

การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษา  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์  
A Study of Attitude and Behavior of the Financial Transaction Service with Cashless  
of Faculty of Management Science, Valaya Alongkorn Rajabhat University  
under the Royal Patronage Students

อัจฉราวรรณ สุขเกิด (Ajcharawan Sujkird)<sup>1</sup>

อาภา ไสยสมบัติ (Apa Saisombat)<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ 2. เพื่อศึกษาทัศนคติในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จำนวน 1,300 คน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยการแจกแบบสอบถามใช้ในการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) สถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ t-test ค่า One-way ANOVA ผลวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการเช็คยอดเงิน โอนเงิน ชำระค่าสินค้า/บริการ จ่ายค่าสาธารณูปโภคและเติมเงินโทรศัพท์มือถือเพื่อตอบสนองความสะดวกสบายและสามารถใช้จ่ายหรือเติมเงินโทรศัพท์มือถือได้ด้วยตัวเอง 2) ผลการศึกษาทัศนคติในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษา พบว่า การรับรู้ประโยชน์ใช้สอย, การรับรู้ความง่ายในการใช้งานและความตั้งใจที่จะใช้อิทธิพลต่อทัศนคติในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ :** ธุรกรรมการเงิน ทัศนคติบริการทางการเงิน

<sup>1</sup> สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

E-mail : ajcharawan @vru.ac.th

<sup>2</sup> สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

E-mail : apa@vru.ac.th

## Abstract

This research aims to 1) study the behavior of using Cashless financial transactions among students of the Faculty of Management Science, Valaya Alongkorn Rajabhat University Under the Royal Patronage, and 2) investigate the attitudes towards using Cashless transaction services of students of the Faculty of Management Science, Valaya Alongkorn Rajabhat University Under the Royal Patronage. 400 students of the Faculty of Management Science, Valaya Alongkorn Rajabhat University Under the Royal Patronage were selected by convenience sampling to answer the questionnaire. The descriptive statistics, frequency, percentage, mean, and standard deviation) were used for data analysis, while t-test and one-way ANOVA were used for hypothesis testing. The results of the study were as follows: 1) Most of the students used to check balance, transfer money, pay for products and services, pay utility bills and top up mobile phones for convenience 2) Students perceived utility, perceived ease of use and the intention to use was statistically significant at 0.05 level.

**Keyword:** Financial Transactions, Financial Service Attitude, Cashless

วันที่รับบทความ : 15 มีนาคม 2564

วันที่แก้ไขบทความ : 14 พฤษภาคม 2564

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์บทความ : 1 มิถุนายน 2564

## 1. บทนำ

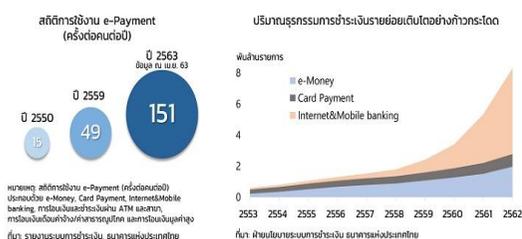
### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของผู้คนในยุคดิจิทัล การสื่อสารสมัยใหม่ได้เข้ามาสร้างบทบาทด้านต่าง ๆ ในการดำรงชีวิตทั้งด้าน เศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา และสังคม ความทันสมัยของเทคโนโลยีทำให้ผู้คนสามารถเข้าใช้งานได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ไม่มีข้อจำกัดของพื้นที่ และเวลา สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) นับเป็นการตอบสนองต่อยุคเศรษฐกิจปัจจุบัน (อรรถพ ดวงมณี และต่อตระกูล อุบลวัตร, 2561, หน้า 151) ในปี 2563 คาดว่าประเทศสวีเดนจะเป็นประเทศแรกของโลกที่เข้าสู่สังคมไร้เงินสดโดยสมบูรณ์ โดยจะคงเหลือธุรกรรมเงินสด เพียงร้อยละ 0.50 ของมูลค่าการ

ชำระเงินทั้งหมด ประเทศไทยอยู่ในช่วงเปลี่ยนไปสู่สังคมไร้เงินสด แต่ยังไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างสมบูรณ์ เพราะประชาชนทั่วไปยังคงให้ความสำคัญกับเงินสดในมีมากกว่าการยอมรับตัวเลขบนหน้าจอโทรศัพท์ ประกอบกับยังขาดความพร้อมในบางประการ จึงมีการใช้เงินสดควบคู่ไปด้วย (นันทน์ ลักษณะมีการค้า, 2561, หน้า 15)

