

IDENTIFYING FACTORS THAT INFLUENCE INTENTION TO ADOPT QR CODE AMONG FIRMS IN THAILAND

NUTTAWAT LIMPIPOUNPAIBOON 5438821 ICMA/M

M.B.A. (BUSINESS MODELING AND ANALYSIS)

THEMATIC PAPER ADVISORY COMMITTEE: CHONLATIS DARAWONG, Ph.D. (MANAGEMENT), VEERA BHATIASEVI, Ph.D. (MANAGEMENT OF TECHNOLOGY), CHANIN YOOPETCH, Ph.D. (DEVELOPMENT ADMINISTRATION)

ABSTRACT

The main objective of this research is to identify the factors influencing the intention to adopt QR Codes among firms in Thailand. Many firms are currently adopting the innovation that could effectively interact with customers. QR code is a vitally necessary tool for any firms for communication with their customers. Firms need to understand what factors they should consider before implementing QR code to avoid resistance from their employees.

In this research, the technology, organization and environment (TOE) framework was selected to analyze three aspects that influence the intention to adopt QR code. Over 400 sets of questionnaires were distributed to a corporate employee to evaluate the proposed model. The results show that environmental context were the highest influential rate. For individual factors, we found that mimetic pressure, complexity and organization compatibility are the most significant that could influence the intention to adopt QR code.

KEY WORDS: FIRMS IN THAILAND / THE INTENTION TO ADOPT QR CODE / ADVERTISEMENT / QR CODE

66 pages

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ QR code ของบริษัทในประเทศไทย

IDENTIFYING FACTORS THAT INFLUENCE INTENTION TO ADOPT QR CODE AMONG FIRMS IN THAILAND

ณัฐวัฒน์ ติมปิผลไพบุลย์ 5438821 ICMA/M

บธ.ม. (การวิเคราะห์และการสร้างตัวแบบธุรกิจ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ชลธิศ ดาราวงษ์, Ph.D. (MANAGEMENT), วีระ ปาติยเสวี, Ph.D. (MANAGEMENT OF TECHNOLOGY), ชนินทน์ อยู่เพชร, Ph.D. (DEVELOPMENT ADMINISTRATION)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ QR code ของบริษัทในประเทศไทย ในปัจจุบันมีหลายบริษัทที่นำเทคโนโลยีมาใช้ในการสร้างสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพกับลูกค้า QR code เป็นเครื่องมือที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับทุกๆ บริษัทที่จะใช้ในการสื่อสารกับลูกค้า บริษัทจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงปัจจัยต่างๆ ที่จะต้องนำมาพิจารณาก่อนที่จะนำเอา QR code มาใช้เพื่อหลีกเลี่ยงแรงต่อต้านจากพนักงาน

ในการวิจัยชุดนี้ได้มีการนำเอาขอบข่าย ด้านเทคโนโลยี องค์กร และสิ่งแวดล้อม (Technology, Organization and Environment (TOE) Frame Work) มาเพื่อใช้สำหรับวิเคราะห์ ทั้งสามแง่มุม แบบสอบถามมากกว่า 400 ชุด ได้มีการแจกจ่ายไปยังพนักงานในบริษัทต่างๆ เพื่อประเมินผลของโมเดลที่ใช้ ผลจากการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าขอบข่ายด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลมากที่สุด สำหรับปัจจัยเดี่ยวพบว่า แรงกดดันในการลอกเลียนแบบ ความซับซ้อน และ ความสอดคล้องกับองค์กรคือตัวแปรสำคัญที่สามารถส่งผลกระทบต่อการใช้ QR code

66 หน้า