

ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการตั้งใจใช้ระบบการชำระเงินด้วย
 คิวอาร์โค้ด(QR Code) หรือสแกนรับเงินสดของธนาคารไทยพาณิชย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพ
 และปริมณฑล

บทนำ

หัวข้อ:ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการตั้งใจใช้ระบบการชำระเงิน
 ด้วยคิวอาร์โค้ด(QRCode)หรือสแกนรับเงินสดของธนาคารไทยพาณิชย์ของผู้บริโภคในเขต
 กรุงเทพและปริมณฑล

ประวัติและความสำคัญของปัญหา

คิวอาร์โค้ด (QR Code) คืออะไร QR Code ย่อมาจาก Quick Response Code คือ บาร์โค้ด 2 มิติ (2 Dimension Barcode) ชนิดหนึ่งที่ประกอบเรียงตัวกัน มีสีฐานสี่เหลี่ยม มีพื้นหลังสีขาวที่สามารถอ่านได้ด้วยเครื่องสแกนคิวอาร์โค้ด ในโทรศัพท์มือถือที่มีกล้อง หรือสมาร์ตโฟนเพื่อถอดข้อมูลต่าง ๆ เช่น ข้อความ เบอร์โทรศัพท์ URL เพื่อเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์โดย QR code นี้พัฒนาโดยบริษัทเดนิโซ-เวฟ ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของโตโยต้า ประเทศญี่ปุ่น คิดค้นขึ้นในปี ค.ศ. 1994 ปัจจุบัน คิวอาร์โค้ดได้รับความนิยมและใช้กันทั่วไปในประเทศญี่ปุ่นและทั่วโลก อีกทั้ง คิวอาร์โค้ดยังสามารถบันทึกตัวเลขอารบิกอย่างเต็มที่ได้ สูงสุด ถึง 7089 ตัว บันทึกตัวอักษรอังกฤษผสมเลขอารบิกได้สูงสุด 4296 ตัว บันทึกข้อมูลเลขฐานสองขนาด 8 บิตได้สูงสุด 2953 ไบต์ และบันทึกตัวอักษรภาษาญี่ปุ่นคันจิหรือคะนะได้สูงสุด 1817 ตัวอักษร ทุกวันนี้ คิวอาร์โค้ดได้ถูกนำไปใช้ในหลายวงการอีกด้วย เช่น ตามหนังสือ นิตยสาร หรือป้ายโฆษณา ต่างๆ จะเห็นได้ว่า ประโยชน์ของคิวอาร์โค้ดนั้นมีมากเหลือล้น เพราะความที่ง่าย สะดวก แสดงข้อมูลได้ทันทั่วทั้งจากหนังสือ การตลาดไร้กรอบ เทคนิคเพื่อการรู้เท่าทันการตลาด ของ สมชาติ กิจยรรยง (2559)

เหตุผลที่เรียกว่า Quick Response Code คงเป็นการตอบสนองที่รวดเร็ว เนื่องจากเป็นรหัสที่มีการอ่านอย่างรวดเร็วและสามารถเก็บความจุได้มากกว่าเมื่อเทียบกับบาร์โค้ดที่เป็นแบบมาตรฐาน 1 มิติ (1Dimension Barcode) จึงกลายเป็นที่นิยมในทั่วโลก สามารถพบเห็นได้ทั่วไป เช่น หน้าปกนิตยสาร ฉลากสินค้า ป้ายโฆษณา เป็นต้น QR codeจึงเป็นช่องทางหนึ่ง queเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย และสะดวกรวดเร็ว ถ้าจะพูดกันตรงๆนั้น คิวอาร์โค้ด นั้น คล้ายกันกับ บาร์โค้ด เป็นอย่างยิ่ง เพราะว่ารหัสที่ใช้ นั้นสามารถเก็บข้อมูลได้ด้วยเหมือนกันทั้งคู่ หรือจะเรียกว่า Two-dimensional bar code (2D barcode) มันมีหน้าที่หลักคือ เก็บข้อมูลต่างๆได้อย่างรวดเร็ว แม่นยำ ใช้งานได้ง่ายยิ่งขึ้น แต่ คิวอาร์โค้ดจะมีลูกเล่น

มากกว่าบาร์โค้ด การสแกน QR code ผู้ใช้งานสามารถสแกนผ่านโทรศัพท์มือถือ (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ซึ่งอุปกรณ์นั้นจะต้องรองรับระบบการอ่าน QR Code โดยต้องมีกล้องถ่ายภาพบรรจุมาด้วย และมีแอปพลิเคชันสำหรับการอ่านเรียกว่า QR Code Reader หากผู้ใช้งานยังไม่มีแอปพลิเคชันสามารถ Download ได้ขึ้นอยู่กับระบบปฏิบัติการ

