

พฤติกรรมการใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติของพนักงานบริษัท  
ในเขตบางรัก

BEHAVIOR OF USING A CASH WITHDRAWAL SERVICE WITHOUT USING A CARD  
THROUGH AN AUTOMATED TELLER MACHINE OF COMPANY EMPLOYEES IN  
BANGRAK AREA

อรนิชา เจริญทัศน์

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Onnicha Charoenthat

E-mail: ni\_lovabie@hotmail.com

Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

**บทคัดย่อ**

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติของพนักงานบริษัท ในเขตบางรัก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติของพนักงานบริษัท ในเขตบางรัก ได้แก่ จุดประสงค์ของการกดเงินโดยไม่ใช้บัตร (What) เหตุผลของการกดเงินโดยไม่ใช้บัตร (Why) สถานที่ในการกดเงินโดยไม่ใช้บัตร (Where) ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตร (When) ผู้มีอิทธิพลในการกดเงินโดยไม่ใช้บัตร (Whom) การเลือกใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตร (How) โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา ธนาคารที่ใช้บริการเป็นประจำ ประชากรในงานวิจัยนี้คือ พนักงานบริษัท ที่ใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ ในเขตบางรัก กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ (SPSS Version25) หาค่าความถี่(Frequencies) ค่าร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 29 ปีจำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ รับจ้าง จำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 78.3 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท

จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 78.0 ส่วนใหญ่เลือกธนาคารที่ใช้บริการเป็นประจำธนาคารกสิกรไทย จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5

2) พฤติกรรมการใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติของพนักงานบริษัท ในเขตบางรัก โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่อยู่ในระดับ มากที่สุด คือ เหตุผลของการกดเงินโดยไม่ใช้บัตร, จุดประสงค์ของการกดเงินโดยไม่ใช้บัตร, การเลือกใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตร และสถานที่ในการกดเงินโดยไม่ใช้บัตร ตามลำดับ และด้านที่อยู่ในระดับ มากคือ ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตร และ ผู้มีอิทธิพลในการกดเงินโดยไม่ใช้บัตร ตามลำดับ

คำสำคัญ : พฤติกรรม, เครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ

## Abstract

The research of behavior of using a cash withdrawal service without using a card through an automated teller machine of the company's employees in Bangrak area. aims to study the behavior of office workers cardless withdrawal activity by ATM in Bangrak district; the objective of withdrawal (What), the reason of the activity (Why), the place of the activity (Where), the period of time (When), the influencer of the activity (Whom), the method of use (How). By dividing personal factors: gender, age, occupation, income per month, educational level, and regular bank. The target population of the research is office workers that are regularly cardless withdrawing by ATM in Bangrak district. The target number of sample survey is 400. The research instrument is questionnaire, and deliver into analyzing process by instant computer programs (SPSS Version25) to generate frequencies, percentages, mean, standard deviation (SD) data.

The survey shows that 1) of the total of 400 sample; 240 samples are female is equal to 60%. The samples age is; 215 samples are in between 21-29 is equal to 53.8%. The samples occupation is; 313 samples are private company employees or employments is equal to 78.3%. The samples income per month is; 138 samples are 20,001-30,000 baht is equal to 34.5%. The samples educational level is; 312 samples are Bachelor's degree or equivalent is equal to 78.0%. The samples regular bank is; 134 samples are Kasikorn Bank is equal to 33.5%. 2) Overall highest factors of cardless withdrawal behavior by ATM of office workers in Bangrak district can be considered into parts; the reason, the objective, the method, and the place respectively. Second factors of the activity are the period of times, and the influencer respectively.

Keywords: Behavior, Automated Teller Machine (ATM)

## บทนำ

ในยุคนี้เทคโนโลยีพัฒนาไปไวจนเปลี่ยนแปลงอะไรหลายอย่างในการใช้ชีวิตประจำวัน มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว เช่น โทรศัพท์มือถือ ตอนนี้กลายเป็นของสำคัญที่ขาดไม่ได้อีกต่อไป เพราะมือถือเครื่องเดียวก็สามารถใช้ชีวิตได้ เนื่องจากสามารถรองรับต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ต รองรับต่อการใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์ค รวมไปถึงการใช้งานแอปพลิเคชันต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการทำรายการชำระสินค้าและบริการ เป็นยุคที่นิยมความสะดวกสบายง่ายต่อการใช้บริการ เมื่อกล่าวถึงการชำระและบริการ เรื่องที่กำลังมาแรงในตอนนี้เกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางการเงินให้มีความสะดวกสบายมากขึ้น พัฒนาตามยุคสมัย จะต้องทำอย่างไรให้ใช้จ่ายทำรายการโดยไม่ต้องไปธนาคาร หรือ ลดขั้นตอนที่อยู่ยากในการไปธนาคาร ซึ่งการถอนเงินแบบไม่ต้องใช้บัตรเอทีเอ็มจึงเป็นเรื่องใหม่สำหรับหลายๆคน แต่ไม่ใช่เรื่องยากหากรู้ขั้นตอนและวิธีการใช้งานอย่างถูกต้อง การกดเงินไม่ใช้บัตร คือการใช้มือถือทำรายการถอนเงินที่เครื่องเอทีเอ็ม และรับเงินสดได้ทันที โดยไม่มีค่าธรรมเนียม ข้อดีของการกดเงินโดยไม่ใช้บัตร (1) สะดวก สามารถทำรายการถอนเงินจากตู้เอทีเอ็มได้ตลอด 24 ชม. (2) ปลอดภัยจากการโจรกรรมข้อมูลบัตร หรือบัตรหาย (3) ไม่เสียค่าธรรมเนียมในการทำบัตรเอทีเอ็ม หรือบัตรเดบิต (4) ค่าธรรมเนียมกดเงินฟรี

