรกรรมทางการเงิน รหัสคิวอาร์

* Corresponding author. E-mail: nonchayakul@gmail.com

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (ภาคพิเศษ) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ABSTRACT

The aim of this study is 1) to evaluate factors effect to decision to make financial transactions through QR Code, 2) to study the behavior of make financial transaction using QR code and, 3) to study the satisfaction of make financial transaction using QR code among people living in Mueang District, Chiang Mai Province. The sample is 400 people living in Mueang District, Chiang Mai Province. Tools used for data collection was a questionnaires which analyzed by frequency distribution, percentage, mean, standard deviation and chi square statistics. The study showed that 1) most of sample group are woman, aged 20-40 years, marital status is single, education level is bachelor's degree, occupation is self-employed, and income between 15,001 - 30,000 baht. 2) Most of sample group selected financial transaction service via QR code of Siam Commercial Bank (SCB) because of security and cashless. Using of financial transaction service via QR code is 1-3 times per month with amount payment of 500 – 1,000 baht/time. Most payment are for goods and services. 3) Marketing mix which mostly effects the decision to make financial transactions through QR Code is the place, service promotion, the physical appearance and, price respectively. 4) The satisfaction of financial transaction using QR code showed the maximum level of overall satisfaction. The study found that sample group felt utmost that using QR code is safety because of its convenience, no need of cash, credit card or debit card and, using QR code may decrease financial transaction mistaken, respectively.

Keywords: Decision, Financial Transactions, QR Code

ที่มาและความสำคัญ

ทุกวันนี้เทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตเรา โดยเฉพาะการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือที่เรียกว่าดิจิทัลแบงก์กิ้ง (Digital Banking) ที่เข้ามามีบทบาทมากขึ้น มียอดการใช้งานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คนไทยทำธุรกรรมทางการเงินทั้งโอนเงินและชำระเงินค่าบริการต่างๆผ่านการใช้บริการชำระเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) และการชำระเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) เพิ่มสูงขึ้นมาก (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561) และเมื่อพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินเปลี่ยนไป ธนาคารพาณิชย์ต่างๆจึงต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลง โดยไม่สามารถทำธุรกิจรูปแบบเดิมได้ ทำให้หลายธนาคารได้เริ่มประกาศใช้เทคโนโลยีรหัสคิวอาร์ (QR Code) ย่อมาจาก Quick Response (ควิก เรสพอน) เพื่อรองรับการใช้งานลูกค้าที่ต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของธนาคารแห่งประเทศไทย ที่เปิดตัวรหัสคิวอาร์ที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ช่วงไตรมาสที่ 4 ของปีพ.ศ.2560 ให้ผู้บริโภค

และร้านค้าสามารถรับหรือจ่ายเงินในรูปแบบ QR Payment ผ่านบัตรเครดิต บัตรเดบิต บัญชีเงินฝากธนาคาร หรือบริการของกลุ่มสถาบันการเงินอื่นๆที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยหวังให้ประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ตามนโยบายของรัฐบาลได้ (ไทยรัฐออนไลน์, 2560)