และเนื่องจากสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ในทุก ๆ ด้านทำให้นวัตกรรมเข้ามามีบทบาทในการใช้ชีวิตของสังคมมากขึ้น กลายเป็นสิ่งที่จำเป็นในการใช้ดำเนินชีวิตในปัจจุบันที่เหล่าประชากรหรือบุคคลขาดไม่ได้ ทำให้มือถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทุกคนต้องมี และเนื่องจากสังคมโซเชียลเติบโตอย่างรวดเร็ว จึงทำให้การดำเนินกิจการต่าง ๆ ต้องเปลี่ยนแปลงตาม แรกเริ่มเดิมทีการซื้อขายสินค้าและบริการ เป็นเพียงการนำเงินสดมาแลกกับสินค้าหรือบริการตามจำนวนที่ตกลงระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ต่อมา บัตรเครดิต ซึ่งเป็นบัตรใช้จ่ายโดยไม่ต้องใช้เงินสด แต่เป็นการใช้จ่ายเงินล่วงหน้าแล้วมาผ่อนที่หลัง ก็เริ่มเข้ามา ง่ายไม่ต้องพกเงินสด แต่จะมีปัญหาที่ต้องใช้ได้กับร้านค้าใหญ่ๆที่มีเครื่องรูดบัตรเท่านั้น และผู้ใช้บัตรเครดิต ต้องเป็นพนักงานบริษัทที่การันตีเรื่องเงินเดือน เพื่อยืนยันว่ามีความสามารถในการผ่อนผันบัตรเครดิตเท่านั้น แต่ถึงยังไงก็ตามบัตรเครดิตก็เป็นบัตรที่นิยมไปทั่วโลก ถึงแม้ว่าจะไม่ทั่วถึงทุกพื้นที่ก็ตาม ต่อมา ต่อมาเมื่อมีการซื้อขายออนไลน์เกิดขึ้น ระบบการโอนเงินผ่านแอปพลิเคชัน ก็เข้ามามีบทบาทสำคัญ จึงเกิด mobile banking ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่ใช้ทำธุรกรรมด้านการเงิน เช่น การโอน จ่ายบิลค่าน้ำค่าไฟ การเติมเงิน เป็นต้นซึ่งเป็นที่นิยมของ พ่อค้าแม่ค้าทั้งหลาย เพราะไม่ว่าจะขายสินค้าที่ไหน ก็ตามก็สามารถโอนเงินผ่านกันได้อย่างรวดเร็ว

โดยเริ่มแรกเดิมทีการเปลี่ยนตามยุคนั้น เริ่มต้นจากในองค์กร ตามหน่วยงานต่างๆที่เห็นได้ชัดคือการทำ Report ซึ่งอดีต เป็นการรวบรวมหรือเก็บข้อมูลต่างๆ เป็นเอกสาร แต่ปัจจุบัน ได้นำเทคโนโลยีบนแพลตฟอร์มเข้ามาช่วยทำให้มีการลดการใช้กระดาษไปเป็นจำนวนมาก แคมเปญลดภัยและเก็บข้อมูลได้จำนวนมาก ทำให้ทางธนาคารได้เปรียบด้านการแข่งขันและลูกค้าได้รับความพึงพอใจอย่างมาก นอกจากนี้ทางธนาคารได้ลงทุนด้านดิจิทัลแบงก์กิ้ง ให้มีความสมบูรณ์เพื่อรองรับอนาคตอีกด้วย โดยแนวคิด Day 1 Thinking มาจาก Amazon โดยผู้บริหารระดับสูง จะพูดกับพนักงาน Amazon ว่าให้ทำงานเหมือนวันแรกเสมอซึ่งแนวคิดนี้เองที่ทำให้ Amazon ก้าวสู่องค์กรที่ใหญ่และมีอิทธิพลที่สุดในด้านนวัตกรรมองค์กร

ด้านโลกดิจิทัลการเงิน ทางธนาคารเองก็เป็นจุดเริ่มต้นนวัตกรรมทางการเงินตั้งแต่ยุคแรก ๆ เช่น ทำธุรกรรมการเงินต่างสาขา การให้บริการการเงินทางโทรศัพท์ แม้กระทั่งการนำข้อมูลของธนาคารเข้าสู่ระบบ iCloud เป็นต้น ตลอดเวลา ธนาคารไทยพาณิชย์ไม่เคยหยุดพักในการคิดค้น พัฒนา ระบบการทำธุรกรรมการเงินใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคต่อสังคมที่ดิจิทัลเข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมาก โดย FinTech หรือ Financial Technology ที่เห็นได้ชัดและคุ้นเคยกัน แอปพลิเคชัน UP2ME ที่เราสามารถใช้จ่ายได้ทุกอย่างครบวงจรในแอปฯเดียว และให้บริการเป็นรายแรกและรายเดียวที่ทำรายการ

ไต่เร็คเดบิตเติมเงินจากแอปพลิเคชัน LinePay เข้ากระเป๋าเงิน LinePay ได้จากมือถือเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ไลน์ที่มีมากกว่า 37 ล้านคน

และนวัตกรรมที่กำลังเป็นที่นิยมที่สุด ณ ตอนนี้อย่างยิ่ง คือ QR(Quick Response) Code คือ รหัสชนิดหนึ่ง ที่พัฒนามาจาก BarCode แต่ใช้งานง่ายกว่าและเก็บข้อมูลได้มากกว่า ซึ่งปัจจุบันจึงถูกนำมาใช้แพร่หลายทั้งในภาพการผลิต การค้า บริการ และการเงิน เช่นเป็นช่องทางการรับชำระเงินที่ร้านค้า ใช้เก็บเว็บไซต์ของบริษัทเพื่อให้สามารถเข้าไปดูข้อมูลต่าง ๆ ได้สะดวกปัจจุบัน QR Code ได้ถูกพัฒนาเพื่อใช้ในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการที่ร้านค้าทั่วไปและร้านค้าออนไลน์ เป็นที่นิยมในหลายประเทศ เช่น จีน และอินเดียซึ่งเป็นตลาดการค้าขายสินค้าที่ใหญ่อันดับต้นๆ โดยใน QR Code จะบรรจุข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการชำระเงิน เช่น ราคาสินค้า เป็นต้น และใช้ควบคู่กับ mobile application ซึ่งได้พัฒนาให้สามารถเชื่อมต่อกับบัตรเครดิต บัตรเดบิต บัญชีเงินฝากธนาคาร จึงเพิ่มความสะดวกในการชำระเงินแก่ประชาชนเป็นอย่างมากโดยไม่ต้องพกเงินสดหรือบัตรเครดิตหรือให้ข้อมูลบนบัตรแก่ร้านค้า