อย่างไรก็ตามบริการกดเงินไม่ใช้บัตร ไม่ได้แปลว่าจะเข้ามาแทนที่บัตรเดบิตเสมอไป เพราะลูกค้าส่วนใหญ่ยังเคยชินกับการใช้บัตรเดบิตถอนเงินสด รวมทั้งใช้จ่ายแทนเงินสดตามร้านค้ารับบัตรทั้งในและต่างประเทศ และช้อปปิ้งออนไลน์ แต่เมื่อพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป การดำเนินชีวิตกันรวดเร็วขึ้น เร่งรีบต่อเวลามากขึ้น ผู้คนรีบออกจากบ้าน จนบางครั้งมีการหลงลืมสิ่งของทิ้งไว้ เช่น เงินสด บัตรเครดิต หรือแม้กระทั่งกระเป๋า หรืออาจจะเป็นการลืมกระเป๋าตังค์ไว้ตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ที่ร้านอาหาร รวมถึงการถูกขโมย การหันมาใช้แอปฯทำธุรกรรมทางการเงินเดินไปกดเงินโดยไม่ใช้บัตรมีแค่มือถือเครื่องเดียวก็ทำได้ แม้วันที่เราลืมนำบัตรเดบิต หรือบัตรเกิดชำรุดขึ้นมาจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจมากขึ้น และยังโอนเงินต่างธนาคารและพร้อมเพย์ได้ฟรี เป็นสัญญาณที่ดีมีแนวโน้มที่เราจะถือบัตรเดบิตเฉพาะที่จำเป็นเพียงแค่ 1-2 ใบเท่านั้น เพื่อลดภาระค่าธรรมเนียมรายปีน้อยลงอีกด้วย

ดังนั้น ผู้วิจัย จึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติของพนักงานบริษัท ในเขตบางรัก เพื่อทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตร โดยเฉพาะพนักงานบริษัท ในเขตบางรัก เนื่องจากในเขตบางรักเป็นแหล่งธุรกิจ มีบริษัทรวมกลุ่มเป็นจำนวนมาก และพนักงานส่วนใหญ่เป็นเด็กจบใหม่จนถึงวัยกลางคนค่อนข้างเยอะ เป็นกลุ่มที่ทันสมัยเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ และชอบสิ่งที่อำนวยความสะดวกที่สุด ทำให้การใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรเป็นทางเลือกของคนทำงานที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็วของการกดเงิน และเพื่อนำข้อมูลไปปรับใช้ให้สอดคล้องและตรงกับความต้องการกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการต่อไป

## วัตถุประสงค์การทำวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติของพนักงานบริษัทในเขตบางรัก

### ขอบเขตของการวิจัย

มุ่งศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติของ พนักงานบริษัท ในเขตบางรัก มีขอบเขตในการวิจัย ดังนี้

#### ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ตัวแปรอิสระ คือปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัท ที่ใช้บริการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติของพนักงานบริษัท ในเขตบางรัก ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพรายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษาธนาคารที่ใช้บริการเป็นประจำ

2. ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้บริการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติของพนักงานบริษัท ในเขตบางรัก ได้แก่ จุดประสงค์ของการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร (What) เหตุผลของการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร (Why) สถานที่ในการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร (Where) ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร (When) ผู้มีอิทธิพลในการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร (Whom) การเลือกใช้บริการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร (How)

#### ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานบริษัท ที่ใช้บริการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติในเขตบางรัก

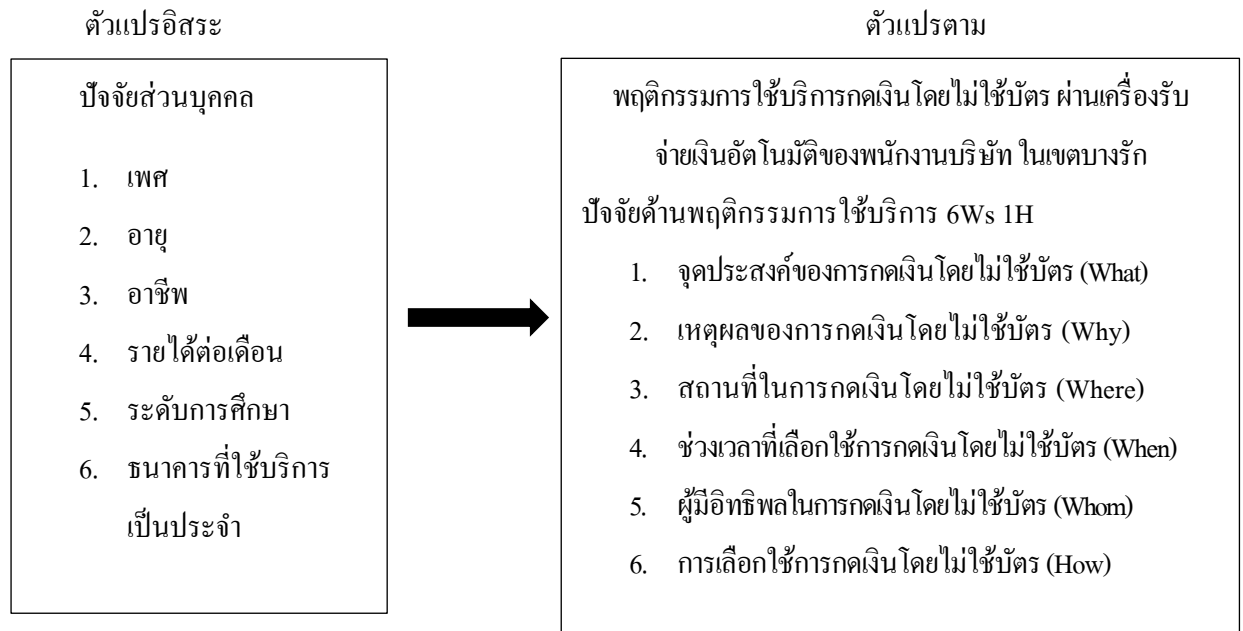
#### ขอบเขตด้านระยะเวลา

ช่วงเวลาการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ศึกษาตั้งแต่เดือน มีนาคม 2565 – เมษายน 2565

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติของพนักงานบริษัทในเขตบางรัก
2. เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติของพนักงานบริษัท ในเขตบางรัก เพื่อนำข้อมูลไปปรับใช้ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ, 2543, หน้า 35 กล่าวถึง พฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการวิจัย เกี่ยวกับ พฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยการวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior) จะใช้คำถาม 6 Ws และ 1 H ในการตั้งคำถาม

### 6W1H การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

6W1H คือ ทฤษฎีการศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อนำมาวางกลยุทธ์ทางการตลาด ตามหา กลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ ให้ยอดขายเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งหลักการวิเคราะห์ของทฤษฎีนี้ประกอบไปด้วย 6W คือ Who What Where Why When Whom และ 1H คือ How

1. Who ใครคือลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของคุณ เป็นการศึกษาถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมายในเรื่องต่างๆ เช่น เพศ อายุ อาชีพ สถานที่ เป็นต้น
2. What เป็นการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้บริการ ว่าต้องการอะไร ดูพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า สไตลล์การใช้ชีวิต การใช้บริการในกลุ่มเป้าหมายชอบ
3. Why ทำไมผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าและบริการ ต้องศึกษาผู้บริโภคหาเหตุผลว่าทำไมผู้บริโภคจึงต้องตัดสินใจ ตอบสนองความต้องการ ตอบสนองตามปัจจัยพื้นฐาน
4. Where ช่องทางในการซื้อหรือใช้บริการ ช่องทางที่ลูกค้าใช้ในการหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ
5. When ซื้อสินค้าและบริการเมื่อไหร่ เราต้องคำนึงว่าสินค้าของเราอยู่ในช่วงเวลาใด หรือขายได้ตลอดทั่วไป

6. Whom ใครที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของผู้บริโภคบ้าง คือ กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เช่น พ่อแม่บอกให้ซื้อหรือใช้บริการ เพื่อนแนะนำมา

7. How ถูกคำมีเงื่อนไขอะไรที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ เป็นการวิเคราะห์สิ่งที่ทำให้ลูกค้ายอมตกลงปลงใจซื้อสินค้าหรือบริการ ลูกค้าบางคนอาจจะซื้อเฉพาะช่วงที่มีโปร โมชั่นลดราคาหรือมีของแถม การมีบริการที่สะดวก และตอบโต้ท้อย่างขึ้นตอนเลือกซื้อสินค้าและบริการ

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภัทรา ดำรงไทย (2556) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการเครื่องบริการอัตโนมัติธนาคาร กรุงเทพฯ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 – 30 ปี การศึกษาปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว หรือค้าขาย รายได้ 10,001 - 20,000 บาท วัตถุประสงค์ของการใช้บริการ คือ ธุรกิจด้านฝากและถอน 2) ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ถัดมาคือ ด้านกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการบริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคาตามลำดับ 3) ระดับความสำคัญของทัศนคติต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ความเชื่อ ถัดมาคือ การปฏิบัติ และความรู้ ตามลำดับ 4) ความสัมพันธ์ของข้อมูลทั่วไปทุกด้านยกเว้นเพศ มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการเครื่องบริการอัตโนมัติของธนาคารกรุงเทพฯ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 5) สมการพยากรณ์คือ  $\hat{Y} = 2.362 - 0.860C1 + 0.657C2 - 0.318C5 - 0.922D1 + 0.734D2$  เมื่อ C1 แทนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ C2 แทนปัจจัยด้านราคา C5 แทนปัจจัยด้านบริการ และ D1 แทนความรู้ D2 แทนความเชื่อ ซึ่งอธิบายความถูกต้องร้อยละ 67.00

ภาณุพันธ์ พุฒพวง (2561) ศึกษาเรื่องการยอมรับการใช้บริการกดเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช่บัตร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความสะดวกสบาย ปัจจัยการประหยัดเวลา ปัจจัยการประหยัดต้นทุน ปัจจัยความปลอดภัย และ ปัจจัยความไว้วางใจ ส่งผลให้ เกิดการยอมรับการใช้บริการกดเงินสดโดยไม่ใช่บัตรดังกล่าว นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่าผู้บริโภค ยังคงมีความกังวลในความเสี่ยงทางการเงิน และความเสี่ยงทางด้านประสิทธิภาพของบริการกดเงินสด โดยไม่ใช่บัตร ในขณะที่เดียวกันการออกแบบแอปพลิเคชัน ปัจจัยความเสี่ยงด้านเวลา และปัจจัยความเสี่ยงทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการกดเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช่บัตร

