

การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชำระค่าบริการ
ผ่าน QR CODE สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่
TECHNOLOGY ACCEPTANCE INFLUENCING SERVICE PAYMENT DECISION MAKING
THROUGH QR CODE OF TOURISTS STAYING IN MEDIUM SIZED HOTELS,
CHIANG MAI PROVINCE

เอกธัช ศรีบุญมา¹ สายพิน ปันทอง¹ และ ณัฐินี ชุตินันตพงษ์¹

¹คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Eakthanach Sribunma¹ Saiphin Panthong¹ and Natthinee Chutimantaphong¹

¹Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management

(Received: May 28, 2020; Revised: Jul 10, 2020; Accepted: Aug 14, 2020)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชำระค่าบริการผ่าน QR Code สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่ ประชากรคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดกลาง ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยชำระค่าบริการผ่าน QR Code จำนวน 400 ราย มีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง มีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการทดสอบสมมติฐาน ใช้การวิเคราะห์การทดสอบความเป็นอิสระต่อกันของสองตัวแปร โดยใช้การทดสอบความเป็นอิสระต่อกันของสองประชากร การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัยพบว่า ระดับค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ QR Code ชำระค่าบริการ ของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับมากที่สุดและมาก ได้แก่ ด้านความคาดหวังจากความพยายาม ($\bar{x}$ = 4.65) รองลงมาคือ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์สนับสนุน ($\bar{x}$ = 4.45) ด้านความคาดหวังจากประสิทธิภาพ ($\bar{x}$ = 4.35) ด้านทัศนคติต่อการใช้งานระบบ ($\bar{x}$ = 4.34) ด้านอิทธิพลของสังคม ($\bar{x}$ = 4.19) ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานระบบ ($\bar{x}$ = 4.11) และ ด้านความกังวลใจของผู้ใช้งานระบบ ($\bar{x}$ = 3.26) ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้เทคโนโลยีในการชำระค่าบริการผ่าน QR Code ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมขนาดกลาง ในจังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนปัจจัยการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระค่าบริการผ่าน QR Code ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มีจำนวน 5 ปัจจัย ได้แก่ 1) ด้านอิทธิพลของสังคม 2) ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานระบบ 3) ด้านทัศนคติต่อการใช้งานระบบ 4) ด้านความพร้อมของอุปกรณ์สนับสนุน และ 5) ด้านความคาดหวังจากประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี, การตัดสินใจใช้บริการ, คิวอาร์โค้ด

ABSTRACT

The purposes of this research were to study personal factors and Technology acceptance factors influencing service payment decision making through QR Code of tourists in medium sized hotels, Chiang Mai Province. Sample size was 400 of tourists who stay at medium size hotel in Chiang Mai province and pay for services via QR Code. Sampling method of this research was non probability sampling (convenience sampling technique). Descriptive analysis was adopted such as frequency, percentage, mean, and Standard deviation. Inferential Statistics such as Chi - Square Test, Pearson's Product Moment Correlation Coefficient and Multiple regressions were used for data analysis.

Result of the study shown that average mean of factor of technology acceptance factors that affect decision making for paying via QR Code of tourists who stay at medium size hotels in Chiang Mai province were strongly agree and agree. Considering all 7 aspects were as follows: Effort Expectancy ($\bar{x} = 4.65$), Facilitating Conditions ($\bar{x} = 4.45$), Performance Expectancy ($\bar{x} = 4.35$) Attitude toward the Technology ($\bar{x} = 4.34$), Social Influence ($\bar{x} = 4.19$), Self-Efficacy ($\bar{x} = 4.11$) and, Anxiety ($\bar{x} = 3.26$) respectively. The results of the study testing indicated that there had no relationship significantly between personal factors and decision making for paying via QR Code of tourists who stay at medium size hotels in Chiang Mai province. In addition, it was found that factors were as 1) Social Influence 2) Self-Efficacy 3) Attitude toward Technology 4) Support equipment and 5) Effectiveness expectancy

Keywords: Technology Acceptance, Service Decision Making, QR Code

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเป็นแหล่งรายได้ นำมาซึ่งการจ้างงานและกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค ภาครัฐจึงให้การส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว จากรายงานสถิติการท่องเที่ยว ประจำปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับให้เป็นประเทศที่น่าเที่ยวที่สุดในเอเชีย ประจำปี 2561 เป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้าพักในโรงแรมมากที่สุดเป็นอันดับที่ 4 ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และมีมูลค่าการเข้าพักในห้องพักทั่วประเทศมากกว่า 5.2 พันล้านบาท นอกจากนี้ยังส่งผลให้ธุรกิจการผลิตสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องมีการขยายตัว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม การผลิตและการค้าขายของที่ระลึก รายได้จากการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียนเงินทุนในระบบเศรษฐกิจ รวมถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจังจากภาครัฐ ส่งผลให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่

มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากและมีแนวโน้มที่สูงขึ้น จากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นในระบบเศรษฐกิจ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) โดยแนวโน้มของธุรกิจอุตสาหกรรมด้านธุรกิจโรงแรมมองว่า โรงแรมและที่พักในพื้นที่ท่องเที่ยวหลักยังมีแนวโน้มที่สามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายใหญ่ แรงหนุนจากจำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจของโลกที่กำลังฟื้นตัว และในปี 2561 – 2562 แนวโน้มนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีโอกาสขยายตัวในอัตราเฉลี่ย 8 – 10 % ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยมีโอกาสเติบโตเฉลี่ย 5 – 7 % ซึ่งสนับสนุนให้อัตราเข้าพักปรับเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับ 66 – 70 % (พุทธชาติ ลุนคำ, 2560) ในปี พ.ศ.2562 คาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวในประเทศไทยยังมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ประมาณการรายได้จากการเดินทางท่องเที่ยวในปี 2562 น่าจะมีมูลค่าประมาณ 1.12 ล้านล้านบาท เติบโต 4.7% จากปีก่อนหน้า รายได้จากตลาดไทยเที่ยวไทยนี้ ได้คำนึงถึงผลของมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ ที่ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของคนไทยเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้นประมาณ 0.1% (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2562)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของภาคเหนือ รวมถึงเป็น 1 ใน 5 จังหวัดแรกที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และเป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ รวมถึงมีความสะดวกสบายในการเดินทาง ส่งผลให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดหนึ่งในประเทศไทยที่ดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงรุกในด้านต่างๆ ภาพรวมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ในปี พ.ศ. 2561 มีแนวโน้มการเติบโตของทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ทั้งนี้ยังได้รับการจัดอันดับเป็นเมืองนำท่องเที่ยวอันดับที่ 2 ของเอเชีย อันดับที่ 3 ของโลก จากนิตยสาร ทราเวล แอนด์ เลisure (Travel and Leisure, 2019) และอันดับที่ 11 เมืองที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก จากเว็บไซต์ บิ๊กเซเวนทราเวล (Bigseventravel.com, 2019) จากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ทำให้หลายธุรกิจมีความจำเป็นต้องนำเทคโนโลยีมาช่วยในการบริหารจัดการภายในธุรกิจ รวมถึงการดำเนินนโยบายประเทศไทย 4.0 มีส่วนทำให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันของผู้คนเริ่มเปลี่ยนไปจากการเข้าถึงเทคโนโลยีที่มีความสะดวกมากขึ้น ในภาพรวมปี 2560 คนไทยมีพฤติกรรมกาดำเนินชีวิตที่มีเทคโนโลยีมาเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกาใช้จ่ายเงิน การโอนเงิน จากเดิมที่นิยมโอนเงินผ่านบัตรที่เครื่องเอทีเอ็มเป็นการโอนเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile banking) เทียบจากสัดส่วนปริมาณการโอนเงินผ่านบัตรที่เครื่อง ซึ่งลดลงจากร้อยละ 29.9 ในปี 2559 เป็นร้อยละ 18.8 ในปี 2560 ในขณะที่สัดส่วนปริมาณการโอนเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้งเพิ่มขึ้น จากเดิมร้อยละ 43.3 เป็นร้อยละ 63.6 สอดคล้องกับการเติบโตของจำนวนบัญชีโมบายแบงก์กิ้งที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน จึงทำให้การโอนเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้งมีอัตราการเติบโตสูงสุดเมื่อเทียบกับทุกช่องทาง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560) จากพฤติกรรมกาใช้เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปนั้น ไม่เพียงแต่มีธุรกิจธนาคารพาณิชย์ที่ต้องปรับตัวเท่านั้น ธุรกิจโรงแรมที่ให้บริการห้องพักเริ่มปรับตัวใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับผู้เข้าพัก การมีบริการจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชัน การชำระเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้ง นอกจากนั้นยังมีเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบ QR Code เป็นการพัฒนาการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ที่เปิดตัวต่อจากการให้บริการพร้อมเพย์ ซึ่งเป็นลักษณะของรหัสเก็บข้อมูลส่วนตัวทางการเงินของผู้ใช้บริการ เป็นการพัฒนามาจากบาร์โค้ด แต่มีความทันสมัยมากกว่าใช้งานง่ายและเก็บข้อมูลได้มากขึ้น ขณะที่แนวโน้มการใช้สมาร์ทโฟนในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อัตราการเข้าถึงโทรศัพท์มือถือของคนไทยมากถึง