ดังนั้น ธนาคารที่มีความพร้อมในการให้บริการชำระเงินด้วย QR Code คือ ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB) QR Code จะเข้ามาเสริมตลาดบัตรเครดิต/เดบิต แต่จะกินตลาดเงินสด (cash) เพราะระบบเงินสดยุ่งยาก มีต้นทุนสูง ต้องมีรถขนเงิน เจ้าของให้ลูกจ้างเฝ้าร้าน ก็ต้องมีการตรวจสอบอีกมากมาย ธุรกรรมทางการเงินก็ยุ่งยาก ดังนั้นระบบชำระเงินด้วย QR Code ก็จะมาแก้ปัญหาสิ่งเหล่านี้ ประเทศไทยก็จะเข้าสู่สังคมไร้เงินสดมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งน้อยมากในโลกที่จะมีระบบ QR Code มาตรฐานเดียว เพราะในหลายๆ ประเทศเอกชนจะแข่งกันสร้างระบบ เช่น ในจีนก็มี QR Code 2 แบบ ของประเทศไทยเรา ภาครัฐมองการณ์ไกล คือทำเป็นแบบเดียวเลย ทุกคนเข้ามาใช้บริการแบบเดียวกัน ถือเป็นเรื่องมหัศจรรย์ในวงการ Payment อย่างมาก ทำให้ลูกค้าสะดวก และร้านค้าเองก็สะดวก ล่าสุด ทางธนาคารไทยพาณิชย์ ได้มีการร่วมมือกับการรถไฟฯ ลุยทำ Fintech ในตลาดนัดสวนจตุจักร ซึ่งเบื้องต้นทางธนาคารได้ตั้งเป้าไว้ที่หลัก 1000 แต่กลับได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากพ่อค้าแม่ค้า รวมทั้ง วินมอเตอร์ไซค์ซึ่งการลงตลาดครั้งนี้ ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี พ่อค้าแม่ค้าที่สนใจรวมๆ ประมาณเกือบหลักหมื่น ซึ่งถ้าคิดรวมกับฐานลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นตัวเลขที่ผู้ใช้งานที่กว้างพอสมควร และยังไม่หมดทางธนาคารไทยพาณิชย์ ได้ทำตู้ขายสินค้าอัตโนมัติ SUN 108 Vending เพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าที่ต้องการซื้อเครื่องดื่มผ่านตู้อัตโนมัติ โดยทางลูกค้าไม่ต้องพกเหรียญ หรือเหรียญไม่พอจ่าย และยัง

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจ ความสะดวก ความรวดเร็ว การตอบรับ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความต้องการของลูกค้า ความทันสมัย นวัตกรรมที่แปลกและรับประกันความปลอดภัยในการชำระเงินมีผลต่อการ

ตั้งใจใช้ระบบ คิวอาร์โค้ด ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์นวัตกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ในการใช้ QR Code ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน)

3. เพื่อศึกษาการตอบรับระบบ QR Code หรือสังคมไร้เงินสด ของกลุ่มประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล

สมมติฐานงานวิจัย

นวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงส่งผลให้ผู้บริโภคตอบรับระบบ QR Code มากขึ้น เนื่องจากสังคมที่มีการแข่งขันทางด้านธุรกิจสูง ทำให้ เจ้าของกิจการต่าง ๆ ต้องศึกษาการชำระค่าสินค้าที่สะดวก รวดเร็วและปลอดภัย สำหรับตัวเจ้าของกิจการและลูกค้าเช่นกัน

1. ประชากรในเขตกรุงเทพและปริมณฑลที่ต่างกันทำให้มีการตอบรับระบบสังคมไร้เงินสดหรือคิวอาร์โค้ดของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ในการซื้อสินค้าและบริการ

2. ความพอใจ ความสะดวก ความรวดเร็ว การตอบรับ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความต้องการของลูกค้า ความทันสมัย นวัตกรรมที่แปลกและรับประกันความปลอดภัยในการชำระเงินมีผลต่อการตั้งใจใช้ระบบ คิวอาร์โค้ด ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

