

ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน

FACTORS INFLUENCING ADOPTION OF CARDLESS AUTOMATED TELLER MACHINE CASH WITHDRAWAL

ปณญดา ขาวจิตร

สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Panayuda Khaojit

E-mail: 6114993621@rumail.ru.th

Accounting, Faculty of Business Administration,

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน (2) เพื่อศึกษาการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงินจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (3) เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน (4) เพื่อศึกษาปัจจัยความเสี่ยงที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือประชาชนทั่วไปที่เป็นลูกค้าธนาคารและสถาบันการเงินในประเทศไทยที่ให้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติจำนวน 400 คนโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ One-way ANOVA หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของประชาชนทั่วไปที่เป็นลูกค้าธนาคารและสถาบันการเงินในประเทศไทยที่ให้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติที่มีเพศ และอายุ ต่างกันการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงินต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงินไม่ต่างกัน ส่วนปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านความคาดหวังต่อการปฏิบัติงาน ด้านความคาดหวังด้านบริการ

ของผู้ใช้งาน ด้านอิทธิพลจากสังคม ปัจจัยความเสี่ยงด้านความเสี่ยงจากการโจรกรรมข้อมูลต่างกัน มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน

## ABSTRACT

The purpose of this research was to (1) study adoption of Cardless Automated Teller Machine Cash Withdrawal (2) study adoption of Cardless Automated Teller Machine Cash Withdrawal, classified by Demographic factors (3) study technology adoption factor affecting adoption of Cardless Automated Teller Machine Cash Withdrawal (4) study risk factor affecting adoption of Cardless Automated Teller Machine Cash Withdrawal. The sample used for the study was 400 peoples, who are bank customers or financial institutions in Thailand that provide ATM cash withdrawal services. By the statistics used in the descriptive analysis are frequency, percentage, mean, and standard deviation. Hypothesis tests were for comparison, using t-test statistics to test hypotheses with one-way ANOVA. If differences are found, they will be compared in pairs by using LSD method.

Test results of the hypothesis found that population who are bank customers or financial institutions in Thailand that provide ATM cash withdrawal services have different gender and age causing adoption of Cardless Automated Teller Machine Cash Withdrawal is different. While demographic factors have different highest education level, occupation, and average monthly income, causing adoption of Cardless Automated Teller Machine Cash Withdrawal is not different. Technology adoption factors have different Performance Expectancy, Effort Expectancy Social Influence, risk factors for identity theft risk are different causing adoption of Cardless Automated Teller Machine Cash.

## บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสารและอินเทอร์เน็ตได้พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว สมาร์ทโฟนกลายเป็นอีกอุปกรณ์หนึ่งที่สำคัญในการดำเนินชีวิตของคนในสังคม เนื่องจากสามารถรองรับต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตซึ่งกำลังพัฒนาความสามารถไปสู่ยุค 5G รองรับต่อการใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์ค รวมไปถึงการใช้งานแอปพลิเคชันต่าง ๆ ส่งผลให้รูปแบบการดำเนินธุรกิจของธนาคารและสถาบันการเงินเปลี่ยนแปลงไป จากการใช้บริการผ่านธนาคารและสถาบันการเงินโดยตรง มาเป็นการให้บริการในรูปแบบธนาคารดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในรูปแบบ Mobile Banking ซึ่งเป็นบริการที่ผู้ใช้บริการนิยมใช้บริการมากที่สุด เนื่องจากสามารถทำธุรกรรมผ่านทางสมาร์ทโฟนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้ธนาคารและสถาบันการเงินต่าง ๆ จึงควรให้ความสำคัญกับเทคโนโลยี โดยมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาแอปพลิเคชันที่สามารถตอบโจทย์และเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้ใช้บริการมากขึ้น โดยการมีฟีเจอร์บริการที่หลากหลาย เช่น การโอนเงิน การตรวจสอบยอดเงินในบัญชี การชำระค่าบริการต่าง ๆ รวมไปถึงฟีเจอร์ที่กำลังเป็นที่สนใจในปัจจุบัน นั่นคือการให้บริการถอนเงินจากเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติ หรือ เครื่อง ATM (Automatic Teller Machine) ซึ่งบริการดังกล่าวช่วยเพิ่ม

ความสะดวกสบายในการถอนเงินได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องใช้บัตรกดเงิน ช่วยลดปัญหาการลืมบัตรหรือลืมไว้ที่เครื่อง ATM หลังจากถอนเงิน และช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัยจากการโจรกรรมข้อมูลบัตร อีกทั้งผู้ใช้บริการยังสามารถใช้บริการดังกล่าวได้โดยไม่เสียค่าธรรมเนียมในการถอนเงินทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด

จากข้อมูลข้างต้น แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการลดลงของบริการถอนเงินโดยใช้บัตร เนื่องจากบริการถอนเงินโดยไม่ใช้บัตรสามารถลดต้นทุนในการให้บริการแก่ธนาคารและสถาบันการเงิน ช่วยเพิ่มความสะดวกและช่วยลดค่าธรรมเนียมที่เกี่ยวข้องให้แก่กับผู้ใช้งานได้ อย่างไรก็ตาม รูปแบบการถอนเงินโดยไม่ใช้บัตรยังถือเป็นเรื่องใหม่ อีกทั้งในปัจจุบันทั่วโลกกำลังเผชิญกับวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ผู้คนในสังคมมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อป้องกันและช่วยลดการระบาดของไวรัส เช่น การหลีกเลี่ยงการสัมผัส การให้ความสำคัญกับความสะอาดมากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการใช้บริการถอนเงินผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรในอนาคตได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่สามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบการให้บริการถอนเงินผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรของธนาคารและสถาบันการเงินให้เกิดความสอดคล้องและตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการในปัจจุบัน

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน
2. เพื่อศึกษาการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงินจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
3. เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน
4. เพื่อศึกษาปัจจัยความเสี่ยงที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน

#### ขอบเขตของการวิจัย

เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากประชาชนทั่วไปที่เป็นลูกค้าธนาคารและสถาบันการเงินในประเทศไทยที่ให้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติ ซึ่งอาจเป็นผู้ที่เคยหรือไม่เคยใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน โดยศึกษาในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ ด้วยแบบสอบถาม ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Statistics โดยทำการศึกษาวิจัยในช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2563 ถึง เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2563

#### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

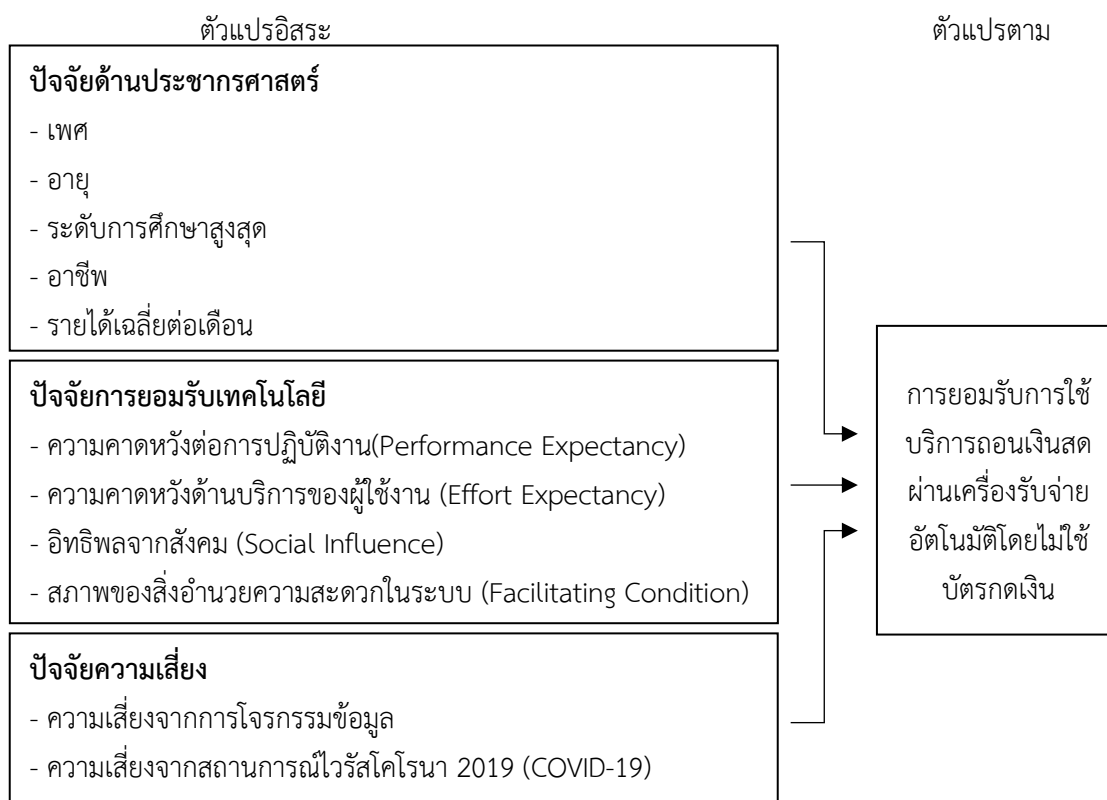
1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ (ธนาคารและสถาบันการเงิน) ในการพัฒนารูปแบบการให้บริการให้สอดคล้องและตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานมากที่สุด

2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงินจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เพื่อให้ผู้ประกอบการ (ธนาคารและสถาบันการเงิน) สามารถปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการให้บริการให้สอดคล้องและตรงตามความต้องการของกลุ่มผู้ใช้งานมากที่สุด

3. ทำให้ทราบถึงปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน เพื่อให้ผู้ประกอบการ (ธนาคารและสถาบันการเงิน) สามารถนำเสนอบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานมากที่สุด

4. ทำให้ทราบถึงปัจจัยความเสี่ยงที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการ (ธนาคารและสถาบันการเงิน) ได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไข หรือรักษาระดับการให้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจมากที่สุด

### กรอบแนวความคิด



### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Valentin Radu (2019) การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากเป็นสิ่งที่ทำให้สามารถเข้าใจสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยพิจารณาจากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล กล่าวถึง ความสนใจในและความคิดเห็นของแต่ละบุคคล ที่อาจได้รับอิทธิพลจาก ข้อมูลประชากร เช่น อายุ เพศ วัฒนธรรม เป็นต้น
2. ปัจจัยทางจิตวิทยา กล่าวถึงการตอบสนองของแต่ละบุคคล ซึ่งขึ้นอยู่กับความรู้และทัศนคติ
3. ปัจจัยทางสังคม กล่าวถึงผู้ที่อิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค เช่น ครอบครัว เพื่อน ระดับ การศึกษา โซเชียลมีเดีย และรายได้ เป็นต้น

### ทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี (The unified theory of acceptance and use of technology - UTAUT)

Venkatesh, Davis and Morris, (2003) การยอมรับเทคโนโลยีและการใช้เทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ

1. ความคาดหวังต่อการปฏิบัติงาน คือ ระดับความเชื่อของบุคคลต่อการใช้ระบบว่าจะสามารถ ทำให้ประสบผลสำเร็จหรือช่วยให้บรรลุผลในการปฏิบัติงานได้หรือไม่
2. ความคาดหวังด้านความพยายามของผู้ใช้งานระบบ คือ ระดับความง่าย ความสะดวกในการเข้า ไปมีส่วนร่วมในการใช้ระบบ
3. อิทธิพลจากสังคม คือ ระดับการเข้าใจของแต่ละบุคคลถึงความสำคัญที่จะเชื่อว่าควรใช้ระบบ และเป็นระดับที่บุคคลอื่นเห็นว่าระบบมีความสำคัญและควรใช้งาน
4. สภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในระบบ คือ ระดับความเชื่อของบุคคลว่าองค์กรและ สิ่งอำนวยความสะดวก มีส่วนช่วยสนับสนุนต่อการใช้งานระบบ

ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี 4 ประการ แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมความตั้งใจ ใช้งานระบบ ส่งผลโดยตรงต่อการใช้งานระบบ นอกจากนี้ ยังมีตัวแปรเสริมที่เข้ามาอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจ ที่จะใช้งานระบบ ประกอบด้วย เพศ อายุ ประสบการณ์ และความตั้งใจในการใช้งาน

### แนวคิดการรับรู้ความเสี่ยง

Pavlou (2003) ศึกษาวิจัยการรับรู้ความเสี่ยงว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการใช้งานธุรกรรมออนไลน์ ซึ่งเป็นผลลบต่อความตั้งใจใช้บริการ

1. ความเสี่ยงเชิงเศรษฐกิจ คือ ความเป็นไปได้ในการสูญเสียด้านการเงิน
2. ความเสี่ยงส่วนบุคคล คือ ความเป็นไปได้ในผลิตภัณฑ์ หรือการบริการที่ไม่ปลอดภัย
3. ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน คือ ความเป็นไปได้ที่อาจเกิดข้อผิดพลาดจากการดำเนินงาน
4. ความเสี่ยงเรื่องการเปิดเผยข้อมูล คือ ความเป็นไปได้ที่ข้อมูลส่วนบุคคลจะถูกเปิดเผย

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภาณุพันธ์ พุ่มพวง (2561) ศึกษาเรื่องการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่าย อัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรพบว่า ความสะดวกสบาย การประหยัดเวลา การประหยัดต้นทุน ความปลอดภัย และความไว้วางใจ ส่งผลให้เกิดการยอมรับการใช้บริการถอนเงินโดยไม่ใช้บัตร นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังกังวลในความเสี่ยงทางการเงิน และ

ความเสี่ยงทางด้านประสิทธิภาพของบริการ ในขณะเดียวกัน การออกแบบแอปพลิเคชัน ความเสี่ยงด้านเวลา และความเสี่ยงทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตร

กรณิศรีรัตน์ รังสิยารมณ (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน SCB EASY กรณีศึกษาผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการ SCB EASY มี 5 ปัจจัย ได้แก่ ราคา ความไว้วางใจ ความคาดหวังประสิทธิภาพ สภาพสิ่งสนับสนุน และอิทธิพลทางสังคม

สัจจาภรณ์ ไชยเสนา (2560) วิเคราะห์เรื่อง พฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารพาณิชย์ พบว่า ผู้ใช้บริการเน้นความสะดวกสบาย เพื่อให้การทำธุรกรรมทางการเงินจบได้ภายในแอปพลิเคชันเดียว มีการแนะนำการลงทุนหรือตัวเลือกทางการลงทุน เพื่อให้การบริหารจัดการเงินมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งบัตรเครดิตที่มีโปรโมชั่นที่ตอบโจทย์ผู้ใช้บริการ เพื่อให้การใช้บริการคุ้มค่า และมีสิทธิพิเศษเป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า ด้าน User Interface เน้นการใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน มีข้อความกระชับ ใช้งานง่าย เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนในการใช้งาน และตอบโต้การเข้าใช้งานที่ง่าย และปลอดภัยที่สูง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้ทั้งผู้ใช้บริการและไม่เคยใช้บริการ ทั้งนี้ การปรับตัวของธนาคารควรเริ่มจากการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์ม ควบคู่ไปกับการสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า ซึ่งสิ่งที่ลูกค้าจะสัมผัสได้เป็นสิ่งแรก คือ แอปพลิเคชันในด้าน User interface ที่ดูสวยงาม ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน ตรงตามความต้องการของลูกค้า

นันทพร พรหมมา, รวีดา วิริยกิจจา (2558) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านเครื่องถอนเงินสดอัตโนมัติ (ATM) ธนาคารออมสินสาขาธาตุพนม พบว่า การให้บริการที่มีความหลากหลาย อัตราค่าธรรมเนียม จำนวนเครื่อง ATM การโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายมีผลต่อความพึงพอใจ