44 ล้านราย และทางธนาคารแห่งประเทศไทยมีความหวังว่า QR Code จะเป็นเครื่องมือผลักดันประเทศเข้าสู่สังคมไร้เงินสดเหมือนหลายประเทศชั้นนำทั่วโลก ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้านการชำระเงินในประเทศไทย ช่วยให้ประชาชนและร้านค้าเข้าถึงบริการทางการเงินได้ง่าย เพิ่มช่องทางการชำระเงินให้มีความสะดวกมากขึ้น (อริญชัย วีรคชภูรินทร์, 2560)

บริบทข้อมูลทีกล่าวน่าสนใจเห็นว่า ในปัจจุบันที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทและมีความสำคัญต่อภาคธุรกิจอย่างมาก หากธุรกิจไม่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในธุรกิจ อาจทำให้เกิดข้อเสียเปรียบในการประกอบธุรกิจได้ รวมถึงนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นกลุ่มที่มีโอกาสในการชำระค่าบริการผ่าน QR Code สูง และธุรกิจโรงแรมที่เป็นส่วนหนึ่งของภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเพื่อให้ทราบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มีการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่าน QR Code ในการชำระค่าบริการ จึงสนใจศึกษาปัจจัยการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชำระค่าบริการผ่าน QR Code ของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยมาเป็นแนวทางการปรับปรุง พัฒนาในด้านของการบริการ การสื่อสารของธุรกิจ หรือในหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง มากไปกว่านั้นผลจากงานวิจัยสามารถนำเสนอการคิดค้นบริการใหม่ๆ เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความสะดวกสบายมากขึ้นต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

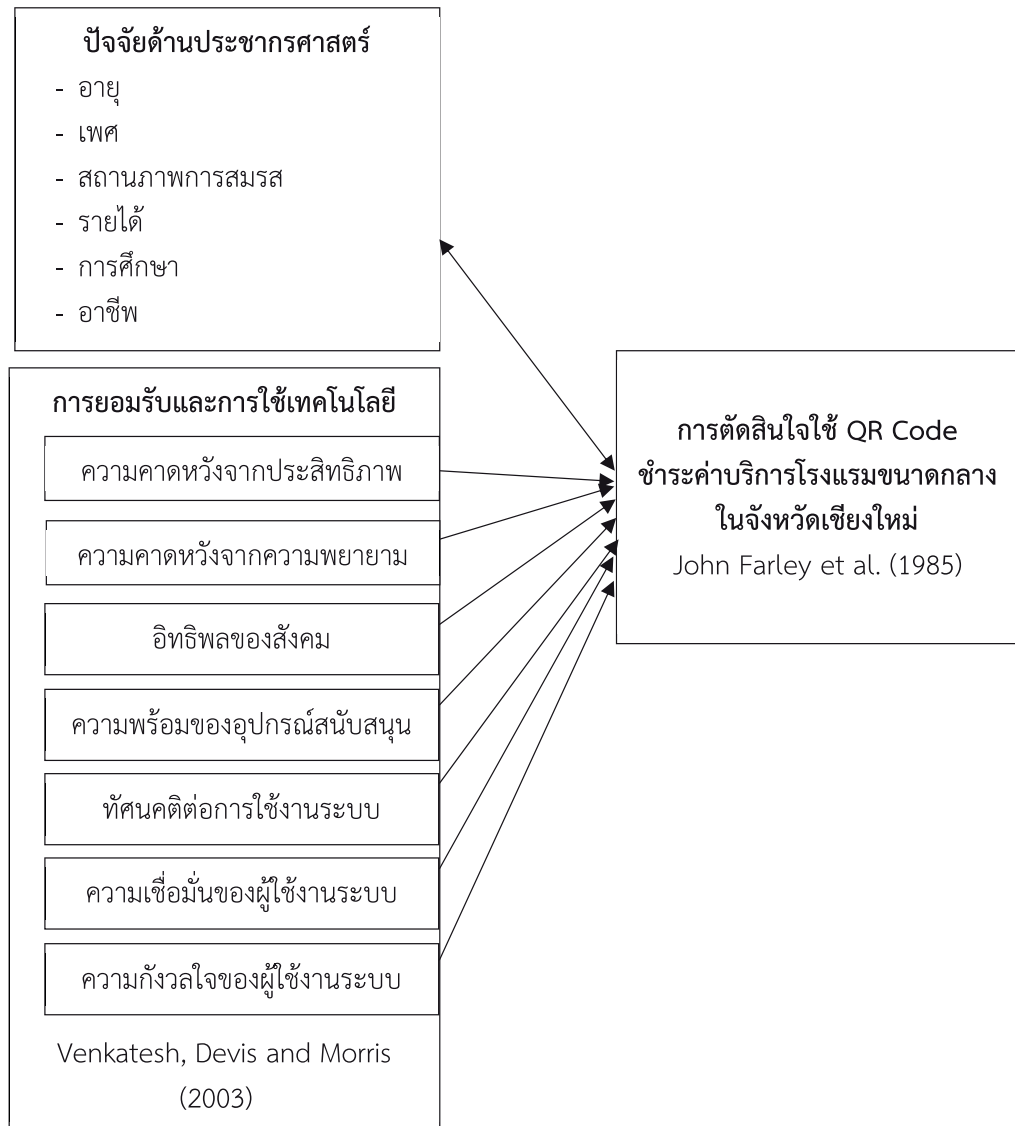
1. เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้เทคโนโลยีในการชำระค่าบริการผ่าน QR Code ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้เทคโนโลยีในการชำระค่าบริการผ่าน QR Code ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้เลือกชำระค่าบริการผ่าน QR Code ของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดกลาง ในจังหวัดเชียงใหม่
2. ปัจจัยการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ ความคาดหวังจากประสิทธิภาพ ความคาดหวังจากความพยายาม อิทธิพลของสังคม ความพร้อมของอุปกรณ์สนับสนุน ทักษะติดต่อการใช้งานระบบ ความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานระบบและความกังวลใจของผู้ใช้งานระบบ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระค่าบริการผ่าน QR Code ของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดกลาง ในจังหวัดเชียงใหม่