ขอบเขตของการวิจัย

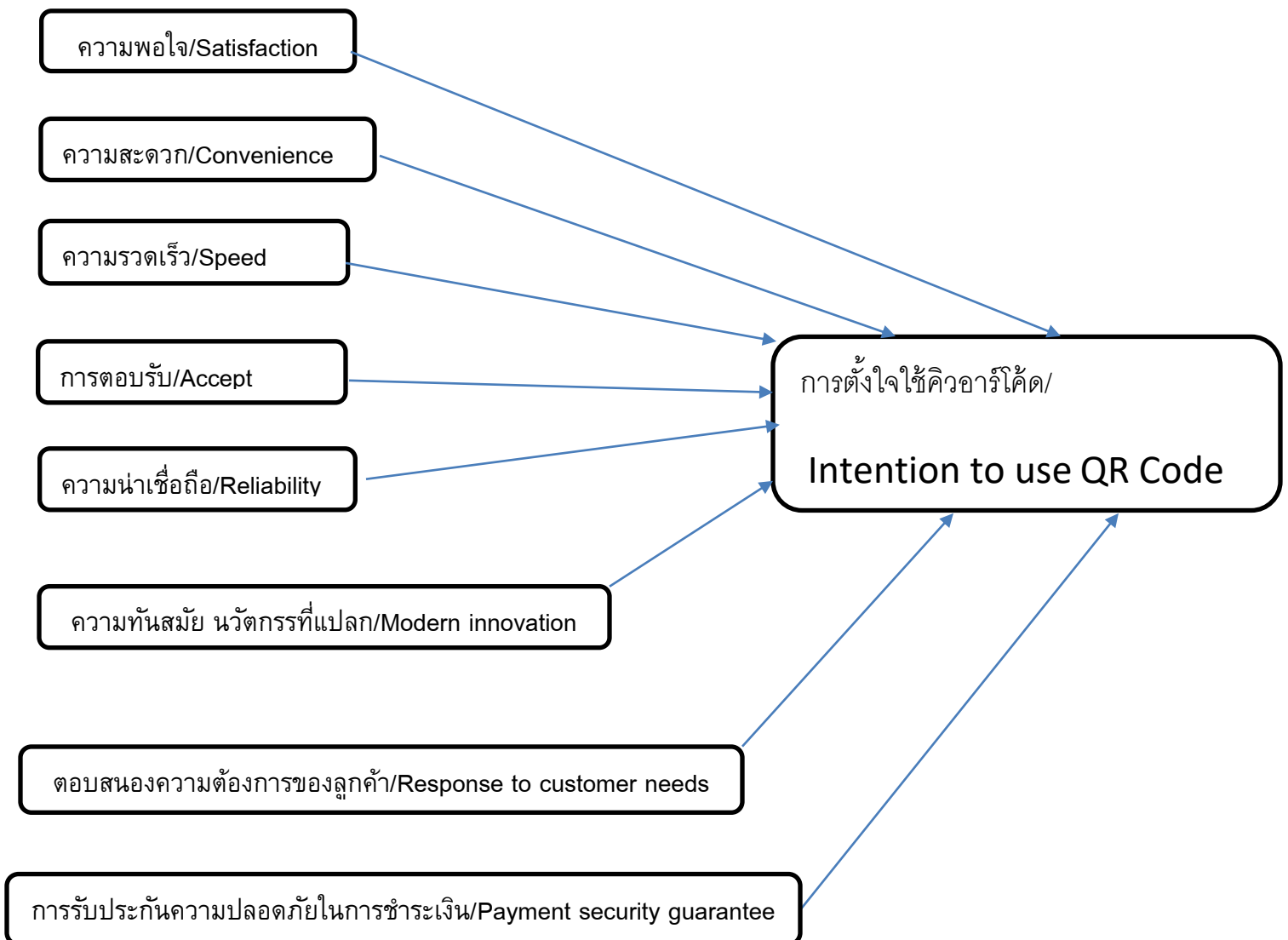
การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมและการตั้งใจใช้ระบบ QR Code ของกลุ่มผู้บริโภคทั้งในเขตกรุงเทพและปริมณฑล โดยจะศึกษาประชากร จำนวน 400 คน โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้รับทราบถึงความพอใจของกลุ่มผู้บริโภคในการใช้ระบบ QR Code และความมีนวัตกรรมของประชาชน

2. นำผลความพึงพอใจที่ได้จากการศึกษาไปสร้างกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคอย่างสูงสุด
3. นำผลการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ไปศึกษา ปรับปรุงแก้ไข ระบบให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ตามความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค
4. นำผลการศึกษางานวิจัยเพื่อให้ นักศึกษา ประชากรทั่วไปได้ศึกษา นวัตกรรม ความพอใจของผู้บริโภคต่อระบบ QR Code ต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย



ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

ตัวแปรอิสระ(independent variable) ได้แก่

- 1.ลักษณะความพอใจ(Satisfaction)ในการใช้ คิวอาร์โค้ด ส่งผลต่อการตั้งใจใช้ คิวอาร์โค้ด
- 2.ความสะดวก(Convenience)ในการใช้ คิวอาร์โค้ด ส่งผลต่อการตั้งใจใช้ คิวอาร์โค้ด
- 3.ความรวดเร็ว(/Speed)ในประสิทธิภาพการใช้งานของคิวอาร์โค้ด ส่งผลต่อการตั้งใจใช้คิวอาร์โค้ด
- 4.การยอมรับ(Accept)ในตัวคิวอาร์โค้ด ส่งผลต่อการตั้งใจใช้ คิวอาร์โค้ด
- 5.ความน่าเชื่อถือ(Reliability)ในตัวคิวอาร์โค้ด ส่งผลต่อการตั้งใจใช้ คิวอาร์โค้ด
- 6.ความทันสมัย นวัตกรรมที่แปลก(Modern innovation) ของคิวอาร์โค้ด ส่งผลต่อการตั้งใจใช้คิวอาร์โค้ด
- 7.ตอบสนองความต้องการของลูกค้า(Response to customer needs) ส่งผลต่อการตั้งใจใช้ คิวอาร์โค้ด
- 8.การรับประกันความปลอดภัยในการชำระเงิน(Payment security guarantee) ส่งผลต่อการตั้งใจใช้ คิวอาร์โค้ด

ตัวแปรตาม (dependent variable) ได้แก่

การตั้งใจใช้คิวอาร์โค้ดของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน)

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการตั้งใจใช้ระบบการชำระเงินด้วยคิวอาร์โค้ด(QR Code) หรือสังคมไร้เงินสดของธนาคารไทยพาณิชย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นการศึกษาวิจัยโดยการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยมีขั้นตอนดังนี้