ประเทศไทยเริ่มมีการเปิดตัวใช้งานรหัสคิวอาร์ช่วงไตรมาสที่ 4 ของปีพ.ศ. 2560 ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารกสิกรไทยแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดรหัสคิวอาร์ที่ตลาดนัดจตุจักร ซึ่งถือว่าเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่มีร้านค้ามากกว่า 1 หมื่นร้าน และมีกิจการหลากหลาย ทั้งหาบเร่ แผงลอย ร้านอาหาร เครื่องดื่ม เสื้อผ้า เครื่องประดับ และอื่นๆ ซึ่งมีลูกค้าเข้ามาเดินในตลาดเป็นจำนวนมาก เรียกได้ว่า เป็นจุดสำคัญในการทดลองระบบรหัสคิวอาร์อย่างสมบูรณ์ในทุกๆ ด้าน โดยธนาคารไทยพาณิชย์เริ่มใช้ระบบรหัสคิวอาร์กับร้านค้ามากกว่า 8,000 ร้านและผู้ซบซิมมอเตอร์ไซค์รับจ้าง อีกทั้งยังวางกลยุทธ์เพื่อยกระดับจตุจักรให้เป็นตลาดดิจิทัล ส่วนธนาคารกสิกรไทยจัดโปรโมชั่นคืนเงินให้กับลูกค้าและร้านค้าที่ชำระและรับเงินด้วยรหัสคิวอาร์ผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ พร้อมกับโฆษณาว่าเป็นธนาคารแห่งเดียวที่ชำระเงินด้วยวิธีวีแชท (WeChat) และอาลีเพย์ (Alipay) ซึ่งเป็น 2 ช่องทางหลักของนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางมาเที่ยวตลาดนัดจตุจักรมากที่สุด ด้านธนาคารทหารไทย ดำเนินการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน TMB Business Touch และ TMB Touch กับระบบการชำระเงินด้วยรหัสคิวอาร์ สำหรับเจ้าของธุรกิจร้านค้าและประชาชนทั่วไป สำหรับธนาคารกรุงเทพ สามารถใช้รหัสคิวอาร์รับ-จ่ายเงินผ่านบัตรเครดิต บัตรเครดิตได้แล้ว ส่วนธนาคารออมสินได้ทำการทดลองใช้งานรหัสคิวอาร์ในร้านค้ากว่า 5,000 แห่ง ขณะที่ธนาคารกรุงไทยจัดให้มีบริการโรงอาหารระบบดิจิทัลที่ชำระเงินผ่านระบบรหัสคิวอาร์แห่งแรกของประเทศที่กระทรวงการคลัง และกำลังพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันเพื่อให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น ด้านธนาคารกรุงศรีอยุธยา กำลังเร่งพัฒนาแอปพลิเคชันรองรับรหัสคิวอาร์เพื่อให้มีการใช้งานบนมือถือได้อย่างเสถียรมากขึ้น (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2560)

แผนการตลาดรหัสคิวอาร์ของธนาคารธนาคารพาณิชย์ต่างๆในภาคเหนือที่แรกก็คือ จังหวัดเชียงใหม่ เพราะเชียงใหม่ได้รับการยอมรับให้เป็นจังหวัดที่มีสภาพเศรษฐกิจดีที่สุดในภาคเหนือ อีกทั้งยังมีสนามบินนานาชาติรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่กำลังดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวผลักดันก็คือ ธุรกิจการท่องเที่ยวจากเม็ดเงินของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ไหลเข้ามา นอกจากนี้สิ่งที่สะท้อนสภาพเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่อีกตัวหนึ่งนั่นก็คืออัตราการขยายตัวของประชากรในจังหวัดมีแนวโน้มสูงขึ้นจะเห็นได้ว่าปัจจุบันจำนวนประชากรจังหวัดเชียงใหม่ติดอันดับที่ 5 ของประเทศ (เชียงใหม่นิวส์, 2561)

จากการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือ และนโยบายของธนาคารแห่งประเทศไทยที่สนับสนุนและเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างระบบการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payments Plan) นอกจากนี้ยังไม่พบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นการศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของประชากรในเขต

อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และผลการศึกษาที่ได้จะทำให้ภาครัฐได้มีมาตรการสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนหันมาทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์มากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของประเทศ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
3. ศึกษาความพึงพอใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของประชากร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย จากประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้แล้วการเก็บข้อมูลแต่ละครั้งผู้วิจัยจะอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยตลอดจนลักษณะของแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างทราบเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันแล้วจึงตอบแบบสอบถามโดยผู้วิจัยจะกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง

การศึกษาในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งประกอบไปด้วยรายละเอียดแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมผ่านรหัสคิวอาร์ของประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ความถี่ของการใช้บริการ ช่องทางการใช้บริการ ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ ค่าใช้จ่ายที่ทำรายการต่อครั้ง และเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ช่วยให้การใช้จ่ายเป็นเรื่องง่าย สะดวก และรวดเร็ว ความปลอดภัยลดการทำธุรกรรมทางการเงินที่ผิดพลาด และความสะดวกสบายจากการที่ไม่ต้องพกเงินสด หรือ บัตรเครดิต บัตรเดบิตหลายใบ