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ผ่านระบบ QR Code ของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดกลาง ในจังหวัดเชียงใหม่ มีกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีการชำระค่าบริการเข้าพักโรงแรมขนาดกลาง ผ่านระบบ QR Code ในช่วงเดือนมกราคม – มีนาคม 2563 มีอายุระหว่าง 18 – 60 ปี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นการกำหนดกลุ่มตัวอย่างใช้การคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบจำนวนประชากร ของ W.G. Cochran กำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง เพื่อความสะดวกในการประเมินและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการช่วยเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามแบ่งออกเป็นทั้งหมด 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อคำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง เป็นคำถามลักษณะเป็นแบบสอบถามที่ให้เลือกตอบ จำนวน 2 ข้อ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่แท้จริง และเคยชำระค่าบริการผ่านระบบ QR Code ส่วนที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี โดยคำถามส่วนนี้มีจำนวน 35 ข้อ และส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ โดยคำถามส่วนนี้มีจำนวน 6 ข้อ โดยใช้ระดับวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) วัดระดับความคิดเห็นเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ทั้งสิ้น 5 ระดับ โดย ระดับ 1 หมายถึงมีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด จนถึง ระดับ 5 หมายถึงมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ซึ่งแบบสอบถามได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) และได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามค่าความเที่ยงสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ได้ค่ารวมเท่ากับ 0.871 มากกว่า 0.70 ซึ่งให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรง (Reliability) ผู้วิจัยจึงสามารถนำแบบสอบถามไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยตนเองจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ในรูปของเอกสาร (Offline) จำนวน 205 คน และแบบออนไลน์ (Online) จำนวน 195 คน โดยมีระยะเวลาการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม – มีนาคม 2563

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การทดสอบความเป็นอิสระต่อกันของสองประชากร (Chi-Square Test) การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของ

เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอย
เชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดกลางที่มี
ประสบการณ์ชำระค่าบริการผ่าน QR Code จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบว่า เป็นเพศชาย
คิดเป็นร้อยละ 51.70 มีอายุอยู่ในช่วง 33 – 37 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.80 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ
64 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 72.00 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน
คิดเป็นร้อยละ 41.50 รายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.75

2. การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ QR Code ชำระค่าบริการ
ของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านความคาดหวังจากความ
พยายาม ($\bar{X} = 4.65$) รองลงมา คือ ด้านความพร้อมของอุปกรณ์ ($\bar{X} = 4.45$) ด้านความคาดหวังจาก
ประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.35$) ด้านทัศนคติต่อการใช้งานระบบ ($\bar{X} = 4.34$) ด้านอิทธิพลของสังคม ($\bar{X} =$
4.19) ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานระบบ ($\bar{X} = 4.11$) และ ด้านความกังวลใจของผู้ใช้งานระบบ ($\bar{X}$
= 3.26) ตามลำดับ

3. การทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่จะนำไปใช้
ในการวิเคราะห์เพื่อประมาณค่าพารามิเตอร์ต่างๆ ของโมเดลการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผล
ต่อการตัดสินใจเลือกชำระค่าบริการผ่านระบบ QR Code ของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาด
กลางในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยตัวแปรที่มีมาตรวัดแบบช่วงทั้งหมด 7 ด้าน ได้แก่ 1) ความ
คาดหวังจากประสิทธิภาพ 2) ความคาดหวังจากความพยายาม 3) อิทธิพลของสังคม 4) ความพร้อม
ของอุปกรณ์สนับสนุน 5) ทัศนคติต่อการใช้งานระบบ 6) ความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานระบบ 7) ความ
กังวลใจของผู้ใช้งานระบบ โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของ
เพียร์สัน เป็นเกณฑ์การยอมรับว่า ค่าความสัมพันธ์ทางบวกที่สูง แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันสูง ซึ่งค่า
ความสัมพันธ์ที่วิเคราะห์ได้ไม่ควรมีค่าสูงกว่า 0.800 ($r < 0.800$) หากตัวแปรต้นใดมีค่าความสัมพันธ์สูง
จึงจำเป็นต้องตัดออกจากการวิเคราะห์ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด

การยอมรับ และการใช้ เทคโนโลยี	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r)						
	ความ คาดหวังจาก ประสิทธิภาพ	ความ คาดหวัง จากความ พยายาม	อิทธิพล ของสังคม	ความพร้อม ของ อุปกรณ์ สนับสนุน	ทัศนคติ ต่อการ ใช้ งานระบบ	ความ เชื่อมั่น ของผู้ ใช้งาน ระบบ	ความกังวลใจ ของผู้ใช้งาน ระบบ
ความคาดหวังจาก ประสิทธิภาพ	1						
ความคาดหวังจาก ความพยายาม	0.681**	1					
อิทธิพล ของสังคม	0.726**	0.640**	1				
ความพร้อมของ อุปกรณ์สนับสนุน	0.608**	0.664**	0.597**	1			
ทัศนคติต่อการ ใช้ งานระบบ	0.776**	0.772**	0.708**	0.671**	1		
ความเชื่อมั่นของ ผู้ใช้งานระบบ	0.642**	0.578**	0.642**	0.536**	0.678**	1	
ความกังวลใจของ ผู้ใช้งานระบบ	0.212**	0.004	0.170**	-0.006	0.120**	0.384**	1

หมายเหตุ: ** p < 0.01

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด พบว่า ตัวแปรส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันทางบวกโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) อยู่ในระหว่าง -0.006 ถึง 0.776 แสดงให้เห็นว่า ลักษณะความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ศึกษาเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงที่สุด คือ ทัศนคติต่อการใช้งานระบบ กับความคาดหวังจากประสิทธิภาพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.776 ซึ่งแสดงถึงตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กันเชิงบวก ส่วนตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์น้อยที่สุด ได้แก่ ความกังวลใจของผู้ใช้งานระบบ กับ ความพร้อมของอุปกรณ์สนับสนุน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -0.006 ซึ่งแสดงถึงตัวแปรนั้นไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จากตารางที่ 2 ที่แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สัน ไม่มีตัวแปรใดมีความสัมพันธ์มากกว่า 0.800 จึงไม่เป็นปัญหาที่จะนำตัวแปรไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้ชำระค่าบริการผ่าน QR Code ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมขนาดกลาง ในจังหวัดเชียงใหม่ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชำระค่าบริการผ่าน QR Code	Chi-Square Value	Sig.
สมมติฐานที่ 1.1 เพศ	15.498	0.277
สมมติฐานที่ 1.2 อายุ	66.889	0.973
สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพสมรส	21.973	0.987
สมมติฐานที่ 1.4 ระดับการศึกษา	19.317	0.997
สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพ	47.256	0.661
สมมติฐานที่ 1.6 รายได้	41.594	0.990

จากตารางที่ 2 สรุปผลสมมติฐานข้อ 1 ว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กลุ่มตัวอย่างไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้เลือกชำระค่าบริการผ่าน QR Code ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมขนาดกลาง ในจังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความคาดหวังจากประสิทธิภาพ 2) ด้านความคาดหวังจากความพยายาม 3) ด้านอิทธิพลของสังคม 4) ด้านความพร้อมของอุปกรณ์สนับสนุน 5) ด้านทัศนคติต่อการใช้งานระบบ 6) ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานระบบ และ 7) ด้านความกังวลใจของผู้ใช้งานระบบ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจชำระค่าบริการผ่าน QR Code ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมขนาดกลาง ในจังหวัดเชียงใหม่ สรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการสรุปสมมติฐานที่ 2 การยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชำระค่าบริการผ่าน QR Code สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่