สราวัลย์ ตั้งปัทมชาติ (2561) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการชำระเงินผ่าน Mobile Banking ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่เป็นตัวอย่างได้รับอิทธิพลในการใช้ Mobile banking จากตนเองมากที่สุด ส่วนใหญ่ใช้ Mobile banking เพื่อซื้อสินค้าและบริการให้ตนเอง และชำระสินค้าและบริการด้วย Mobile banking เรื่องเสื้อผ้า/รองเท้ามากที่สุด โดยชำระสินค้าและบริการด้วย Mobile banking ในราคา 501-1,000 บาทมากที่สุด มีเหตุผลในการใช้ Mobile banking เพราะสะดวกรวดเร็วมากที่สุด ส่วนใหญ่ใช้ Mobile Banking ในช่วงเวลาเย็น /ค่ำมากที่สุด โดยใช้ Mobile Banking เฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด

ชำระสินค้าและบริการผ่าน Mobile Banking กับร้านค้าออนไลน์มากที่สุด โดยชำระสินค้าและบริการผ่าน Mobile Banking กับธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการชำระเงินผ่านโมบายแบงก์กึ่งแตกต่างกัน

ปณดดา ขาวจิตร (2563) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของประชาชนทั่วไปที่เป็นลูกค้าธนาคารและสถาบัน การเงินในประเทศไทยที่ให้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติที่มีเพศและอายุ ต่างกันการยอมรับการใช้บริการ ถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงินต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงินไม่ต่างกัน ส่วนปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านความคาดหวังต่อการปฏิบัติงาน ด้านความคาดหวังด้านบริการ ของผู้ใช้งาน ด้านอิทธิพลจากสังคม ปัจจัยความเสี่ยงด้านความเสี่ยงจากการโจรกรรมข้อมูลต่างกัน มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน

สิริธร วิรัชพันธ์,ปราโมทย์ ลือนาม (2563) ศึกษาเรื่องการเลือกบริการเทคโนโลยีกดเงินแบบไม่ใช้บัตรของธนาคารพาณิชย์ไทยที่เหมาะสมด้วยกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์แบบพีชชี ผลการวิจัยพบว่าการทำธุรกรรมทางการเงินด้วยเทคโนโลยีแบบไม่ใช้บัตรได้รับความสนใจจากสถาบันการเงินของประเทศเพิ่มสูงขึ้นเป็นอย่างมากในช่วงปีที่ผ่านมา แต่การนำเทคโนโลยีนี้มาใช้โดยผู้บริโภคกลับมีปริมาณที่ต่ำมาก กุญแจสำคัญด้านหนึ่งที่สามารถนำมาใช้ปรับปรุงการยอมรับการใช้บริการเทคโนโลยีกดเงินแบบไม่ใช้บัตรของธนาคารพาณิชย์คือ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ด้วยการส่งมอบประสบการณ์ที่ดีและตรงกับใจของผู้ใช้งานที่สุด การศึกษานี้มี วัตถุประสงค์เพื่อหาลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเทคโนโลยีกดเงินแบบไม่ใช้บัตร และนำปัจจัยมาใช้ระบุรูปแบบของการให้บริการที่ดีที่สุดตามความคาดหวังของผู้บริโภค โดยอาศัยกระบวนการจัดลำดับความสำคัญเชิงวิเคราะห์แบบพีชชี

เพียงขวัญ ศรีอาวุธ (2564) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบสังคมไร้เงินสดที่มีผลต่อความพึงพอใจในมุมมองผู้บริโภค ของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่า การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในมุมมองผู้บริโภค ในการใช้จ่ายแบบสังคมไร้เงินสดของประชากรในกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้ชีวิต แบบสังคมไร้เงินสดของประชากรในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีทางการเงินของผู้บริโภค 3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ของผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบสังคมไร้เงินสดที่มีผลต่อความพึงพอใจในมุมมองผู้บริโภค ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชากรในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในมุมมองผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบสังคมไร้เงินสดของประชากรในกรุงเทพมหานครต่างกัน

## วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานบริษัท ที่ใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ ในเขตบางรัก

### กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร ผู้วิจัยใช้สูตรของ W.G.Cochran การสุ่มตัวอย่างเป็น ร้อยละ 50 หรือ 0.5 จากประชากรทั้งหมด ระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้อยู่ที่ 0.05 จากการแทนค่าขนาดกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ได้ จำนวน 384.16 หรือ 385 คน เพื่อให้ผลที่ครอบคลุมป้องกันการเสียหาย จะใช้กลุ่มตัวอย่างประชากรอยู่ที่ 400 คน แต่ไม่น้อยกว่า 385คน

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) และเลือกใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา และธนาคารที่ใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบคำตอบเดียว มีจำนวน 6 ข้อ