1.รูปแบบและประเภทของการวิจัย

งานวิจัยนี้ ได้ศึกษาโดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ(Survey research) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาประมวลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์_ SPSS

แหล่งที่มาและประเภทของข้อมูล

1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Quantitative Research) เป็นข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง โดยการลงภาคสนามในการเก็บข้อมูล จำนวน 400 ชุด

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมจากข้อมูลจาก เอกสาร ตำรา หรือหนังสือต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสนับสนุนการทำงานวิจัยในครั้งนี้ด้วย

2. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่มาจับจ่ายใช้สอยและซื้อสินค้าและบริการ โดยจะใช้พื้นที่ตลาดนัดจตุจักร แพรตดิน้ม และบริเวณใกล้เคียง ในปี 2561 (เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ประชาชนส่วนใหญ่มาซื้อสินค้ากันเป็นจำนวนมาก โดยมาจากทั่วพื้นที่ในกรุงเทพและปริมณฑล) จำนวน 400 คน ซึ่งรวมทั้ง ร้านค้า และลูกค้าที่มาจับจ่ายซื้อสินค้า

3. วิธีการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่ซื้อสินค้าและบริการ ในปี 2561 ในช่วงเวลาที่เก็บข้อมูลในการวิจัย ตามพื้นที่การวิจัย โดยพิจารณาตามยุทธศาสตร์การจับจ่ายใช้สอยของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑลไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

และเพื่อผลการวิจัยที่ดี ผู้วิจัยจึงเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเท่าจำนวน 400 คน โดยแบ่งเป็นประชาชนที่มาใช้สอยในตลาดนัดจตุจักร จำนวน 200 คน แพรตดิน้ม 200 คน

การสุ่มตัวอย่าง จะใช้วิธี Purposive sampling เป็นการเลือกตัวอย่างตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยหรือแบบเจาะจง จะเลือกกลุ่มตัวอย่างประชากรในพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑลโดยเลือกในส่วนของตลาดนัดจตุจักร และแพรตดิน้ม โดยการเก็บตัวอย่างจากแบบสอบถามที่เป็นเอกสาร

4 .เครื่องมือที่ใช้และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม(Questionnaire) ที่เป็นเอกสารโดยแบ่งเป็น

4.1 แบบสอบถามด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้

4.2 แบบสอบถามด้านความมีนวัตกรรมของประชากรที่เกี่ยวกับ QR Code ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

4.3 แบบสอบถามด้านพฤติกรรมของประชาชนในการใช้ QR Code โดยแบบสอบถามส่วนนี้ประกอบไปด้วย 8 ด้าน ได้แก่ ความพอใจ ความสะดวก ความรวดเร็ว การตอบรับ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความต้องการของลูกค้า ความทันสมัยกับนวัตกรรมที่แปลก และ การรับประกันความปลอดภัยในการชำระเงิน โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์แบบการหาค่าเฉลี่ย(X) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD) และ T-test

4.4 นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence-IOC)

และเกณฑ์ ค่า IOC แต่ละรายต้องมีมากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 โดยแบบสอบถามมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.067-1 เท่านั้น เพื่อแสดงความสอดคล้องกับเนื้อหา

5. การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม

เมื่อสร้างแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือในการรวบรวมเสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยจะนำแบบสอบถาม ที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง สอดคล้อง ครอบคลุม และครบถ้วนสมบูรณ์ ไปทดลองใช้ (Try Out) กับตัวอย่าง 40 คน กับบุคคลที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ และได้มีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา(α -coefficient) หรือ Cronbach's alpha ของ Cronbach หากมีค่ามาก 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ

6. การเก็บข้อมูล

ทางผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ตรวจสอบโดยระบบ IOC ได้ลงพื้นที่ตามที่กำหนดไว้ในข้อ 4 (เครื่องมือที่ใช้และการเก็บรวบรวมข้อมูล) โดยออกแบบสอบถามในจำนวน 400 ชุด ลงพื้นที่ ในขณะที่พื้นที่ ทางผู้วิจัยได้อธิบายถึงรายละเอียดเกี่ยวกับการกรอกแบบสอบถามและข้อมูลในแบบสอบถามในกรณีที่ผู้ตอบไม่เข้าใจในส่วนของแบบสอบถามบางคำถาม และได้รับแบบสอบถามคืน หลังจากนั้นได้มีตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์และปริมาณที่กำหนด ว่าครบหรือไม่ โดยมีการเก็บข้อมูลในวันเสาร์และอาทิตย์(เป็นวันที่กลุ่มตัวอย่างได้ออกมาซื้อขายกัน) และบางส่วนได้เก็บข้อมูลในตอนเย็นหลังเวลาเลิกงานเพิ่มเติม (เก็บข้อมูลในเดือนมีนาคม 2561)

-นำแบบสอบถามที่ถูกต้องมาลงรหัสตามที่กำหนดไว้

-ทำการประมวลผลข้อมูลที่ได้ลงรหัสไว้แล้วด้วยโปรแกรม SPSS

7 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ -การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ โปรแกรม SPSS

-สถิติที่ใช้ คือ 1 สถิติที่ใช้ทดสอบประสิทธิภาพของแบบทดสอบ คือ ใช้ IOC โดยผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีความรู้ด้าน QR Code คือพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำนวน 3 ท่าน และ 2.ใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เพื่ออธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้ค่าความถี่ และร้อยละ วิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งแสดงในรูปตารางความถี่และร้อยละ