การยอมรับและการใช้เทคโนโลยี	การตัดสินใจใช้ QR Code ชำระค่าบริการ โรงแรมขนาดกลาง ในจังหวัดเชียงใหม่						
	S.E.	B	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.164	-0.240	-	-1.459	0.145	-	-
ความคาดหวังจากประสิทธิภาพ	0.041	0.085	0.087	2.074	0.039*	0.314	3.181
ความคาดหวังจากความพยายาม	0.049	0.050	0.041	1.026	0.306	0.340	2.938
อิทธิพลของสังคม	0.036	0.380	0.400	10.505	0.000**	0.383	2.611
ความพร้อมของอุปกรณ์สนับสนุน	0.047	0.117	0.085	2.468	0.014*	0.464	2.155
ทัศนคติต่อการใช้งานระบบ	0.044	0.157	0.168	3.562	0.000**	0.248	4.037
ความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานระบบ	0.038	0.232	0.228	6.075	0.000**	0.394	2.540
ความกังวลใจของผู้ใช้งานระบบ	0.016	0.027	0.047	1.713	0.087	0.743	1.346
Adjusted R Square = 0.779, F = 201.702							

หมายเหตุ: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 3 พบว่า การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชำระค่าบริการผ่าน QR Code สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดกลาง ในจังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความคาดหวังจากประสิทธิภาพ (Sig. = 0.039) อิทธิพลของสังคม (Sig. = 0.000) ความพร้อมของอุปกรณ์สนับสนุน (Sig. = 0.014) ทักษะคิดต่อการใช้งานระบบ (Sig. = 0.000) ความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานระบบ (Sig. = 0.000) ซึ่งในขณะที่ความคาดหวังจาก ความพยายาม และความกังวลใจของผู้ใช้งานระบบ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชำระค่าบริการผ่าน QR Code สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดกลาง ในจังหวัดเชียงใหม่

หากพิจารณาค่าน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลกับการตัดสินใจเลือกชำระค่าบริการผ่าน QR Code สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านอิทธิพลของสังคม ($\beta = 0.400$) เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชำระค่าบริการผ่าน QR Code สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด รองลงมาคือ ความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานระบบ ($\beta = 0.228$) ทักษะคิดต่อการใช้งานระบบ ($\beta = 0.168$) ความคาดหวังจากประสิทธิภาพ ($\beta = 0.087$) และความพร้อมของอุปกรณ์สนับสนุน ($\beta = 0.085$) ตามลำดับ

ค่าสัมประสิทธิ์แสดงถึงประสิทธิภาพในการพยากรณ์ ($R^2 = 0.779$) แสดงให้เห็นว่าอิทธิพลของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านอิทธิพลของสังคม ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานระบบ ด้านทักษะคิดต่อการใช้งานระบบ ด้านความคาดหวังจากประสิทธิภาพ และด้านความพร้อมของอุปกรณ์สนับสนุน สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเลือกชำระค่าบริการผ่าน QR Code สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดกลาง ในจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 77.90

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชำระค่าบริการผ่าน QR Code สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่ ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลได้ข้อสรุปซึ่งอภิปรายผลได้ ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกชำระค่าบริการผ่าน QR Code สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาธุรกิจ SMEs ในการดำเนินงานแบบดุลยภาพนั้น ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริการธุรกิจ SMEs ในการยอมรับประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจ

ปัจจัยการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระค่าบริการผ่าน QR Code ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านความคาดหวังจากประสิทธิภาพ จากการศึกษาพบว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระค่าบริการผ่าน QR Code ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่ง

แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีความคาดหวังของประสิทธิภาพของ QR Code จะส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกชำระค่าบริการผ่าน QR Code ในการชำระค่าบริการเพื่อทำให้เกิดความสะดวกสบายมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาทิตย์ เกียรติกำจร และ ภูมิพร ธรรมสถิตเดช (2557) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี กรณีศึกษาการใช้เทคโนโลยี Interactive Whiteboard ในการเรียนการสอนของคณะแพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี Interactive Whiteboard มากที่สุด คือปัจจัยด้านความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ลำดับที่ 2 คือปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ลำดับที่ 3 คือปัจจัยด้านการคาดหวังในการใช้งาน ลำดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านทัศนคติที่เกี่ยวกับการใช้งาน โดยทั้ง 4 ปัจจัย สามารถอธิบายถึงการยอมรับเทคโนโลยี Interactive Whiteboard ได้

2. ด้านอิทธิพลของสังคม จากการศึกษาพบว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระค่าบริการผ่าน QR Code ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเกิดจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ถึงประโยชน์ของการใช้ QR Code ในการชำระค่าบริการต่างๆ แทนเงินสด รวมไปถึงบุคคลโดยทั่วไปมีการชำระค่าบริการผ่าน QR Code เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรณษา แสนละเอียด (2560) ได้ทำการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความตั้งใจในการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในกรุงเทพมหานคร พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านการรับรู้ความง่าย ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ และด้านการรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อแนวโน้มความตั้งใจในการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในกรุงเทพมหานคร ตามลำดับ