**ส่วนที่ 2** ปัจจัยด้านพฤติกรรม เรื่องพฤติกรรมการใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ มี 6 พฤติกรรม ซึ่งได้จัดทำแบบสอบถาม 6 ด้าน จุดประสงค์ของการกดเงินโดยไม่ใช้บัตร (What) เหตุผลของการกดเงินโดยไม่ใช้บัตร (Why) สถานที่ในการกดเงินโดยไม่ใช้บัตร (Where) ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตร (When) ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจกดเงินโดยไม่ใช้บัตร (Whom) การเลือกใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตร (How) จำนวน 28 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นการประเมินของลิเคิร์ต (Likert's Rating Scale) โดยมีค่าคะแนน 5 ระดับ ดังนี้ มากที่สุด=5, มาก=4, ปานกลาง=3, น้อย=2, น้อยที่สุด=1

### การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

สร้างแบบสอบถาม พฤติกรรมการใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติของพนักงานบริษัท ในเขตบางรัก และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 2 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงและความถูกต้องของเนื้อหา ตลอดจนไปถึงความชัดเจน และการใช้ภาษาที่เหมาะสมของข้อคำถามซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาให้คะแนนในแต่ละข้อคำถาม ดังนี้ วัดผลโดยพิจารณาจากคะแนน IOC ดังนี้



1. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ตั้งแต่ 0.50–1.00 มีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้
2. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุงยังใช้ไม่ได้

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน แจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ โดยใช้ Google Form อธิบายส่วนต่างๆ เพื่อให้ผู้ตอบเข้าใจอย่างชัดเจน และ รวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับครบถ้วนแล้วนำไปเตรียมการวิเคราะห์ข้อมูล

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ (SPSS Version 25.0)

### สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับวิเคราะห์เพื่อบรรยายปัจจัยส่วนบุคคล
2. ค่าเฉลี่ย (Mean)
3. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD) สำหรับวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการกวดเงิน โดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติของพนักงานบริษัท ในเขตบางรัก

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติของพนักงานบริษัท ในเขตบางรัก มีผู้ใช้บริการ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 เพศชาย จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 และ LGBTQ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 29 ปีจำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาคือ 30 – 39 ปี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 , 40 – 49 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 และ 50ปีขึ้นไป จำนวน 11 คน คิด เป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ รับจ้าง จำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 78.3 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0, ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 และ ฟรีแลนซ์ จำนวน 22 คน คิด เป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาคือ 15,000 – 20,000 บาท จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3, 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2, 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3, ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 28 คน คิด เป็นร้อยละ 7.0 และ 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 78.0 รองลงมาคือปริญญาโท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0, อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เลือกธนาคารที่ใช้บริการเป็นประจำธนาคารกสิกรไทย จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาคือ ธนาคารกรุงเทพ จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5, ธนาคาร

ไทยพาณิชย์ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8, ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3, ธนาคารกรุงไทย จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2, ธนาคารทหารไทยชนชาติ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3, ธนาคารยูโอบี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 และธนาคารออมสิน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

### **พฤติกรรมการใช้บริการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติของพนักงานบริษัท ในเขตบางรัก**

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติของพนักงานบริษัท ในเขตบางรัก โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่อยู่ในระดับ มากที่สุด คือ เหตุผลของการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร, จุดประสงค์ของการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร, การเลือกใช้บริการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร และสถานที่ในการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร ตามลำดับ และด้านที่อยู่ในระดับ มากคือ ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร และ ผู้มีอิทธิพลในการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร ตามลำดับ

### **สรุปผลการวิจัย**

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 29 ปีจำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 ส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ รับจ้าง จำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 78.3 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 78.0 ส่วนใหญ่เลือกธนาคารที่ใช้บริการเป็นประจำธนาคารกสิกรไทย จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5

2) พฤติกรรมการใช้บริการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติของพนักงานบริษัท ในเขตบางรัก โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่อยู่ในระดับ มากที่สุด คือ เหตุผลของการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร, จุดประสงค์ของการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร, การเลือกใช้บริการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร และสถานที่ในการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร ตามลำดับ และด้านที่อยู่ในระดับ มากคือ ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร และ ผู้มีอิทธิพลในการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร ตามลำดับ

### **อภิปรายผล**

พฤติกรรมการใช้บริการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติของพนักงานบริษัท ในเขตบางรัก โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ เหตุผลของการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร จุดประสงค์ของการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร การเลือกใช้บริการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร และสถานที่ในการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร ตามลำดับ และด้านที่อยู่ในระดับ มากคือ ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร และ ผู้มีอิทธิพลในการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร โดยมีประเด็นอภิปรายเพิ่มเติม ดังนี้

#### **1. จุดประสงค์ของการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร (What)**

โดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด คือ

การใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติเพราะเป็นทางเลือกที่ดี การใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติประหยัดค่าธรรมเนียมบัตรเอทีเอ็มรายปี การใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติสะดวกรวดเร็ว และเคยใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากคือ การใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติปลอดภัยกว่าการใช้บัตรเอทีเอ็ม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทธา ดำรงไทย (2556) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการเครื่องบริการอัตโนมัติธนาคารกรุงเทพ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 – 30ปี การศึกษาปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว หรือค้าขาย รายได้ 10,001 - 20,000 บาท วัตถุประสงค์ของการใช้บริการ คือ ชุրกรรมด้านฝากและถอน 2) ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ถัดมาคือ ด้านกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการบริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคาตามลำดับ 3) ระดับความสำคัญของทัศนคติต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ความเชื่อ ถัดมาคือ การปฏิบัติ และความรู้ ตามลำดับ 4) ความสัมพันธ์ของข้อมูลทั่วไปทุกด้านยกเว้นเพศ มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการเครื่องบริการอัตโนมัติของธนาคารกรุงเทพ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 5) สมการพยากรณ์คือ  $\hat{Y} = 2.362 - 0.860C1 + 0.657C2 - 0.318C5 - 0.922D1 + 0.734D2$  เมื่อ C1 แทนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ C2 แทนปัจจัยด้านราคา C5 แทนปัจจัยด้านบริการ และ D1 แทนความรู้ D2 แทนความเชื่อ ซึ่งอธิบายความถูกต้องร้อยละ 67.00