การวิเคราะห์ข้อมูลแยกตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทำการศึกษาโดยใช้ข้อมูลจากส่วนที่ 1 ของแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์โดยหาความถี่ ร้อยละ และนำเสนอในรูปแบบตาราง และนำข้อมูลในส่วนที่ 2 มาวัดตามวิธี Likert scale ทำการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างโดยให้น้ำหนักความสำคัญแบบ Likert Scale ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ระดับมากที่สุด ระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทำการศึกษาโดยใช้ข้อมูลในส่วนที่ 3 ได้แก่ ความถี่ของการใช้บริการ ช่องทางการใช้บริการ ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ ค่าใช้จ่ายที่ทำรายการต่อครั้ง และเหตุผลที่เลือกใช้บริการ โดยการวิเคราะห์ด้วยความถี่ ร้อยละ และนำเสนอในรูปแบบตาราง นอกจากนี้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 เพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ นำข้อมูลส่วนที่ 4 ทำการศึกษาโดยทำการวิเคราะห์โดยใช้วิธีวัดตามแบบมาตรวัดลิเคอร์ท (Likert Scale) ไว้ 5 ระดับ คือ ระดับมากที่สุด ระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายระดับคะแนน ไว้ 5 ระดับคือ ระดับมากที่สุด ระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไป

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 - 40 ปี สถานภาพ โสด ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 - 30,000 บาท (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างประชากรในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

| ข้อมูลทั่วไป | | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------|--|-------|--------|
| เพศ | ชาย | 152 | 38.00 |
| | หญิง | 248 | 62.00 |
| อายุ | ต่ำกว่า 20 ปี | 0 | 0 |
| | 20 - 40 ปี | 354 | 88.50 |
| | 41 - 50 ปี | 11 | 2.80 |
| | 51 ปีขึ้นไป | 35 | 8.80 |
| | | | |
| สถานภาพ | โสด | 260 | 65.50 |
| | สมรส | 134 | 33.50 |
| | หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่ | 6 | 1.50 |
| ระดับการศึกษา | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 41 | 10.30 |
| | ปริญญาตรี | 296 | 74.00 |
| | ปริญญาโท | 61 | 15.30 |
| | ปริญญาเอก | 2 | 0.50 |
| | | | |
| อาชีพ | ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ | 47 | 11.80 |
| | ธุรกิจส่วนตัว | 123 | 30.80 |
| | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 95 | 23.80 |
| | พนักงานบริษัทเอกชน | 113 | 28.20 |
| | นักศึกษา | 9 | 2.30 |
| | อื่นๆ เช่น อาชีพอิสระ เกษียณอายุ เกษตรกร | 13 | 3.30 |
| รายได้เฉลี่ย | | | |
| ต่อเดือน | ไม่เกิน 15,000 บาท | 35 | 8.80 |
| | 15,001 - 30,000 บาท | 216 | 54.00 |
| | 30,001 - 45,000 บาท | 75 | 18.80 |
| | 45,001- 60,000 บาท | 34 | 8.50 |
| | มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป | 40 | 10.00 |

ที่มา: จากการศึกษา

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของประชากรในเขตอำเภอเมืองจังหวัด เชียงใหม่

จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่มากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านบุคคลและปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ โดยผลการศึกษาพิจารณาปัจจัยมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ในระดับมากที่สุด โดยที่ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนมากที่สุดคือ รหัสคิวอาร์ใช้ทำธุรกรรมทางการเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ รหัสคิวอาร์มีความสะดวกในการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตและ รหัสคิวอาร์เป็นการทำงานผ่านแอปพลิเคชันง่าย

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในระดับมากที่สุด โดยที่ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขายที่กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนมากที่สุดคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ หรืออื่นๆ ทำให้มีผลต่อการตัดสินใจใช้รหัสคิวอาร์ รองลงมาคือ เว็บไซต์ของธนาคารทำให้ทราบถึงข้อมูล การประชาสัมพันธ์ และข้อมูลอื่นอันเป็นประโยชน์ต่อการใช้งานและการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ ใบปลิว หรืออื่นๆ ทำให้ทราบถึงการบริการรหัสคิวอาร์ และการมีโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดให้คนมาใช้รหัสคิวอาร์เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น เช่น การคืนเงินเมื่อยอดการใช้ถึงเป้า (Cash Back)