3. ด้านความพร้อมของอุปกรณ์สนับสนุน จากการศึกษาพบว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระค่าบริการผ่าน QR Code ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นความเชื่อมั่นของบุคคลว่าสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ทางเทคโนโลยี ช่วยสนับสนุนต่อการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกวลิน จันทรประเทศ (2562) ได้ศึกษาถึงความพร้อมและการตอบรับการใช้ Mobile Payment ของผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อยในการรับชำระเงินด้วย QR Code โดยผลวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ต้นทุนการใช้บริการ ผลกระทบภายนอกจากเครือข่าย ความปลอดภัยและความไว้วางใจ ความเชี่ยวชาญนวัตกรรมส่วนบุคคล และความต้องการเพิ่มประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพร้อมและการตอบรับของร้านค้าธุรกิจรายย่อยที่จะเลือกใช้บริการ QR Payment นอกจากนี้ยังพบว่า ร้านค้าธุรกิจรายย่อยส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อการรับชำระเงินด้วย QR Payment และมีแนวโน้มที่จะใช้ต่อไปในอนาคต

4. ด้านทัศนคติต่อการใช้งานระบบ จากการศึกษาพบว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระค่าบริการผ่าน QR Code ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นปฏิกิริยาที่ตอบสนองของผู้ใช้ต่อการใช้ระบบ ความต้องการ จำนวนการครั้งที่ใช้ระบบ รวมไปถึงสิ่งอื่นๆ ที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตรสินี ทองจำนงค์ (2557) ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของพนักงานกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ผลการวิจัยพบว่า มีระดับความคิดเห็นการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย เมื่อพิจารณาารายด้านของการ

ยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อและการสื่อสาร ด้านคุณภาพของสารสนเทศ ด้านคุณภาพของระบบ และด้านการซึมซับเทคโนโลยี/นวัตกรรม ตามลำดับ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 55.0 ($\text{Adjusted } R^2 = 0.550$) และค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกันเท่ากับ 1.764

5. ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานระบบ จากการศึกษาพบว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระค่าบริการผ่าน QR Code ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่ โดยในปัจจุบันการชำระเงินด้วย QR Code มีความสะดวกสบาย การใช้งานไม่ยุ่งยาก มีความปลอดภัย ยากต่อการปลอมแปลง และลดอัตราการโจรกรรมได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญชัย อรรถผาติ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการยอมรับในเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้ง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยของตัวแปรอิสระทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้เทคโนโลยี ด้านการรับรู้การได้รับประโยชน์จากการใช้งาน และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติในการเลือกใช้ระบบบัญชีออนไลน์ผ่านเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้งของผู้ทำบัญชีอย่างมีนัยสำคัญ และพบว่าปัจจัยที่ทัศนคติในการเลือกใช้ระบบบัญชีออนไลน์มีอิทธิพลและส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้ระบบบัญชีออนไลน์ของผู้ทำบัญชีอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้ประกอบการโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ ควรมีการพัฒนาบริการที่สามารถรองรับการชำระค่าบริการผ่าน QR Code ที่เหมาะสมกับรูปแบบของผู้เข้าพัก โดยให้ผู้เข้าพักสามารถเข้าถึงการชำระค่าบริการได้ง่ายขึ้น และลดขั้นตอนการชำระค่าบริการให้น้อยลง เพื่อสนับสนุนความสะดวกสบายของผู้เข้าพัก

1.2 ธนาคารผู้ให้บริการ ควรนำผลการศึกษาไปพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการในการชำระค่าบริการผ่าน QR Code ให้มีความยุ่งยากและซับซ้อนน้อยลง เพื่อให้ผู้ประกอบการรับรู้ถึงความง่ายและเห็นถึงประโยชน์ในการใช้งานและประโยชน์ที่ทางธุรกิจจะได้ ซึ่งจะเกิดการยอมรับการรับชำระค่าบริการผ่าน QR Code ในธุรกิจต่างๆ มากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระค่าบริการผ่าน QR Code ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้สามารถขยายต่อไปได้กว้างขึ้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคตเพิ่มเติม ดังนี้