## 2. เหตุผลของการกดเงินโดยไม่ใช้บัตร (Why)

โดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด คือ รู้สึกพอใจกับการใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติเพราะไม่มีค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรม การใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ เพราะเป็นเรื่องที่ง่ายแก่ท่าน การใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติเพราะทำให้ท่านมีความคล่องตัวในการกดเงินสดมากขึ้น และการใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติทำให้ท่านไม่จำเป็นต้องพกบัตรเอทีเอ็ม ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณุพันธ์ พุดพวง (2561) ศึกษาเรื่องการยอมรับการใช้บริการกดเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความสะดวกสบาย ปัจจัยการประหยัดเวลา ปัจจัยการประหยัดต้นทุน ปัจจัยความปลอดภัย และ ปัจจัยความไว้วางใจ ส่งผลให้ เกิดการยอมรับการใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรดังกล่าว นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่าผู้บริโภค ยังคงมีความกังวลในความเสี่ยงทางการเงิน และความเสี่ยงทางด้านประสิทธิภาพของบริการกดเงินสด โดยไม่ใช้บัตร ในขณะที่เดียวกันการออกแบบแอปพลิเคชัน ปัจจัยความเสี่ยงด้านเวลา และปัจจัยความเสี่ยงทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการกดเงินสดผ่านเครื่องรับ จ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตร

## 3. สถานที่ในการกดเงินโดยไม่ใช้บัตร (Where)

โดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด คือ นิยมใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติในจุดที่ใกล้ท่านมากที่สุด และชอบใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติเพราะตั้งอยู่ในจุดที่สะดวกและปลอดภัย ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากคือ ใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติตามห้างสรรพสินค้า และใช้

บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติที่ธนาคาร ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปณณดา ขาวจิตร (2563) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ โดยไม่ใช้บัตรกดเงิน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของประชาชนทั่วไปที่เป็นลูกค้าธนาคารและสถาบัน การเงินในประเทศไทยที่ให้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติที่มีเพศ และอายุ ต่างกันการยอมรับการใช้บริการ ถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงินต่างกัน ในขณะที่ปัจจัย ด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันการยอมรับการใช้บริการ ถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงินไม่ต่างกัน ส่วนปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านความ คาดหวังต่อการปฏิบัติงาน ด้านความคาดหวังด้านบริการ ของผู้ใช้งาน ด้านอิทธิพลจากสังคม ปัจจัยความเสี่ยงด้าน ความเสี่ยงจากการโจรกรรมข้อมูลต่างกัน มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ โดยไม่ใช้บัตรกดเงิน

#### 4. ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตร (When)

โดยรวมอยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด คือ ใช้ บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติเมื่อออกไปทำธุระข้างนอก และใช้บริการกดเงินโดยไม่ ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ เมื่อท่านลืมนำกระเป๋าตังค์ออกจากบ้าน ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความ คิดเห็นอยู่ในระดับ มากคือ ใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติในช่วงเวลากลางวัน เป็นส่วนใหญ่ ใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ เมื่อบัตรเอทีเอ็มของท่านชำรุด ศูนย์ หาย หรือ หมดอายุ และใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ ในช่วงวัน จันทร์ – ศุกร์เป็น ส่วนใหญ่ ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สราวัลย์ ตั้งปทุมชาติ (2561) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการชำระ เงินผ่าน Mobile Banking ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่เป็น ตัวอย่างได้รับอิทธิพลในการใช้ Mobile banking จากตนเองมากที่สุด ส่วนใหญ่ใช้ Mobile banking เพื่อซื้อสินค้าและ บริการให้ตนเอง และชำระสินค้าและบริการด้วย Mobile banking เรื่องเสื้อผ้า/รองเท้ามากที่สุด โดยชำระสินค้าและ บริการด้วย Mobile banking ในราคา 501-1,000 บาทมากที่สุด มีเหตุผลในการใช้ Mobile banking เพราะสะดวก รวดเร็วมากที่สุด ส่วนใหญ่ใช้ Mobile Banking ในช่วงเวลาเย็น /ค่ำมากที่สุด โดยใช้ Mobile Banking เฉลี่ย 3-4 ครั้ง ต่อเดือนมากที่สุด ชำระสินค้าและบริการผ่าน Mobile Banking กับร้านค้าออนไลน์มากที่สุด โดยชำระสินค้าและ บริการผ่าน Mobile Banking กับธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มี ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการชำระเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้งแตกต่างกัน