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลในระดับมาก โดยที่ปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนมากที่สุดคือ การมี Call Center คอยให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ การสมัครใช้งานรหัสคิวอาร์มีพนักงานให้คำแนะนำและพนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับมาก โดยที่ปัจจัยย่อยด้านราคาในกลุ่มตัวอย่างให้คะแนนมากที่สุดคือ รหัสคิวอาร์เป็นธุรกรรมทางการเงินที่ไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมจากการใช้เพื่อชำระสินค้า รองลงมาคือ การเช็คดูรายการเดินบัญชีไม่มีค่าธรรมเนียมและ รหัสคิวอาร์เป็นธุรกรรมทางการเงินที่ไม่มีค่าธรรมเนียมแรกเข้า

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะกายภาพในระดับมาก โดยที่ปัจจัยย่อยด้านลักษณะกายภาพที่กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนมากที่สุดคือ รหัสคิวอาร์สามารถใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา รองลงมาคือ ขั้นตอนการชำระสินค้าและบริการด้วยรหัสคิวอาร์มีความรวดเร็ว

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก โดยที่ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนมากที่สุดคือ การใช้งานรหัสคิวอาร์ง่ายและไม่ซับซ้อน รองลงมาคือ การใช้งานรหัสคิวอาร์ต้องมีอินเทอร์เน็ตเสมอ และขั้นตอนการสมัครใช้งานรหัสคิวอาร์ง่ายและรวดเร็ว

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก โดยที่ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนมากที่สุดคือ รหัสคิวอาร์เป็นธุรกรรมทางการเงินที่ทันสมัย และ รหัสคิวอาร์ทำให้การทำธุรกรรมทางการเงินมีความสะดวก รวดเร็ว รองลงมาคือ รหัสคิวอาร์ง่ายต่อการใช้งาน และรหัสคิวอาร์ทำให้ท่านรู้สึกเป็นคนที่ทันสมัย (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของกลุ่มตัวอย่างประชากรในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

| ปัจจัย | ค่าเฉลี่ย |
|--|-----------|
| ปัจจัยด้านสถานที่ | |
| รหัสคิวอาร์มีความสะดวกในการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต | 4.65 |
| รหัสคิวอาร์เป็นการใช้งานผ่านแอปพลิเคชันง่าย | 4.23 |
| รหัสคิวอาร์ใช้ทำธุรกรรมทางการเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง | 4.66 |
| ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย | |
| การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ทีวี หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ หรืออื่นๆ ทำให้มีผลต่อการตัดสินใจใช้รหัสคิวอาร์ | 4.57 |
| เว็บไซต์ของธนาคารทำให้ทราบถึงข้อมูล การประชาสัมพันธ์ และข้อมูลอื่นอันเป็นประโยชน์ต่อการใช้งาน | 4.31 |
| การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ ใบปลิว หรืออื่นๆ ทำให้ทราบถึงการบริการรหัสคิวอาร์ | 4.15 |
| การมีโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดให้คนมาใช้รหัสคิวอาร์เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น เช่น การคืนเงินเมื่อยอดการใช้ถึงเป้า (Cash Back) | 4.15 |
| ปัจจัยด้านบุคคล | |
| การให้คำแนะนำจากพนักงานของธนาคารทำให้มีผลต่อการใช้บริการ รหัสคิวอาร์ | 3.54 |
| พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ | 3.96 |
| การสมัครใช้งานรหัสคิวอาร์มีพนักงานให้คำแนะนำ | 3.97 |
| มี Call center คอยให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง | 4.92 |
| ปัจจัยด้านราคา | |
| รหัสคิวอาร์เป็นธุรกรรมทางการเงินที่ไม่มีค่าธรรมเนียมแรกเข้า | 3.92 |
| รหัสคิวอาร์เป็นธุรกรรมทางการเงินที่ไม่มีค่าใช้จ่ายรายปี | 3.89 |
| รหัสคิวอาร์เป็นธุรกรรมทางการเงินที่ไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมจากการใช้เพื่อชำระสินค้า | 4.31 |
| การเช็คดูรายการเดินบัญชีไม่มีค่าธรรมเนียม | 4.23 |