3.ใช้สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยสถิติ T-test และ ANOVA โดยใช้สถิติ T-test เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้ QR Code ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ข้อที่ 3 ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล และได้ใช้สถิติ ANOVA ทดสอบสมมติฐาน ความมีนวัตกรรมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทำให้มีพฤติกรรมการใช้ QR Code ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) มีความต่างกัน

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1.ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความพอใจ ความสะดวก ความรวดเร็ว การตอบรับ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า ความทันสมัย นวัตกรรมที่แปลก และการรับประกันความปลอดภัยในการชำระเงินของระบบ QR Code ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน)

2. ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมของผู้บริโภคต่อระบบ QR Code

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความตั้งใจใช้ระบบ QR Code ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) จากประชากรทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งมีผลต่อตัวแปรข้างต้น

ระเบียบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในการซื้อสินค้าและบริการในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาความต้องการของลูกค้า นำมาปรับปรุงแก้ไข แก้ปัญหาการใช้จ่ายโดยไม่ต้องใช้เงินสด เพื่อสร้าง

ความปลอดภัยในการจับจ่ายใช้สอยของประชาชน โดยไม่ต้องกังวลใด ๆ ในเรื่องการซื้อขายสินค้าและบริการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการตั้งใจใช้ระบบการชำระเงินด้วยคิวอาร์โค้ด(QR Code) หรือสังคมไร้เงินสดของธนาคารไทยพาณิชย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพและปริมณฑล โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้ QR Code ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการในพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล และเพื่อศึกษานวัตกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ในการใช้ QR Code ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน)และเพื่อศึกษาการตอบรับระบบ QR Code หรือสังคมไร้เงินสด ของกลุ่มประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนและนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง นำมาวิเคราะห์ โดยกำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามงานวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมของผู้บริโภคกับการตั้งใจใช้ระบบการชำระเงินด้วยคิวอาร์โค้ด(QR Code) หรือสังคมไร้เงินสดของธนาคารไทยพาณิชย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพและปริมณฑล สรุปได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมของผู้บริโภคกับการตั้งใจใช้ระบบการชำระเงินด้วยคิวอาร์โค้ด(QR Code) หรือสังคมไร้เงินสดของธนาคารไทยพาณิชย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 21-35 ปี ระดับการศึกษา ปริญญาตรี ประกอบอาชีพ พนักงานเอกชน ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท และวัตถุประสงค์ในการใช้ คิวอาร์โค้ด ส่วนใหญ่ใช้ซื้อสินค้าหรือบริการ
2. กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามได้รู้จัก คิวอาร์โค้ด ส่วนใหญ่มาจากทีวีและวิทยุ ในขณะที่สื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่าง อินเทอร์เน็ต อันดับสองรองลงมา หนังสือ/นิตยสาร การแนะนำจากพนักงาน

ธนาคาร และ การบอกต่อ ตามลำดับ สังเกตว่า ทีวียังเป็นที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างนั้น รู้จักคิวอาร์โค้ดผ่านสื่อโฆษณาทางทีวี

3. กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามใช้คิวอาร์โค้ด เพราะว่า ความสะดวกในการใช้งานใช้กับมือถือได้เกือบทุกรุ่น ทั้ง Android และ ios เพราะในยุคปัจจุบันมือถือเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต ยิ่งคนวัยทำงาน ต้องใช้มือถือในการติดต่อสื่อเกี่ยวกับงานตัวเองตลอด ความรวดเร็วทั้งด้านการซื้อขายหรือประสิทธิภาพของระบบในคิวอาร์โค้ด นั้น เป็นเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบ ถัดมา ความทันสมัยในด้านนวัตกรรม ความปลอดภัยในการใช้จ่ายหรือชำระเงิน การตอบสนองความต้องการในการใช้จ่าย และชื่นชอบในคิวอาร์โค้ดเพราะความเป็นธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ที่อันเป็นธนาคารอันดับต้นๆ ของประเทศไทย

การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่องนี้ ทำให้ทราบว่า ตัวแปรอิสระได้แก่ ความพอใจ ความสะดวก ความรวดเร็ว การตอบรับ ความน่าเชื่อถือ ความทันสมัย นวัตกรรมที่แปลก การตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการรับประกันความปลอดภัยในการชำระเงิน มีผลกระทบต่อตัวแปรตาม คือ การตั้งใจใช้ คิวอาร์โค้ด ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลการนำตัวแปรอิสระทุกตัวตามกรอบแนวความคิดมาทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ(Multiple Regression analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งคู่