เกศวิฑู ทิพยศ (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมผ่านสื่อออนไลน์ของลูกค้า โดยหากการทำธุรกรรมได้ดำเนินการอย่างถูกต้อง ทำให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยเมื่อทำธุรกรรมกับเว็บไซต์ของธนาคารและเข้าถึงเว็บเพจของธนาคารได้อย่างรวดเร็ว การทำธุรกรรมผ่านทางเว็บของธนาคารสามารถดำเนินการจนเสร็จบริบูรณ์ด้วยความรวดเร็ว รวมถึงธนาคารสามารถช่วยแก้ปัญหาที่พบกับการทำธุรกรรมออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ ของลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

## ระเบียบวิธีการวิจัย

### การออกแบบการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบไม่ทดลอง ซึ่งเป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดทำ หรือควบคุมตัวแปรใด ๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง คือ เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2563 ถึง เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2563 เพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือ

การวิจัยเป็นแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน โดยพิจารณาจากปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม โดยตัวแปรอิสระที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย ความคาดหวังต่อการปฏิบัติงาน ความคาดหวังด้านความพยายามของผู้ใช้งานระบบ อิทธิพลจากสังคม และสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในระบบ ส่วนตัวแปรตามที่ใช้ในงานวิจัย คือ การยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน

### สมมติฐานการวิจัย

**สมมติฐานงานวิจัยที่ 1 (H<sub>1</sub>)** เพศต่างกัน ทำให้มีการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงินต่างกัน

**สมมติฐานงานวิจัยที่ 2 (H<sub>2</sub>)** อายุต่างกัน ทำให้มีการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงินต่างกัน

**สมมติฐานงานวิจัยที่ 3 (H<sub>3</sub>)** ระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน ทำให้มีการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงินต่างกัน

**สมมติฐานงานวิจัยที่ 4 (H<sub>4</sub>)** อาชีพต่างกัน ทำให้มีการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงินต่างกัน

**สมมติฐานงานวิจัยที่ 5 (H<sub>5</sub>)** รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้มีการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงินต่างกัน

**สมมติฐานงานวิจัยที่ 6 (H<sub>6</sub>)** ความคาดหวังต่อการปฏิบัติงาน (Performance Expectancy) มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน

**สมมติฐานงานวิจัยที่ 7 (H<sub>7</sub>)** ความคาดหวังด้านความพยายามของผู้ใช้งานระบบ (Effort Expectancy) มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน

**สมมติฐานงานวิจัยที่ 8 (H<sub>8</sub>)** อิทธิพลจากสังคม (Social Influence) มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน

**สมมติฐานงานวิจัยที่ 9 (H<sub>9</sub>)** สภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในระบบ (Facilitating Condition) มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน

**สมมติฐานงานวิจัยที่ 10 (H<sub>10</sub>)** ความเสี่ยงจากการโจรกรรมข้อมูลมีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน

**สมมติฐานงานวิจัยที่ 11 (H<sub>11</sub>)** ความเสี่ยงจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน

### ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

ประชาชนทั่วไปที่เป็นลูกค้าธนาคารหรือสถาบันการเงินในประเทศไทยที่ให้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติ ซึ่งอาจเป็นผู้ที่เคยหรือไม่เคยใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน

### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากจำนวนประชากรมีขนาดใหญ่มาก ไม่สามารถทราบถึงสัดส่วนของประชากรที่แน่นอนได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยการใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก และใช้วิธีกำหนดตัวอย่างจากการประมาณค่าเฉลี่ยประชากร กรณีนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรตามวิธีของ Cochran (1977) ซึ่งทำให้ได้ขนาดตัวอย่าง 384.16 ตัวอย่าง และเพื่อลดความคลาดเคลื่อนและสร้างความเชื่อมั่นในการเก็บข้อมูลของงานวิจัย ผู้วิจัยจึงเก็บรวบรวมขนาดตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนำร่อง จำนวน 30 คน เพื่อเป็นการทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลจริง

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มอย่างง่าย โดยรวบรวมจากการให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามผ่านทาง Google Form และกระจายแบบสอบถามผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมต่าง ๆ เช่น Facebook Line เป็นต้น

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละและความถี่สำหรับการวิเคราะห์ลักษณะของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
2. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับการวิเคราะห์ลักษณะของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ปัจจัยความเสี่ยง และการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน
4. วิเคราะห์ Independent Sample t-test เพื่อทดสอบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ
5. วิเคราะห์ One-Way ANOVA เพื่อทดสอบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
6. วิเคราะห์ Multiple Regression Analysis เพื่อทดสอบปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และปัจจัยความเสี่ยง

### ผลการศึกษา

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 – 30 ปี ซึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,001 – 30,000 บาท



### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีโดยรวมในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 4.10$ ) พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความคาดหวังต่อการปฏิบัติงานมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.30$ ) พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจกับบริการถอนเงินโดยไม่ใช้บัตร ที่ไม่มีค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.57$ ) ส่วนด้านความคาดหวังด้านบริการของผู้ใช้งานโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.24$ ) พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การเรียนรู้วิธีการใช้บริการถอนเงินโดยไม่ใช้บัตรเป็นเรื่องง่ายและไม่ซับซ้อน การใช้บริการถอนเงินโดยไม่ใช้บัตรใช้งานง่าย และการใช้บริการถอนเงินโดยไม่ใช้บัตรสามารถเข้าใจอย่างละเอียดได้ง่ายมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 4.25$ ) ด้านอิทธิพลจากสังคมโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 3.62$ ) พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการคิดว่าคนรอบข้างนิยมใช้บริการถอนเงินโดยไม่ใช้บัตรมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.77$ ) และด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในระบบอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มาก ( $\bar{X} = 4.25$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การมีอุปกรณ์สมาร์ตโฟนที่รองรับและจำเป็นในการใช้บริการถอนเงินโดยไม่ใช้บัตรมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.53$ )