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของกลุ่มตัวอย่างประชากรในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

| ปัจจัย | ค่าเฉลี่ย |
|---|-----------|
| ปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ | |
| ขั้นตอนการชำระสินค้าและบริการด้วยรหัสคิวอาร์มีความรวดเร็ว | 3.90 |
| รหัสคิวอาร์สามารถใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา | 4.23 |
| ปัจจัยด้านกระบวนการ | |
| ขั้นตอนการสมัครใช้งานรหัสคิวอาร์ง่ายและรวดเร็ว | 3.89 |
| การใช้งานรหัสคิวอาร์ง่ายและไม่ซับซ้อน | 3.98 |
| การใช้งานรหัสคิวอาร์มีความปลอดภัย | 3.88 |
| การใช้งานรหัสคิวอาร์ต้องมีอินเทอร์เน็ตเสมอ | 3.96 |
| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | |
| รหัสคิวอาร์เป็นธุรกรรมทางการเงินที่ทันสมัย | 4.00 |
| รหัสคิวอาร์ทำให้การทำธุรกรรมทางการเงินมีความสะดวก รวดเร็ว | 4.00 |
| รหัสคิวอาร์ง่ายต่อการใช้งาน | 3.73 |
| รหัสคิวอาร์ทำให้ท่านรู้สึกเป็นคนที่ทันสมัย | 3.73 |

ที่มา: จากการศึกษา

3. พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เลือกใช้บริการผ่านรหัสคิวอาร์เพราะรู้สึกปลอดภัยและไม่จำเป็นต้องพกเงินสด ในรอบ 1 เดือน ใช้บริการ 1-3 ครั้ง ค่าใช้จ่ายผ่านรหัสคิวอาร์เฉลี่ย 500 – 1,000 บาท ต่อครั้ง โดยส่วนใหญ่เลือกใช้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านรหัสคิวอาร์ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของกลุ่มตัวอย่างประชากรในเขต
อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

| พฤติกรรม | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| การใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน | | |
| ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) | 136 | 22.70 |
| ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) | 92 | 15.30 |
| ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) | 130 | 21.70 |
| ธนาคารออมสิน | 39 | 6.50 |
| ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) | 99 | 16.50 |
| ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) | 61 | 10.15 |
| ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) | 43 | 7.15 |
| เหตุผลที่เลือกใช้บริการ | | |
| รู้สึกปลอดภัยและไม่จำเป็นต้องพกเงินสด | 213 | 23.40 |
| การใช้งานง่าย ช่วยให้ชีวิตสะดวกขึ้น | 171 | 18.80 |
| ลดการผิดพลาดจากการใช้จ่ายและสามารถตรวจสอบทุกการใช้จ่ายได้ | 138 | 15.90 |
| ไม่มีค่าธรรมเนียมเก็บเพิ่มจากทุกยอดการใช้จ่าย | 99 | 10.80 |
| มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่นมีเงินคืนให้จากการใช้จ่าย (Cash Back) | 190 | 20.50 |
| การสมัครและการติดตั้งมีพนักงานคอยให้คำปรึกษาตลอด | 65 | 7.10 |
| การใช้งานผ่านรหัสคิวอาร์ มี Call Center ให้ปรึกษาตลอด 24 ชั่วโมง | 32 | 3.50 |
| พฤติกรรมการใช้บริการ | | |
| 1-3 ครั้ง | 209 | 52.30 |
| 4-6 ครั้ง | 96 | 24.00 |
| 7-9 ครั้ง | 22 | 5.50 |
| มากกว่า 9 ครั้ง | 73 | 18.30 |