ผลการวิเคราะห์ทั้งคู่นั้น พบว่า ความสัมพันธ์ทั้ง 8 คือ 1.ความพอใจ นั้นเป็นไปตามตรงตามสมมติฐานของงานวิจัยเป็นไปตามทฤษฎีของผศ.ดร.นภวรรณ คณานุรักษ์ ได้กล่าวถึงความพอใจไว้ว่า ผลการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์ทั้งในรูปแบบตัวสินค้าหรือรูปแบบการบริการ ตรงกับความคาดหวังของลูกค้าได้เป็นอย่างดี หรือ ดียิ่งกว่า ทำให้มีการบอกต่อหรือกลับมาใช้ซ้ำ ในขณะที่ 2.ความสะดวกนั้นได้พิสูจน์ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างได้ชื่นชอบ คิวอาร์โค้ด เพราะเหตุผลนี้ อันเนื่องมาจากเป็นนวัตกรรมใหม่และสามารถรองรับการซื้อขายสินค้าได้เป็นอย่างดี แต่มีคิวอาร์โค้ด ต่อมา 3.ความรวดเร็ว ซึ่งเหมาะกับสังคมปัจจุบันมากในการซื้อขายเพราะคิวอาร์โค้ดนั้นทำให้การซื้อขายเป็นไปอย่างรวดเร็วทั้งด้านเวลาในการซื้อขายและประสิทธิภาพในการทำงานของคิวอาร์โค้ด ซึ่งทั้ง 2 ตัวแปรนี้ยืนยันได้จากทฤษฎี ของแนวคิดด้านความสะดวกและความรวดเร็ว เป็นการลดขั้นตอนการใช้จ่ายที่มีอยู่ให้สั้น กระชับลงเพื่อสร้างความพอใจให้กับลูกค้า เพราะลูกค้าในยุคปัจจุบัน ชอบความสบาย ๆ ไม่ยุ่งยาก ไม่ต้องมีขั้นตอนมากมาย ไม่ซับซ้อน ง่ายต่อกาใช้สอย ซึ่งความสะดวกสบายนั้นเป็น 1 ใน 5 พื้นฐานความต้องการของมนุษย์ (ดร.อดิศักดิ์ สุวิวัฒน์ 2556 , หน้า 52) 4.การตอบรับ ซึ่งเป็นข้อพิสูจน์ว่า คิวอาร์โค้ดนั้น ได้มีการตอบรับจากกลุ่มตัวอย่างเป็น

อดี เห็นได้จากการตอบแบบสอบถามซึ่งไม่มีบุคคลใดไม่รู้จักรีวิวโค้ด 5. *ความน่าเชื่อถือ* ความเป็น
 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นธนาคารอันดับต้น ๆ ของประเทศ ยิ่งได้มีการนำนวัตกรรม
 ใหม่ทางการเงินเข้ามาตลอดเวลา ทำให้ประชาชนทั่วไปจึงเป็นลูกค้าและใช้บริการของธนาคารทั้งอย่าง
 แพร่หลาย 6. *ความทันสมัย นวัตกรรมที่แปลก* จากที่กล่าวมาจากข้างต้น(ความน่าเชื่อถือ) ผู้บริหารระดับสูง
 ไม่เคยที่จะหยุดคิดการนำนวัตกรรมใหม่เข้าทำให้งานธนาคารเติบโต และประชาชนเข้าถึงได้มากยิ่งขึ้น
 นวัตกรรมของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) เช่น ตู้ฝากเหรียญ ตู้ขายสินค้าอัตโนมัติ SUN 108
 Vending เป็นต้น 7. *การตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นที่รู้กันว่า* ทุกองค์กรต้องการตอบสนองความ
 ต้องการของลูกค้ากันเป็นหลัก ดังนั้นนวัตกรรม รีวิวโค้ด ได้ตอบโจทย์การซื้อขายสินค้าและบริการของ
 กลุ่มลูกค้าในยุคปัจจุบันเป็นอย่างดี อย่างแนวคิดด้านการตอบสนองความต้องการ *อรรถัย เลิศวรรณวิทย์ จาก*
หนังสือการวางแผนการตลาด (2559, หน้า 501) ได้กล่าวถึงการตอบสนองไว้ว่า เป็นกระบวนการที่ผู้รับสาร
 ตอบสนองต่อสารนั้น ซึ่งอาจจะตอบสนองในทางบวก หรือทางลบ ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจต่อสารนั้น การ
 ตอบสนองจะมาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ความคิด การกระทำ ความรู้สึก โดยจะแสดงพฤติกรรมออกมาให้เห็น
 คือ ถ้าเป็นความคิดความรู้สึกก็จะแสดงให้เห็นจากคำพูด เช่น ความรู้สึกเมื่อรับประทานอาหาร ถ้าพอใจ ก็
 จะแสดงด้วยคำพูดว่า อร่อย หรือบางครั้งก็จะแสดงด้วยสีหน้า ด้วยการยิ้ม การพยักหน้า ซึ่งจะยอมรับ
 อาหารนั้น และถ้าแสดงด้วย ท่าทาง การกระทำ เช่น การกลับมาซื้อซ้ำ การบอกต่อ ผลจากการรับสาร มีผล
 ต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ตลอดเวลา และ 8. *การรับประกันความ*
ปลอดภัยในการชำระเงิน ณ สักมปัจจุบันที่มีอาชญากรรมทางการเงินเกิดขึ้นมากมาย ทำให้ความปลอดภัย
 ในการชื้อขายนั้นเป็นไปได้ยาก ที่เห็นกันบ่อยมากคือการซื้อขายออนไลน์ มีการโอนเงินแล้วก็หนีหาย มีทั้ง
 ลูกค้าและพ่อค้าแม่ค้าเอง ก็ต้องระวังในการชื้อขายเป็นอย่างยิ่ง แต่รีวิวโค้ดเข้ามาตอบโจทย์นี้ เพราะคิ
 วาร์โค้ดเองจะผูกติดกับบัญชีที่ผู้เป็นเจ้าของมือถือและถ้าเข้าไปในแอปฯ SCB Eazy ของธนาคาร การเข้า
 ต้องใช้พาสเวิร์ดหรือสแกนนิ้วมือของเจ้าของเครื่องเท่านั้น ต่อให้มือถือหายถ้าไม่ทราบพาสเวิร์ด หรือไม่มี
 นิ้วของเจ้าของเครื่อง ก็ไม่สามารถปลดล็อคได้ ตามแนวคิดของแนวคิดด้านความปลอดภัย *อรรถัย เลิศวรรณ*
วิทย์ จากหนังสือการวางแผนการตลาด (2559, หน้า 169) ได้กล่าวถึงความปลอดภัยของทฤษฎีลำดับขั้น
 ความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchical Theory of motivation) คือความมั่นคงในการใช้ชีวิต
 ของตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นความมั่นคงในเรื่องใดก็ตาม เช่น ความมั่นคงในเรื่องการใช้ชีวิต ความมั่นคงในเรื่อง
 การเงิน ความต้องการสิ่งที่ปกป้องอากาศโดยมีการใส่เสื้อผ้า การกินอาหารที่ปลอดภัย การเดินทางที่
 ปลอดภัยไม่มีอุบัติเหตุ