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความเสี่ยง

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความเสี่ยงโดยรวมในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 3.70$ ) พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความเสี่ยงจากการโจรกรรมข้อมูลมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.96$ ) พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการคิดว่าบริการถอนเงินโดยไม่ใช้บัตร ทำให้มีจรรยาวัฏหลอบดูรหัสผ่านได้ยากขึ้นมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.06$ ) และด้านความเสี่ยงจากสถานการณ์ COVID-19 โดยรวมในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 3.45$ ) พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการคิดว่าบริการถอนเงินโดยไม่ใช้บัตร ช่วยลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ COVID-19 มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.63$ )

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน โดยรวมในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 4.11$ ) พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความตั้งใจจะใช้บริการถอนเงินโดยไม่ใช้บัตรต่อไปในอนาคตมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.21$ )

### ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ประชาชนทั่วไปที่เป็นลูกค้ายานพาหนะหรือสถาบันการเงินในประเทศไทยที่ให้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติที่มีเพศและอายุต่างกัน ทำให้มีการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงินต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

### ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน

ค่าประสิทธิภาพในการทำนายอธิบายการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงินได้ร้อยละ 57.5 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 42.5 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ โดยผลการวิเคราะห์สมการถดถอยที่นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 พบว่า มีปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการดังกล่าว 4 ด้าน จาก 6 ด้าน ดังนี้ ความคาดหวังต่อการปฏิบัติงาน อิทธิพลจากสังคม และความคาดหวังด้านบริการของผู้ใช้งาน ตามลำดับ ทั้งนี้ ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์พหุคูณ ( $R = 0.758$ ,  $R^2 = 0.568$ )

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มประชากรเพศชายจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24 เพศหญิงจำนวน 304 คิดเป็นร้อยละ 76 ส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 30 ปี รองลงมาคือ อายุ 31 – 40 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ รองลงมาคือ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท รองลงมาคือ รายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท

#### สรุปผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

เพศและอายุ ต่างกัน ทำให้การยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงินต่างกัน โดยเพศหญิงจะมีแนวโน้มยอมรับการใช้บริการดังกล่าวมากกว่าเพศชาย และผู้ที่มีอายุ 21 – 30 ปี ให้การยอมรับการใช้บริการดังกล่าวต่างจากผู้ที่มีอายุ 41 – 50 ปี และอายุมากกว่า 50 ปี นอกจากนี้ผู้ที่มีอายุ 31 – 40 ปี ให้การยอมรับการใช้บริการต่างจากผู้ที่มีอายุ 41 – 50 ปี และอายุมากกว่า 50 ปี ในขณะที่ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้การยอมรับการใช้บริการไม่แตกต่างกับช่วงอายุอื่น ๆ สอดคล้องกับแนวคิดของ Valentin Radu และทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของ Venkatesh และ Davis and Morris

#### สรุปผลการศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน

1. ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านความคาดหวังต่อการปฏิบัติงาน มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจกับบริการถอนเงินโดยไม่ใช้บัตรโดยไม่มีค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรม ไม่จำเป็นต้องพกหรือใช้บัตร ATM และสามารถช่วยประหยัดค่าธรรมเนียมรายปีของบัตร ATM ได้ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศวิฑู ทิพยศ เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของ Venkatesh และ Davis and Morris งานวิจัยของ ภาณุพันธ์ พุฒพวง เรื่อง การยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตร งานวิจัย

ของ กรัณท์รัตน์ รังสิยามรณธ์ เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน SCB EASY กรณีศึกษาผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ งานวิจัยของ สัจจาภรณ์ ไชยเสนา (2560) เรื่อง พฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารพาณิชย์ และงานวิจัยของ นันทพร พรหมมา และรวิดา วิริยกิจจา เรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านเครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ธนาคารออมสินสาขาธาตุพนม

2. ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านความคาดหวังด้านความพยายามของผู้ใช้งานระบบ มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าการเรียนรู้วิธีการใช้บริการเป็นเรื่องง่าย ไม่ซับซ้อน และสามารถเข้าใจอย่างละเอียดได้ง่าย ใช้งานจริงได้ง่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศวิฑู ทิพยศ เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของ Venkatesh และ Davis and Morris งานวิจัยของ สัจจาภรณ์ ไชยเสนา เรื่อง พฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารพาณิชย์

3. ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านอิทธิพลจากสังคมมีผลต่อการยอมรับการใช้บริการดังกล่าว โดยคนรอบข้างผู้ตอบแบบสอบถามนิยมใช้บริการถอนเงินโดยไม่ใช้บัตร สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคของ Valentin Radu งานวิจัยของ เกศวิฑู ทิพยศ เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ของ Venkatesh และ Davis and Morris งานวิจัยของ กรัณท์รัตน์ รังสิยามรณธ์ เรื่องการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตร

4. ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในระบบ ไม่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการดังกล่าว ไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ ธเนศ ครุฑวัฒนา และ ธนะวัฒน์ ใจสา เรื่องการใช้กลยุทธ์การตลาดในการเพิ่มจำนวนสมาชิกบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สาขาจรัญสนิทวงศ์ ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของ Venkatesh และ Davis and Morris งานวิจัยของ กรัณท์รัตน์ รังสิยามรณธ์ เรื่องการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตร และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทพร พรหมมา และรวิดา วิริยกิจจา เรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านเครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ธนาคารออมสินสาขาธาตุพนม

### **สรุปผลการศึกษาปัจจัยความเสี่ยงที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน**

1. ปัจจัยความเสี่ยงด้านความเสี่ยงจากการโจรกรรมข้อมูลมีผลต่อการยอมรับการใช้บริการดังกล่าวในทิศทางตรงกันข้าม โดยผู้ตอบแบบสอบถามมองว่าบริการถอนเงินโดยไม่ใช้บัตรทำให้มีฉ้อฉลลักลอบทุจริตผ่านได้ยากขึ้น สามารถช่วยลดความเสี่ยงจากการสูญเสียบัตรผ่านให้มีฉ้อฉล และเป็นการช่วยป้องกันการสูญเสียบัตรโดยไม่รู้ตัว ตามลำดับ สอดคล้องกับแนวคิดการรับรู้ความเสี่ยงของ Pavlou งานวิจัยของ สัจจาภรณ์ ไชยเสนา เรื่อง พฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารพาณิชย์

2. ปัจจัยความเสี่ยงด้านความเสี่ยงจากสถานการณ์ COVID-19 ไม่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการดังกล่าว อย่างไรก็ตามการถอนเงินโดยไม่ใช้บัตรช่วยลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ COVID-19

### ข้อจำกัดงานวิจัย

1. เนื่องจากช่วงเวลาในการเก็บแบบสอบถามมีจำกัด ผู้วิจัยจึงเลือกแจกแบบสอบถามตามช่วงเวลาของผู้วิจัยสะดวก ซึ่งอาจไม่ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างทุกประเภท
2. ปัจจัยที่นำมาใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นเพียงปัจจัยที่ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ไม่ใช่ปัจจัยทั้งหมด
3. การให้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงินของแต่ละธนาคารต่างกัน อาจส่งผลให้ประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความแตกต่างกันไปตามลักษณะการให้บริการของแต่ละธนาคาร

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านความคาดหวังความคาดหวังต่อการปฏิบัติงานเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการให้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงินมากที่สุด อย่างไรก็ตาม การประหยัดเวลาในการใช้บริการ และขั้นตอนในการดำเนินการยังเป็นเรื่องที่เป็นลูกค้าของธนาคารและสถาบันการเงินเห็นด้วยน้อยกว่าเรื่องอื่น ๆ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงและพัฒนาขั้นตอนการใช้งานให้ง่าย ไม่ซับซ้อน โดยอาจลดขั้นตอนการดำเนินงาน เพื่อเป็นการเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในการใช้บริการ
2. ปัจจัยความเสี่ยงด้านความเสี่ยงจากการโจรกรรมข้อมูล แสดงผลในทิศทางตรงกันข้ามกับการยอมรับบริการดังกล่าว ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการป้องกันความเสี่ยงจากการใช้บริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่น ไว้วางใจ และรู้สึกถึงความปลอดภัยในการใช้บริการ
3. ปัจจัยความเสี่ยงด้านความเสี่ยงจากสถานการณ์ COVID-19 เป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการยอมรับการให้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตร อย่างไรก็ตาม ลูกค้ามองว่าบริการดังกล่าวสามารถช่วยลดและช่วยป้องกันความเสี่ยง COVID-19 ได้ อีกทั้ง สถานการณ์ดังกล่าวเป็นหนึ่งในสาเหตุที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการถอนเงินโดยไม่ใช้บัตร ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสนใจในประเด็นดังกล่าวต่อไป

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยเลือกสอบถามกลุ่มประชากรทั้งผู้ที่เคยหรือไม่เคยใช้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงิน ซึ่งอาจทำให้เกิดความแตกต่างในด้านประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้นในอนาคตควรจะศึกษาเฉพาะผู้มีประสบการณ์การใช้บริการ เพื่อให้ผลลัพธ์ที่ชัดเจนมากขึ้น
2. ผู้วิจัยได้แบ่งอายุออกเป็นช่วงอายุ ซึ่งอาจจะยังไม่สามารถสะท้อนปัจจัยด้านอายุได้อย่างชัดเจน เมื่อเปรียบเทียบกับ การแบ่งช่วงอายุตามรุ่น (Generation) ดังนั้น ในอนาคตควรจะศึกษาโดยแบ่งอายุตามรุ่น
3. ผลการวิจัยที่ออกมาเป็นเพียงผลการวิจัยโดยรวม เนื่องจากผู้วิจัยได้ศึกษารูปแบบการให้บริการโดยรวมไม่ได้ระบุธนาคารใดเฉพาะ ดังนั้น หากต้องการวิจัยในเชิงลึกมากขึ้นจึงควรระบุแบบเจาะจงธนาคาร
4. ผู้วิจัยศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการให้บริการถอนเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตรกดเงินแต่เพียงเท่านั้น โดยในอนาคตสามารถวิจัยปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติมได้

5. งานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ หากต้องการให้ข้อมูลมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม

### บรรณานุกรม

- “แอปธนาคาร” บนมือถือฮิต ผลสำรวจผู้ใช้สมาร์ทโฟน 69% ใช้ทำธุรกรรมการเงิน. ฐานเศรษฐกิจ. สืบค้นจาก <https://www.thansettakij.com/content/tech/142644>
- 10 เทรนด์เทคโนโลยี ยุค Digital Transformation 2563-2564. สืบค้น 21 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.wearecp.com/new-year63-d-001-1/?fbclid=IwAR3YhfVfJ1dptDxZmvGJoY-OL9dzlGMqPxf64P2s5-hfDJOz-sRd2i03Y>
- 5G คืออะไร? เทคโนโลยีสื่อสารไร้สายน้องใหม่ ใกล้ตัวกว่าที่คิด. (ม.ป.ป.). สืบค้น 1 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.uih.co.th/th/knowledge/5g>
- 5G คืออะไร?. (ม.ป.ป.). สืบค้น 1 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.ops.go.th/main/index.php/knowledge-base/article-pr/701-5g>
- 5G จะเข้าไทยเมื่อไหร่ะ แล้วต่างกับ 4G อย่างไร?. (ม.ป.ป.). สืบค้น 1 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.tot.co.th/blogs/ดิจิทัลทิปส์/now-trending/ดิจิทัลทิปส์/2019/09/20/5g-จะเข้าไทยเมื่อไหร่-แล้วต่างกับ-4g-อย่างไร>
- admin team. (2563). แอป “ทีเอ็มบี ทัช” พัฒนาบริการ “ถอนเงินสดไม่ใช้บัตร” ให้สะดวกยิ่งขึ้นครอบคลุมทั้งตู้เอทีเอ็ม ทีเอ็มบี และธนาชาติ รวมกว่า 4,900 ตู้ทั่วประเทศ [PR]. สืบค้น 24 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2020/04/tmb-touch-withdraw-cash-without-card/>
- DIGITAL 4.0. สืบค้น 21 ตุลาคม 2563, จาก [https://www.wice.co.th/2018/01/11/digital-4-0technology/?fbclid=IwAR23n6kqHixBf4H0i20ZDGSElystBo8fn0fzDuNE2AA\\_d5xI0fzTWT\\_uIE](https://www.wice.co.th/2018/01/11/digital-4-0technology/?fbclid=IwAR23n6kqHixBf4H0i20ZDGSElystBo8fn0fzDuNE2AA_d5xI0fzTWT_uIE)
- DIGITAL VENTURES. (2017). เข้าใจเทรนด์ Digital Banking – เมื่อการธนาคารต้องรวมเป็นส่วนหนึ่งของไลฟ์สไตล์คนยุค Millennial. สืบค้น 22 ตุลาคม 2563, จาก <http://dv.co.th/blog-th/digital-banking-trend/>
- Donlaya C.. (2019). พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงอะไร อยากสร้างยอดขายให้ได้กำไร จำเป็นต้องรู้. สืบค้น 23 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.moneywecan.com/what-consumer-behavior/>
- Evolution of the Mobile Phone. (n.d.). Retrieved 22 October 2020, from <https://www.tigermobiles.com/evolution/#start>
- Gimme. (2018). ธนาकारไหนกดเงินไม่ใช้บัตรได้บ้าง และแบงก์ไหนมีจำนวนตู้ ATM มากที่สุด. สืบค้น 23 ตุลาคม 2563, จาก <https://droidsans.com/cardlessupported-banks/>
- K PLUS. (2020). Retrieved 19, November 2020, from <https://apps.apple.com/th/app/k-plus/id361170631>
- Kriti Priya Gupta, Swati Singh and Preeti Bhaskar (2016). Citizen adoption of e-government: a literature review and conceptual framework. Electronic Government an International Journal, 12(2), 168.