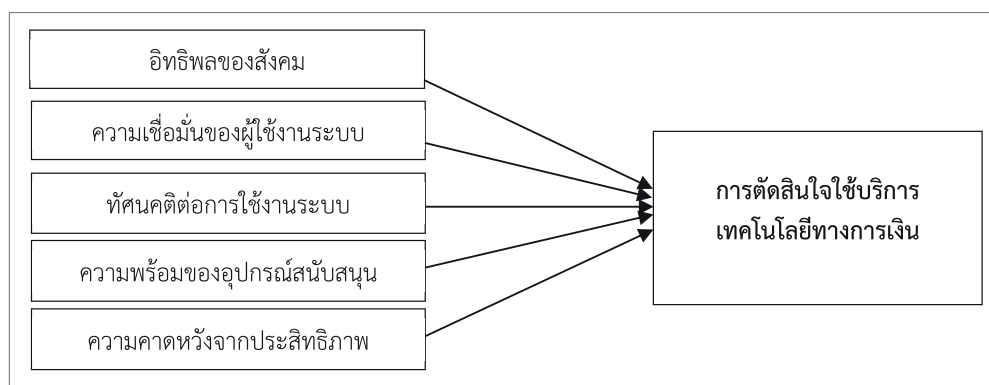
2.1 ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผล หรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยีการชำระเงินผ่าน QR Code ซึ่งเป็นปัจจัยที่นอกเหนือจากการวิจัย เช่น ความพึงพอใจของการใช้งานการชำระค่าบริการผ่าน QR Code ของผู้ที่เข้าพัก เป็นต้น

2.2 ควรมีการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างและประชากรในสถานที่ที่แตกต่างกัน เช่น จังหวัดอื่นๆ หรือพื้นที่อื่นๆ เพื่อนำมาทำการศึกษาเปรียบเทียบกับงานวิจัยนี้ว่ามีความแตกต่าง หรือสอดคล้อง

กันอย่างไร ซึ่งสามารถนำผลที่ได้มาพัฒนา ปรับปรุง และสามารถนำมากำหนดแนวทางการบริการที่เกี่ยวข้องกับการชำระค่าบริการผ่าน QR Code ที่ตรงตามความต้องการของผู้เข้าพักมากขึ้น

2.3 อาจมีการเพิ่มวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการ ผู้บริหาร เพื่อให้ได้ข้อมูลและความคิดเห็นที่สอดคล้องและถูกต้อง

2.4 จากการศึกษาวิจัยผู้วิจัยสามารถพัฒนาเป็นโมเดลการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อใช้เป็นโมเดลในการพัฒนางานวิจัยในครั้งต่อไปดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โมเดลการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อ
การตัดสินใจใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงิน (ผู้วิจัย)

เอกสารอ้างอิง

- กรณษา แสนละเอียด. (2560). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความตั้งใจในการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). สถิติด้านการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- เกวลิณ จันทรประเทศ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพร้อมและการตอบรับการใช้ Mobile Payment ของผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อยในการรับชำระเงินในรูปแบบ QR Code. วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร, 14(2), 165-182.
- จิตรสินี ทองจำนงค์. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของพนักงาน กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- ชาญชัย อรรถผาติ. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการยอมรับในเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้งเพื่อประยุกต์ใช้ในการให้บริการระบบบัญชีออนไลน์ สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในมุมมองของผู้ทำบัญชี. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). รายงานระบบการชำระเงิน 2560. กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- พุทธชาติ ลุนคำ. (2560). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2561 – 2563 ธุรกิจโรงแรม. กรุงเทพฯ: ธนาคารกรุงศรีอยุธยา.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร (2561). การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือของประเทศไทย.วารสารการจัดการ, 7(2). 47 – 63.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2562). มาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว คาดช่วยหนุนรายได้ตลาดไทยเที่ยวไทยทั้งปี 2562แตะ 1.12 ล้านล้านบาท. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 กันยายน 2562, จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/z3024.aspx>
- อริญชัย วีรคุชฌีนนท์. (2560). ยูเนียนเพย์เมนต์คนไทยนิยมชำระเป็นเงินสดและ QR Code คาดการณ์อีก 12 ปี เข้าสู่สังคมไร้เงินสดเต็มรูปแบบ. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 กันยายน 2562, จาก <https://themomentum.co/the-future-of-payments-by-union-pay/>
- อาทิตย์ เกียรติกำจร และ ภูมิพร ธรรมสถิตเดช. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี : กรณีศึกษาการใช้เทคโนโลยี Interactive Whiteboard ในการเรียนการสอนของคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล. วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Bigseventravel.com. (2019). The 50 Friendliest Cities in Asia. Retrieved August 12, 2019, from <https://bigseventravel.com/2019/09/the-50-friendliest-cities-in-asia/>
- Travel and Leisure. (2019). The Top 10 Cities in Asia in 2018. Retrieved June 22, 2019, from <https://www.travelandleisure.com/worlds-best/cities-in-asia-2018?slide=693658#693658>
- Venkates, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.