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ได้เป็นประโยชน์แนวทางให้กับผู้บริหาร ในการนำงานวิจัยไปให้ เพื่อประเมินการใช้งานคิวอาร์โค้ด ของลูกค้าเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและอย่างที่ทราบวาระบบการซื้อขายผ่านคิวอาร์โค้ด นั้นได้รับความนิยมจากพ่อค้าแม่ค้าเป็นอย่างมาก แต่สิ่งที่เห็นได้ชัดว่า ระบบนี้ยังไม่ได้กระจายไปหาลูกค้าต่างจังหวัด ซึ่งมีน้อยมาก ทำให้ลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ในพื้นที่ห่างไกลไม่สามารถใช้คิวอาร์โค้ดได้ ดังนั้นทางธนาคารจึงต้องมีการขยายไปตามภูมิภาคต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงกันทั่วประเทศ

และการวิจัยครั้งนี้ได้มีการวิจัยเฉพาะคิวอาร์โค้ดเท่านั้น ควรจะมีการทำงานวิจัยโปรดัคส์อื่นๆ ด้วย เพื่อประโยชน์ของตัวธนาคารเอง เพื่อรับรู้ความต้องการของกลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นสิ่งสำคัญ

บรรณานุกรม

ชไมพร สุธรรมวงศ์,ดร.บัณฑิต ไรจน์อารยานนท์(2554),นวัตกรรมบริการ,กรุงเทพ, : สำนักพิมพ์สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น)

ชูชัย สมितिไกร(2558:5),พฤติกรรมผู้บริโภค,สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผศ.ดร.นภวรรณ คณานุรักษ์(2556), การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา.กรุงเทพ.คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ผศ.ดร.นภวรรณ คณานุรักษ์(2556), พฤติกรรมผู้บริโภค,คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้า .กรุงเทพ.ซีวีแอลการพิมพ์

ประวิทย์ พุ่มพา(2559),พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ การตลาด 3.0,จรัสนิทวงศ์การพิมพ์

พัชรพร เหลืออุษากุล(2557),รู้จักพฤติกรรมผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร ,สำนักพิมพ์ บริษัท ชิงค์ บียอนด์ บুকส์

พยัต วุฒิรงค์(2555:1),การจัดการนวัตกรรมจากแนวคิดสู่การปฏิบัติที่เป็นเลิศ,กรุงเทพ,สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภักดี ศรีอรุณ(2559),พฤติกรรมผู้บริโภค กรุงเทพ,ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ

เหมือนจิต จิตสุนทรชัยกุล(2559),พฤติกรรมผู้บริโภคกับธุรกิจค้าปลีก,กรุงเทพ : ซีเอ็ดดูเคชั่น

ภัสส์วัฒน์ ศุภผลกุลนันท์(2558),PRINCIPLES OF MARKETINGกรุงเทพ: สำนักพิมพ์สเตอร์นเจอร์ส บুক

รองศาสตราจารย์ดร.เสน่ห์จัญโต(2558),การบริหารนวัตกรรมแนวใหม่,โครงการส่งเสริมการแต่งตั้งคณาจารย์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

รศ.สมจิตร ล้วนจำเริญ(2554),พฤติกรรมผู้บริโภค,กรุงเทพ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง

รศ.สมจิตร ล้วนจำเริญ(2555),การจัดการการตลาด กรุงเทพ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง

อรทัย เลิศวรรณวิทย์(2559:1),การวางแผนการตลาด กรุงเทพ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

C.K. PRAHALAD AND M.S.KRISHNAN (2008), *The new age of innovation* แปลและเรียบเรียงโดย นิสิต มโนตั้งวรพันธ์ (2552), โลกใหม่แห่งนวัตกรรม, สำนักพิมพ์แมกกรอ-ฮิล

ลาร์รี่ คีลีย์, ไรอัล พิคเกิล, ไบรอัน ควินน์, เฮเลน วอลเตอร์ส (2008) ผู้แปล จุติพงษ์ ภูสุมาส, สุวิสา แซ่อึ้ง, สิบ รูปแบบการสร้างนวัตกรรม, สำนักพิมพ์ บริษัท ไอดีซี พรีเมียร์

<http://rompo.scb.co.th/article/world-update/ten-technology>

<http://rompo.scb.co.th/article/world-update/customer-4dot0>

<http://scbcorp.sharepoint.com/sites /ceohomepage/Pages/MoneyExpo.aspx>

<http://scbcorp.sharepoint.com/sites /ceohomepage/Pages/Digital Success.aspx>

<http://scbcorp.sharepoint.com/sites /ceohomepage/Pages/Digital Money.aspx>

<https://brandinside.asia/go-to-cashless-society-qr-code-scb> คิวอาร์โค้ด scb

<http://www.scb.co.th/easypay>