- Krungthai NEXT. (2020). Retrieved 23 October 2020, from <https://apps.apple.com/th/app/krungthai-next/id436753378>
- Prachi Juneja. (ม.ป.ป.). Buying Behaviour Patterns of Customers. Retrieved 24 October 2020, from <https://www.managementstudyguide.com/buyingbehaviour-patterns-of-customers.htm>
- Quincy Larson. (2016). Medium isn't just startup people. Retrieved 27 October 2020, from <https://medium.com/free-code-camp/medium-isn-t-just-startup-people-30a3752b09b9>
- Roger A. Kerin, Steven W. Hartley and William Rudelius. (ม.ป.ป.). การจัดการการตลาด. (นิเวศน์ ธรรมะ, ประพันธ์ วงศ์บางโพ, พลอมร ธรรมประทีป, สมบูรณ์ ศรีอนุรักษวงศ์, สรยุทธ งามจันทร์ผลิ และ วราจกานา งามจันทร์ผลิ, ผู้แปล). กรุงเทพมหานคร: แมคกรอ-ฮิล. (2009)
- Simon Kemp. (2020). DIGITAL 2020: THAILAND. Retrieved 14 November 2020, from <https://datareportal.com/reports/digital-2020-thailand>
- Valentin Radu. (2019). Consumer behavior in marketing – patterns, types, segmentation. Retrieved 23 October 2020, from <https://www.omniconvert.com/blog/consumer-behavior-in-marketing-patterns-types-segmentation.html>
- เกศวิฑู ทิพยศ. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน). มหาวิทยาลัยเนชั่น, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
- เสาวณี จันทะพงษ์ และทศพล ต้องหุ้ย. (2563). เศรษฐกิจโลก เศรษฐกิจไทยหลังโควิด 19 : โรคปฏิวัติโลก ยกเครื่องสู่อนาคตวิถีชีวิตใหม่. สืบค้น 26 ตุลาคม 2563, จาก [https://www.bot.or.th/Thai/BOT Magazine/Pages/256303\\_CoverStory.aspx](https://www.bot.or.th/Thai/BOT Magazine/Pages/256303_CoverStory.aspx)
- โสภณ วิจิตรเมธาวณิชย์. (2563). การพัฒนาของธุรกิจธนาคารในโลกดิจิทัล. สืบค้น 22 ตุลาคม 2563, จาก [https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article\\_15Apr2020.aspx](https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_15Apr2020.aspx)
- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2559). DIGITAL THAILAND. [แฟ้มข้อมูล]. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ.
- กรัณท์รัตน์ รังสิยามณ. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน SCB EASY กรณีศึกษาผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วิทยาลัยนวัตกรรม, สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี. กรุงเทพฯ. (ม.ป.ป.). วิธีถอนเงินไม่ใช้บัตร. สืบค้น 23 ตุลาคม 2563, จาก <https://krungthai.com/th/content/personal/krungthai-next/cardless-atm#>
- กิตตินันท์ นาคทอง. (2561). “กดยกเงินไม่ใช้บัตร” ขาลงบัตรเดบิต?. สืบค้น 24 ตุลาคม 2563, จาก <https://mgronline.com/columnist/detail/9610000113709>
- ตู้ ATM ระบบการทำงาน ความปลอดภัย และวิธีป้องกันความเสี่ยง. (ม.ป.ป.). สืบค้น 27 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.chi.co.th/article/article-1390/>
- ถอนเงินไม่ใช้บัตร. (ม.ป.ป.). สืบค้น 19 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.kasikornbank.com>

- ทำธุรกรรมการเงินออนไลน์อย่างไรให้ปลอดภัย. (2562). สืบค้น 27 ตุลาคม 2563, จาก <https://blog.ghbank.co.th/online-banking-security/#รูปแบบของการรักษาความปลอดภัยของธุรกรรมออนไลน์>
- ธนศ ครุฑวัฒนา และ ธนะวัฒน์ ใจสา. (2556). การใช้กลยุทธ์การตลาดในการเพิ่มจำนวนสมาชิกบริษัท สยาม แม็คโคร จำกัด(มหาชน)สาขา จรัญสนิทวงศ์. มหาวิทยาลัยสยาม, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาการตลาด.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). รายชื่อที่อยู่ Website สถาบันการเงินและ Non-bank. สืบค้น 23 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/WebsiteFI/Pages/InstList.aspx>
- นันทพร พรหมมา, รวีดา วิริยกิจจา (2558). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านเครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ธนาคารออมสินสาขาธาตุพนม. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, คณะบริหารธุรกิจ.
- ผลสำรวจชี้ 44% ของผู้ใช้สมาร์ทโฟนกังวลเรื่องความปลอดภัยในการทำธุรกรรมบนมือถือ. (2560). สืบค้น 14 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.marketingoops.com/reports/research/survey-mobile-banking-innov8asia-marketbuzz/>
- ภาณุพันธ์ พุฒพวง. (2561). การยอมรับการใช้บริการกดเงินสดผ่านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติโดยไม่ใช้บัตร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจี๊ววงศ์. (2556). โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ทศวรรษใหม่ของนวัตกรรมการสื่อสารแห่งอนาคต. Veridian E-Journal, 6(1), 134.
- สมาร์ทโฟนคืออะไร? แท็บเล็ต ต่างกันอย่างไร?. (2557). สืบค้น 22 ตุลาคม 2563, จาก <https://news.siamphone.com/news-14121.html>
- สังจากรณ์ ไชยเสนา. (2560). พฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารพาณิชย์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2561). การสำรวจการมีเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พ.ศ. 2561 (ไตรมาส 4). [แฟ้มข้อมูล]. สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สิริธร วิรัชพันธุ์ และ ปราโมทย์ ลีอนาม. (2563). การเลือกบริการเทคโนโลยีกดเงินแบบไม่ใช้บัตรของธนาคารพาณิชย์ไทยที่เหมาะสมด้วยกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์แบบฟัชซี. วารสารสถิติประยุกต์และเทคโนโลยีสารสนเทศ, 5(1), 25-38.
- องค์การอนามัยโลก. (2563). Coronavirus disease (COVID-19) questions and answers. สืบค้น 26 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.who.int/thailand/emergencies/novel-coronavirus-2019/q-a-on-covid-19>
- อะไรคือความเสี่ยงที่แท้จริง. (2563). สืบค้น 27 ตุลาคม 2563, จาก <http://www.investorrest.com/investment/risk-and-loss/>
- อัจฉราพรรณ สายตรง. (ม.ป.ป.). กดเงินแบบไม่ใช้บัตร (ATM / Debit) แบนก์ไหนทำได้บ้าง?. สืบค้น 23 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.checkraka.com/creditcard/article/116878/>
- อิเล็กทรอนิกส์แองคี่ง. สืบค้น 22 ตุลาคม 2563, จาก <https://sites.google.com/dei.ac.th/digital-literacy/บทท-2-เทคโนโลยีจดทลในชวตประจําวัน/เรองท-3-บรการภครฐและเอกชน/อเลทรอนกสเบงคกง>