#### 5. ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจกดเงินโดยไม่ใช้บัตร (Whom)

โดยรวมอยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก คือ Social Network มีผลต่อการใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ การประชาสัมพันธ์ของธนาคาร มีผลต่อการเลือกใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ คำแนะนำของเจ้าหน้าที่ธนาคารมีผล ต่อการเลือกใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ การบอกต่อของเพื่อนร่วมงานมีส่วนใน การตัดสินใจการใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ และบุคคลในครอบครัวมีส่วนใน การตัดสินใจการใช้บริการกดเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ

งานวิจัยของ เพ็ญขวัญ ศรีอาวุธ (2564) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบสังคมไร้เงินสดที่มีผลต่อความพึงพอใจในมุมมองผู้บริโภค ของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่า การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในมุมมองผู้บริโภค ในการใช้จ่ายแบบสังคมไร้เงินสดของประชากรในกรุงเทพมหานคร
- 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้ชีวิต แบบสังคมไร้เงินสดของประชากรในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีทางการเงินของผู้บริโภค
- 3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ของผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบสังคมไร้เงินสดที่มีผลต่อความพึงพอใจในมุมมองผู้บริโภค ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชากรในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในมุมมองผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบสังคมไร้เงินสดของประชากรในกรุงเทพมหานครต่างกัน

## 6. การเลือกใช้บริการการเงินโดยไม่ใช้บัตร (How)

โดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด คือ การใช้บริการการเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติเหมาะสมแล้ว ขอบใช้บริการการเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ มากกว่าการใช้บัตรเอทีเอ็ม การใช้บริการการเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติไม่เป็นปัญหา การใช้บริการการเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติประหยัดเวลาในการทำรายการ และการใช้บริการการเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติจำเป็นในชีวิตประจำวัน ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริธร วิรัชพันธ์,ปราโมทย์ ถิ่นนาม (2563) ศึกษาเรื่องการใช้บริการเทคโนโลยีการเงินแบบไม่ใช้บัตรของธนาคารพาณิชย์ไทยที่เหมาะสมด้วยกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์แบบพีซี ผลการวิจัยพบว่าการทำธุรกรรมการเงินด้วยเทคโนโลยีแบบไม่ใช้บัตรได้รับความสนใจจากสถาบันการเงินของประเทศเพิ่มสูงขึ้นเป็นอย่างมากในช่วงปีที่ผ่านมา แต่การนำเทคโนโลยีนี้มาใช้โดยผู้บริโภคกลับมีปริมาณที่ต่ำมาก กุญแจสำคัญด้านหนึ่งที่สามารถนำมาใช้ปรับปรุงการยอมรับการใช้บริการเทคโนโลยีการเงินแบบไม่ใช้บัตรของธนาคารพาณิชย์คือ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ด้วยการส่งเสริมประสบการณ์ที่ดีและตรงกับใจของผู้ใช้งานที่สุด การศึกษานี้มี วัตถุประสงค์เพื่อหาลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเทคโนโลยีการเงินแบบไม่ใช้บัตร และนำปัจจัยมาใช้ระบุรูปแบบของการให้บริการที่ดีที่สุดตามความคาดหวังของผู้บริโภค โดยอาศัยกระบวนการจัดลำดับความสำคัญเชิงวิเคราะห์แบบพีซี

## ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการการเงินโดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติของพนักงานบริษัท ในเขตบางรัก สามารถสรุปข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ดังนี้

### 1. จุดประสงค์ของการการเงินโดยไม่ใช้บัตร (What)

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ธนาคารควรจะให้ทำรายการแบบต่างธนาคารได้เพื่อเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจให้คนหันมาเลือกใช้บริการมากขึ้น การเปิดบัญชีธนาคารใหม่ไม่ควรบังคับทำบัตรเอทีเอ็ม เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับคนไม่ต้องการใช้บัตรเอทีเอ็มและเสียค่าธรรมเนียมทุกปี ควรจัดทำโฆษณาวิธีการใช้ให้กระชับ เข้าใจง่ายต่อการใช้งาน เพื่อให้ผู้ใช้บริการเข้าใจง่าย และทำรายการได้รวดเร็วที่สุด

## 2. เหตุผลของการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร (Why)

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ การเพิ่มตู้เอทีเอ็มในต่างจังหวัดมากขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงและอยากใช้บริการมากขึ้น ควรเพิ่มการโฆษณาผ่านโทรทัศน์ให้มากขึ้น เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้บริการวัยกลางคนจนถึงผู้สูงอายุที่ชอบดูโทรทัศน์มากกว่าเล่นอินเทอร์เน็ต จัดทำระบบหน้าจอเครื่องเอทีเอ็มให้เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน และลดขั้นตอนการกดให้มากที่สุด

## 3. สถานที่ในการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร (Where)

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ควรจะเพิ่มตู้เอทีเอ็มในหลายๆ พื้นที่ เช่น ในแหล่งชุมชน ร้านอาหาร ติดตั้งตู้เอทีเอ็มในจุดที่ไม่เปลี่ยวจนเกินไป พร้อมเช็กกล้องวงจรปิดประจำตู้ให้ใช้ได้อยู่เสมอ ไม่ควรมีตู้เอทีเอ็มแค่หน้าธนาคารเพียงจุดเดียว จัดตั้งให้หลากหลายจุด ทั่วห้าง ว่าง่ายสะดวกต่อการใช้บริการ