ตารางที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของกลุ่มตัวอย่างประชากรในเขต
อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

| พฤติกรรม | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| ค่าใช้จ่ายผ่านรหัสคิวอาร์เฉลี่ยต่อครั้ง | 118 | 29.50 |
| ไม่เกิน 500 บาท | 190 | 47.50 |
| 500 – 1,000 บาท | 48 | 12.00 |
| 1,001 – 1,500 บาท | 44 | 11.00 |
| มากกว่า 1,500 บาท | | |
| ประเภทธุรกรรมทางการเงินที่ทำผ่านรหัสคิวอาร์ | | |
| ชำระค่าสินค้าหรือบริการ | 230 | 57.50 |
| ชำระค่าอาหารและเครื่องดื่ม | 165 | 41.30 |
| ชำระค่าเดินทาง | 5 | 1.2 |

ที่มา: จากการศึกษา

4. ความพึงพอใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ความพึงพอใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของกลุ่มตัวอย่างภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องรหัสคิวอาร์ช่วยให้รู้สึกปลอดภัยเพราะไม่จำเป็นต้องพกเงินสด รองลงมาคือ รหัสคิวอาร์ช่วยให้เกิดความสะดวกสบายจากการที่ไม่ต้องพกเงินสด หรือบัตรเครดิต บัตรเดบิตหลายใบ และรหัสคิวอาร์ช่วยลดการทำธุรกรรมทางการเงินที่ผิดพลาด

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของประชากรในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่มากที่สุด เนื่องจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์สามารถทำได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีความสะดวกในการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต และการใช้งานก็ทำได้ง่ายผ่านแอปพลิเคชัน จะเห็นได้ว่าปัจจุบันการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์มีมากขึ้น และมีการทำธุรกรรมเกือบตลอด 24 ชั่วโมง ผู้ให้บริการควรมีระบบที่รองรับการใช้งานที่มีผู้ใช้บริการมากขึ้น มีฝ่ายตรวจสอบและดูแลระบบตลอดเวลาเพื่อให้การใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง และมีการอัปเดตซอฟต์แวร์ให้แอปพลิเคชันมีความทันสมัยอยู่เสมอ เป็นต้น ปัจจัยที่มีความสำคัญรองลงมาคือ ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด พบว่าปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชั่นต่างๆ

ช่วยดึงดูดให้มีผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ควรมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และเว็บไซต์ของธนาคารอย่างสม่ำเสมอ เพราะเป็นช่องทางที่ทำให้ผู้ใช้บริการทราบถึงข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เช่นการแจกแผ่นพับ แจกใบปลิว เหล่านี้ส่งผลต่อการตัดสินใจให้มีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น ปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นลำดับสาม ได้แก่ ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านบุคคล กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนเท่ากัน แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการทำธุรกรรมที่ฟรี ไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ไม่มีค่าธรรมเนียมแรกเข้า และไม่มีค่าใช้จ่ายรายปี ซึ่งมีความสำคัญใกล้เคียงกับการให้บริการของพนักงานซึ่งต้องให้บริการผู้ใช้บริการตั้งแต่เริ่มสมัครใช้บริการในครั้งแรก มีการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ด้วยความสุภาพ และควรจัดให้มี Call center ที่คอยให้บริการและคำปรึกษาลูกค้าตลอดเวลา

2) จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ทำธุรกรรมผ่านรหัสคิวอาร์ในรอบ 1 เดือนเฉลี่ยเพียง 1-3 ครั้ง และมีการใช้จ่ายเพียงครั้งละ 500-1,000 บาทเท่านั้น ผู้ให้บริการควรมีนโยบายกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการมีการทำธุรกรรมผ่านรหัสคิวอาร์มากขึ้น และมีการใช้จ่ายผ่านรหัสคิวอาร์เพิ่มมากขึ้น เช่น การใช้จ่ายแบบสะสมคะแนนแลกของรางวัล มีเงินคืนจากการใช้จ่าย และส่มแจกของรางวัลสำหรับผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ เป็นต้น

3) จากผลการศึกษาความพึงพอใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกใช้บริการผ่านรหัสคิวอาร์เพราะรู้สึกปลอดภัยเนื่องจากไม่จำเป็นต้องพกเงินสด แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญด้านความปลอดภัย แต่เนื่องจากการใช้งานผ่านมือถือเป็นเรื่องง่าย ดังนั้นผู้ให้บริการควรคำนึงถึงความปลอดภัยจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์เป็นสำคัญ เพื่อความปลอดภัยจากการใช้งาน เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความมั่นใจจากการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ในกรณีเกิดเหตุไม่คาดคิด เช่น กรณีมือถือหาย หรือ การโจรกรรมในโลกออนไลน์ และนอกจากนี้ควรให้มีการพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัยอยู่เสมอ

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณี รื่นรมย์, สาวิกา อุดนันท์ และเพลินทิพย์ โกเมศโสภาน. (2547). การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด. กรุงเทพฯ: ไทยเจริญการพิมพ์
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). การวิเคราะห์ทางสถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ขวัญใจ ภู่วง. (2552). ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่ง. กรณีศึกษาบริษัท ทวีคอ เทนเนอร์ **ทรานสปอร์ต จำกัด**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- เชียงใหม่นิวส์. 2561. **เดินเล่นเชียงใหม่ ร้านอาหารจ่ายเงินด้วย QR Code**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.chiangmainews.co.th/page/archives/649285>. (1 พฤษภาคม 2561)

- ไทยรัฐออนไลน์. 2560. แบนกซ์ชาติเปิดตัว QR Code นำร่องสู่สังคมไร้เงินสด. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.thairath.co.th/content/1056739> (26 กุมภาพันธ์ 2561).
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2561. การใช้บริการชำระเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือและการชำระเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www2.bot.or.th/statistics/ReportPage.aspx?reportID=688>. (24 กุมภาพันธ์ 2561).
- ธนสิทธิ์ ปั้นประเสริฐ. (2543). ความพึงพอใจของผู้โดยสารคนไทยที่มีต่อการให้บริการเที่ยวบินภายในประเทศ ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน). ภาควิชาพัฒนาระบบบริหาร บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นพมาศ เสงวิทยา. (2553). ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำธุรกรรมการเงินทางอินเทอร์เน็ตแบบค้ำประกันของลูกค้าธนาคารกรุงไทยอำเภอเมืองนครปฐมจังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. 2560. คิกออฟคิวอาร์โค้ดชำระสินค้าแบงก์จัดโปรเบาๆ ปลุกร้าน-ชาช้อป. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.prachachat.net/facebook-instant-article/news-34497> (27 กุมภาพันธ์ 2561).
- พิมพ์นริฎด์ เอกสุภักดิ์. (2558). ศึกษาพฤติกรรมและความเชื่อมั่นในการใช้บริการรหัสคิวอาร์ทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2546). Service Marketing. กรุงเทพฯ: นัทธิพิบูลิก.
- สุปรียา สายปาน. (2554). ศึกษาทัศนคติของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- สำนักบริหารการทะเบียนกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. 2561. จำนวนประชากรไทยในปี พ.ศ. 2559. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.bora.dopa.go.th/index.php/th/>. (4 เมษายน 2561).
- โสภิตา รัตนสมโชค. (2558). ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มณฑล อักษรนิตย์. (2552). ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารออมสิน ในจังหวัดพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัล เพื่อเศรษฐกิจและสังคม. 2561. แนวโน้มคนไทยใช้สมาร์ทโฟนมากขึ้น. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/ActivityNSO/A24-05-60.aspx> (12 มีนาคม 2561).

หน่วยงานกลยุทธ์ธนาคารไทยพาณิชย์. 2561. **แนวคิดสังคมไร้เงินสด**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.scbeic.com/th/about> (27 กุมภาพันธ์ 2561).

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 8)**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Kotler, P. 1997. **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control**. (14 th Global ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

Maslow, Abraham. 1970. **Motivation and Personality**. New York : Harper and Row Publishers.

Mullins, L.J. (1985). **Management and Organization Behavior**. London: Pitman Publishing Limited.

Shelly, M. W. 1975. **Responding to Social Change**. Pennsylvania : Dowden Hutchison Press. Inc.