## 4. ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร (When)

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ควรตรวจเช็คระบบให้ได้อยู่เสมอ เกิดเหตุตู้เอทีเอ็มขัดข้องบ่อยครั้งอาจทำให้ผู้ใช้บริการจะหันไปใช้จ่ายแบบโอนเงินแทน เมื่อกวดเงินตัวเลือกการใส่จำนวนเงินเอง ควรขึ้นเป็นตัวล็อกแรกให้เห็นชัด เพราะผู้ใช้บริการบางท่านมองไม่เห็นหรือไม่ต้องการจำนวนเงินตามที่ขึ้นมาให้ เนื่องจากกลางคืนมืดและอันตราย ควรเพิ่มไฟส่องสว่างที่ตู้เอทีเอ็มให้มากขึ้น ไม่ตั้งตู้เอทีเอ็มในจุดอับหรือลับตาผู้คนจนเกินไป และควรใช้ได้ตลอดเวลา

## 5. ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร (Whom)

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ โปรโมทการใช้งานลงในทุกช่องทาง หากดารานักแสดงมาเป็นพรีเซ็นเตอร์เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้ใช้บริการวัยรุ่น ให้ดูน่าสนใจเพราะกลุ่มนี้จะเล่นSocialกันเป็นส่วนใหญ่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีสื่อสารการตลาดเพื่อเข้าถึงพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น ลูกค้าไม่ชอบการเสียดุลกรรมเนียบรายปีบัตร ก็ควรจะทำการตลาดเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมเป็นต้น เจ้าหน้าที่ควรแบ่งเวลายืนหน้าธนาคารตรงตู้เอทีเอ็ม คอยแนะนำลูกค้าที่กำลังจะกวดเงินด้วยบัตร ให้ทดลองใช้บริการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตรแทน เพื่อให้ลูกค้าเห็นภาพชัดเจนว่าการกวดวิธีนี้น่าจะยิ่งขึ้นอย่างไร

## 6. การเลือกใช้บริการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร (How)

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ระบบควรมีความปลอดภัยและความแม่นยำสูง ทำให้ผู้ใช้บริการเชื่อมั่นในการที่จะเลือกใช้บริการ ยกเลิกการทำบัตรเอทีเอ็ม และ ควรขยายพื้นที่ให้มากขึ้น เพื่อที่จะสามารถใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา และตลอด 24 ชั่วโมง จะมีผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น ควรทำให้ระบบมีความง่ายในการใช้งาน เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเรียนรู้ขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเองแบบไม่ติดขัด

## ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการเพิ่มเติมตัวแปรหรือปรับเปลี่ยนตัวแปรต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่นำมาวิจัยนั้นกว้างขึ้น
2. ผลการวิจัยนี้เป็นเพียงผลการวิจัยโดยรวม เนื่องจากผู้วิจัยได้ศึกษาการให้บริการโดยรวมไม่ได้ระบุธนาคาร ดังนั้น หากต้องการวิจัยในเชิงลึก ควรระบุแบบเฉพาะเจาะจงธนาคาร
3. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา พฤติกรรมการใช้บริการกวดเงิน โดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงิน

อัตโนมัติของพนักงานบริษัท ในเขตบางรัก ซึ่งศึกษาเฉพาะพนักงานบริษัท ในเขตบางรักเท่านั้น ถ้าหากต้องการทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการกดเงิน โดยไม่ใช้บัตรผ่านเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติของสาขาอาชีพอื่น เช่น ราชการ และเขตอื่น ดังนั้นควรจะมีการศึกษา เปรียบเทียบทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร และในเขตอื่นๆ เพิ่มเติม

### เอกสารอ้างอิง

- ปณณดา ขาวจิตร (2563), ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติ โดยไม่ใช้บัตรกดเงิน, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, สืบค้นเมื่อ 21 กุมภาพันธ์ 2565
- เพียงขวัญ ศรีอาวุธ (2564), พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบสังคมไร้เงินสด ที่มีผลต่อความพึงพอใจในมุมมองผู้บริโภค ของประชากรในกรุงเทพมหานคร, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, สืบค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2565
- สรวาลย์ ตั้งปทุมชาติ (2561), พฤติกรรมการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร, คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2565
- สิริธร วิรัชพันธ์,ปราโมทย์ ลื่อนาม (2563), การเลือกบริการเทคโนโลยีกดเงินแบบไม่ใช้บัตรของธนาคารพาณิชย์ไทยที่เหมาะสมด้วยกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์แบบฟิชชี, คณะสถิติประยุกต์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2565
- ภาณุพันธ์ พุฒพวง (2561), การยอมรับการใช้บริการกดเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตร, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, สืบค้นเมื่อ 21 กุมภาพันธ์ 2565
- ภัทรา คำรงไทย (2556), วรสารวิชาการปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการเครื่องบริการอัตโนมัติธนาคารกรุงเทพ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี, สืบค้นเมื่อ 21 กุมภาพันธ์ 2565
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2543), พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ห้องบันทึกเสียงสร้างมูลค่า สำหรับมัลติมีเดียและงานตัดต่อ, คณะบริหารการจัดการสาระและสร้างคุณค่า มหาวิทยาลัยกรุงเทพ สืบค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2565
- Bangkokbank.com, ถอนเงินไม่ใช้บัตร ที่เครื่องเอทีเอ็ม, สืบค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2565
- Chatstickmarket.com, 6W1H ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคตัวช่วยธุรกิจ, สืบค้นเมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 2565
- Cochran, W.G. (1953). Sampling techniques. New York: John Wiley & Sons. Inc.