สังคมไร้เงินสดได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย ในช่วงหลายปีที่ผ่านมามีสาเหตุสำคัญมาจากระบบการชำระเงินที่พัฒนาขึ้น สามารถช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้จ่ายและลดต้นทุนการทำธุรกรรมทางการเงิน ทำให้ประชาชนใช้เงินสดลดลงซึ่งปรากฏการณ์นี้เกิดขึ้นเช่นเดียวกับหลายประเทศทั่วโลกสำหรับประเทศไทย

ข้อมูลชี้ว่าแม้คนไทยจะนิยมใช้ e-Payments ในการชำระเงินมากขึ้นแต่การใช้เงินสดก็ยังถือเป็นสื่อกลางหลักของการชำระเงิน สะท้อนจากสัดส่วนเงินสดที่หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ (currency in circulation: CIC) ต่อ GDP ที่ไม่ได้ปรับลดลง แต่ทรงตัวที่ประมาณร้อยละ 9.0 ขณะที่สัดส่วนมูลค่าการใช้ e-Payments ต่อ GDP กลับเพิ่มขึ้นในระยะหลัง จากอัตราการขยายตัวของปริมาณเงินสดหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจที่เติบโตชะลอลงกว่าครั้งเทียบกับช่วงปี 2004-2013 ในทางกลับกันปริมาณการใช้ e-Payments ของคนไทยกลับเร่งขึ้นอย่างก้าวกระโดดในลักษณะ exponential growth ซึ่งเห็นได้ชัดจากความนิยมในการใช้ e-Payments ผ่าน internet-mobile banking (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563, หน้า 2)



**ภาพที่ 1** สถิติการใช้งาน e-Payment และปริมาณธุรกรรมชำระรายย่อย

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563, หน้า 1.

จากการศึกษาบริการ e-Payment ประเภทต่าง ๆ ของไทย โครงสร้างพื้นฐานสำหรับการใช้ e-Payment ในแต่ละพื้นที่และวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้ e-Payment ของคนไทย โดยเฉพาะการโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ ซึ่งปัจจุบันมีผู้ลงทะเบียนใช้งานกว่า 28.4 ล้านราย หรือประมาณร้อยละ 43 ของคนไทย จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมโอนเงินของคนไทย ภายหลังจากธนาคารพาณิชย์ต่างประกาศลดค่าธรรมเนียมการโอนเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ มีความพร้อมและมีการปรับตัวเพื่อก้าวเข้าสู่สังคม

(กึ่ง) ไร้เงินสดมากขึ้น นอกจากนี้พฤติกรรมในการพกเงินสดติดตัวของประชาชนในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาพบว่า ร้อยละ 59 พกเงินสดติดตัวลดลง พฤติกรรมการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์แทนการใช้เงินสด ซึ่งแนวโน้มการใช้เงินสดจะลดลงอย่างต่อเนื่องแสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมของคนไทยเริ่มมีความคุ้นเคยและมั่นใจในระบบการรักษาความปลอดภัยมากขึ้น (ชลิตพันธ์ บุญมีสุวรรณ, 2561, หน้า 244)

นักศึกษาถือว่าเป็นกลุ่มที่ชอบความทันสมัยต่อระบบเทคโนโลยีและมีการเตรียมการตัดสินใจต่อทักษะทางการเงิน เพื่อที่จะสามารถวางแผนทางการเงินให้เกิดประสิทธิภาพ ดังนั้นการส่งเสริมทักษะให้กับนักศึกษาเพื่อสามารถจัดการทางการเงินและวางแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้คณะผู้วิจัยทำการศึกษา พฤติกรรมและทัศนคติของการใช้เงินสดและ Cashless Society ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless และเพื่อศึกษาทัศนคติใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

1.2.2 เพื่อศึกษาทัศนคติในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

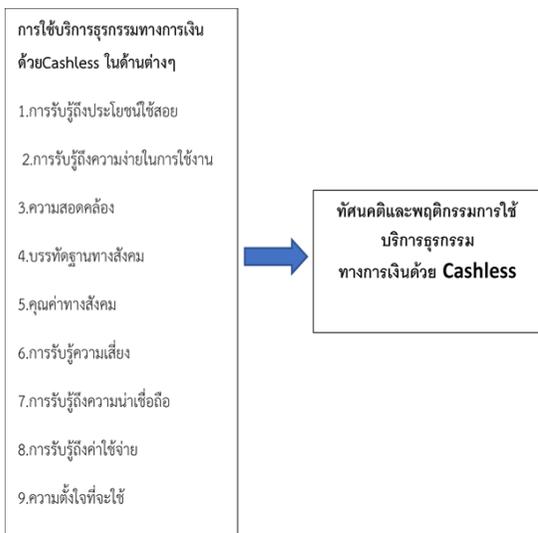
นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ปีการศึกษา 2562

ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ นักศึกษาคณะ  
วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ใน  
พระบรมราชูปถัมภ์ จำนวน 1,300 คน กลุ่มตัวอย่าง  
จำนวน 400 คน (มิถุนายน - สิงหาคม 2563)

#### 1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## 2. แนวคิดทฤษฎี

สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) คือ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้เงินโดยไม่ใช้เงินสดทั้งธนบัตรหรือเหรียญในการแลกเปลี่ยน แต่เน้นไปในการใช้ระบบ Online Payment หรือการจ่ายเงินออนไลน์, จ่ายเงินผ่าน QR Code, การโอนเงินผ่านระบบธนาคารหรือใช้บัตรเดบิต-เครดิต ในปัจจุบันมีการใช้งานเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ พฤติกรรมการใช้ e-Payment ในปี 2560 พบว่าอยู่ในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานบางสาขาอาชีพ ปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้หันมาใช้ e-Payment มากขึ้น ส่วนหนึ่งเกิดจากความกังวลในการสัมผัสเงินสด เพื่อลดความเสี่ยงของการแพร่เชื้อผ่านธนบัตร และพฤติกรรมการใช้ระบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้น

Schiffman and Kanuk (2007, p. 5) พฤติกรรมผู้บริโภค คือ พฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกในการแสวงหาการซื้อ การใช้ การประเมินผลในผลิตภัณฑ์และบริการที่คาดหวัง เพื่อทำให้ความต้องการของผู้บริโภคได้รับความพอใจ

Mowen and Minor (1998, p. 5) พฤติกรรมผู้บริโภค คือ การศึกษาการซื้อและกระบวนการแลกเปลี่ยนที่เกี่ยวข้องกับการบริโภค สินค้าและบริการ ใช้ประสบการณ์และความคิดในการตัดสินใจ

การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ถือว่าเป็นแนวคิดสังคมเศรษฐกิจที่ปราศจากการใช้เงินสดเป็นตัวขับเคลื่อน โดยใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการทำธุรกรรมทางการเงินแทน (ภควันต์, 2561, เว็บไซต์) สอดคล้องกับ ธนพล กองपालี (2563) ได้อธิบายถึงสังคมไร้เงินสด ได้รับความนิยมในช่วงหลายปีที่ผ่านมา สาเหตุเกิดจากระบบการชำระเงินที่พัฒนาขึ้นสามารถอำนวยความสะดวกในการใช้จ่ายและยังสามารถลดต้นทุนการทำธุรกรรมทางการเงิน พฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นสาเหตุเกิดจาก

1. พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป
2. การลดค่าธรรมเนียมของสถาบันการเงิน
3. นโยบายภาครัฐ
4. ปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความสะดวกรวดเร็วในการใช้งาน

จากพฤติกรรมดังกล่าวของผู้บริโภคที่ได้อธิบายมาสอดคล้องกับงานของ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2560: ออนไลน์) ที่กล่าวถึงปัจจัยหลักในการผลักดันประเทศไทยเข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างเป็นรูปธรรมคือ การผลักดันของภาครัฐ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและการสื่อสาร และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เน้นเข้าสู่ระบบออนไลน์มากขึ้น พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานผ่านช่องทางต่าง ๆ และนอกจากนี้ยังสามารถสร้างรายได้จากระบบการใช้ Facebook หรือ Twitter ที่ส่งผลต่อความรู้สึกการใช้บริการทางบวก

ทัศนคติของผู้บริโภคที่ผ่านมาพบว่า คนไทยส่วนใหญ่มีความมั่นใจในระบบการเงินผ่าน E-Payment

มากขึ้นและพฤติกรรมการใช้เงินสดติดตัวที่ผ่านมาลดลง เนื่องมาจากความเชื่อมั่นในระบบการรักษาความปลอดภัยของระบบ ATM ที่สามารถกดเงินสดได้ทันที นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่ม E-Commerce เพิ่มขึ้น (ชลิตพันธ์ บุญมีสุวรรณ, 2561) สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถณพ ดวงมณี และต่อตระกูล อุบลวัตร (2561) พบว่าทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดโดยรวมเป็นเชิงบวก โดยเฉพาะระบบการเงินของประเทศที่มีความทันสมัย การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ผลงานวิจัยของ อรรถพร ศักดิ์พรหม และจิรพล สังข์โพธิ์ (2559) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบพร้อมเพย์ (Prompt Pay) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งาน คือ ตัวระบบพร้อมเพย์ และการส่งเสริมจากรัฐบาล

ทัศนคติของการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อใหม่เป็นอย่างมาก สื่อดิจิทัลสมัยใหม่มีบทบาทในการสร้างค่านิยมแก่เยาวชน และเป็นเครื่องมือในการสำรวจและทดลองให้กับกลุ่มเยาวชนเป็นอย่างมาก (ฐิตินันท์ บุญภาพ คอมมอน, 2556)

### 3. วิธีดำเนินการวิจัย

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จำนวน 1,300 คน (ปีการศึกษา 2562)

#### 3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่จะเกิดขึ้น 5% หรือ 0.05 ได้ขนาดตัวอย่าง เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ จึงตัดสินใจใช้กลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ จำนวน 400 คน ซึ่งจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเรื่อง การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ที่ทำธุรกรรมทางการเงินด้วยเงินสด กับ Cashless ของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

ส่วนที่ 2 การประเมินทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless

#### ระดับความคิดเห็น คะแนน

ส่วนที่มากที่สุด	5
ส่วนที่มาก	4
ส่วนที่ปานกลาง	3
ส่วนที่น้อย	2
ส่วนที่น้อยที่สุด	1

จากนั้นนำมาหาระดับคะแนนเฉลี่ย โดยกำหนด ความสำคัญของคะแนนดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับความสำคัญมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

### 3.4 การตรวจสอบเครื่องมือ

1. การตรวจสอบเนื้อหา ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นต่อผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความครบถ้วนและความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถามที่ตรงกับเรื่องที่จะศึกษา

2. การตรวจสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็ช อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นได้ค่าความเชื่อมั่นของคำถามแต่ละประเด็นและค่าความเชื่อมั่นรวมอยู่ระหว่างค่า 0.7 -1.00 นอกจากนี้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นยังได้ผ่านการตรวจสอบเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้ว

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล นำแบบสอบถามที่สำรวจมารวบรวมเพื่อประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ วิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ
2. ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. วิเคราะห์เปรียบเทียบค่าระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามโดยใช้ Independent Samples t-test (วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย) ใช้กับตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร และ One-way ANOVA (วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว) ใช้กับตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปรขึ้นไป กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือที่ความเชื่อมั่น 95%

## 4. สรุปผลการวิจัย

การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 73.75 และเพศชาย จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25

พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินด้วยเงินสดกับ Cashless ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผูกบัตรเครดิตเข้ากับสมาร์ตโฟนเพื่อความสะดวกและสามารถใช้จ่ายหรือเติมเงินได้ด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 23.68 รองลงมาคือ สามารถควบคุมทุกรายการใช้จ่ายเงิน เติมเงินได้ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 19.35 และไม่มีเวลาเดินทางไปธนาคาร การใช้จ่ายเงิน Cashless ผ่านสมาร์ตโฟนทำให้ท่านสะดวกขึ้น คิดเป็นร้อยละ 18.39

พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) อันดับหนึ่ง คือ เช็คยอดเงิน คิดเป็นร้อยละ 99.25 รองลงมาคือ โอนเงิน คิดเป็นร้อยละ 97.75 เติมเงินโทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 95.25 ชำระค่าสินค้า/บริการ คิดเป็นร้อยละ 83.25 จ่ายค่าสาธารณูปโภค คิดเป็นร้อยละ 56.25 และชำระค่าบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 35.75

ทัศนคติการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย CASHLESS ทั้ง 9 ด้าน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.847) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.974) เมื่อพิจารณารายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การใช้ Cashless สามารถใช้ได้ทุกที่ ทุกเวลา อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ = 4.118) รองลงมาคือ การใช้ Cashless ใช้งานง่าย ( $\bar{X}$ = 4.015) และ การใช้ Cashless มีประโยชน์มากกว่าการจ่ายเงินสด ( $\bar{X}$ = 3.978) ด้านที่รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย (Perceived usefulness) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.968) เมื่อพิจารณารายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การใช้ Cashless จะช่วยในการจ่ายเงินรวดเร็วขึ้น อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ = 4.155) รองลงมาคือ การใช้ Cashless จะทำให้การทำธุรกรรมทางการเงินง่ายขึ้น ( $\bar{X}$ =4.020) และการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน จะทำให้สามารถจัดการการเงินได้ดีขึ้น ( $\bar{X}$ = 3.990) และ ด้านสุดท้ายคือ ด้านความตั้งใจที่จะใช้ (Usage intention) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.942) เมื่อพิจารณารายข้อเรียงจาก

มากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ตั้งใจจะใช้ Cashless ในอนาคต อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}$ =4.058) รองลงมา คือ มีประสบการณ์ที่ดี ในการใช้บริการ Mobile banking จะแนะนำให้เพื่อนๆ ใช้บริการด้วย ( $\bar{x}$ =3.908) และแนะนำให้เพื่อนๆ บริการ Mobile banking ( $\bar{x}$ =3.860) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 แสดงความคิดเห็นของนักศึกษาต่อทัศนคติใช้ บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย CASHLESS

ทัศนคติ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
<b>1. การรับรู้ประโยชน์ใช้สอย (Perceived usefulness)</b>			
1.1 ท่านคิดว่าการใช้ Cashless จะช่วยในการจ่ายเงินรวดเร็วขึ้น เช่น ท่านสามารถใช้สมาร์ตโฟน สัมผัสกับเครื่องชำระเงินได้ทันที โดยไม่ต้องหยิบกระเป๋าเงิน เป็นต้น	4.155	0.725	มาก
1.2 ท่านคิดว่าการใช้ Cashless จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจ่ายเงินของท่าน เช่น ท่านสามารถวางแผนการใช้จ่ายประจำเดือนของท่านได้ดีขึ้น	3.720	0.772	มาก
1.3 ท่านคิดว่าการใช้ Cashless จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจ่ายเงินของท่าน เช่น Cashless ทำให้ท่านไม่ต้องถือบัตรเครดิตจำนวนมาก	3.955	0.744	มาก
1.4 ท่านคิดว่าการใช้ Cashless จะทำให้การทำธุรกรรมทางการเงินของท่านง่ายขึ้น	4.020	0.755	มาก
1.5 การใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน จะทำให้ท่านสามารถจัดการการเงินของท่านได้ดีขึ้น	3.990	0.791	มาก
<b>2. การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use)</b>			
2.1 ท่านคิดว่าการใช้ Cashless ใช้งานง่าย เช่น ท่านสามารถจ่ายเงินผ่านสมาร์ตโฟนของท่านได้	4.015	0.724	มาก
2.2 ท่านคิดว่า ในสถานที่ต่างๆ มีการเริ่มใช้ Cashless มากขึ้น	3.818	0.905	มาก

ทัศนคติ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
เช่น ห้างสรรพสินค้าหรือร้านสะดวกซื้อ			
2.3 ท่านคิดว่าการใช้บริการ Mobile banking เป็นเรื่องง่าย	3.940	0.756	มาก
2.4 ท่านคิดว่าการใช้ Cashless สามารถใช้ได้ทุกที่ ทุกเวลา	4.118	0.777	มาก
2.5 ท่านคิดว่า การใช้ Cashless มีประโยชน์มากกว่าการจ่ายเงินสด	3.978	0.779	มาก
<b>3. ความสอดคล้อง (compatibility)</b>			
3.1 Cashless น่าจะเข้ากับรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันทุกด้านของท่าน	3.720	0.739	มาก
3.2 Cashless น่าจะเข้ากับสภาพสังคมในปัจจุบันของท่าน	3.823	0.701	มาก
3.3 Cashless น่าจะเหมาะกับการจับจ่ายซื้อของของท่าน เช่น การซื้อของออนไลน์	3.896	0.784	มาก
3.4 ท่านคิดว่า Cashless น่าจะเหมาะกับการใช้จ่ายในการเดินทางของท่าน เช่น การขึ้นรถไฟฟ้า	3.678	0.910	มาก
<b>4. บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective norm)</b>			
4.1 บุคคลในครอบครัวน่าจะแนะนำให้ท่านใช้ Cashless	3.708	1.112	มาก
4.2 เพื่อนสนิทน่าจะ สนับสนุนให้ท่านใช้ Cashless	3.763	0.944	มาก
4.3 เพื่อนร่วมงาน น่าจะ สนับสนุนให้ท่านใช้ Cashless	3.723	0.925	มาก
4.4 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่าน น่าจะ แนะนำให้ท่านใช้ Cashless	3.663	0.891	มาก
<b>5. คุณค่าทางสังคม (Social value)</b>			
5.1 การใช้ Cashless น่าจะทำให้ท่านรู้สึกเป็นที่ยอมรับในหมู่เพื่อน	3.618	0.884	มาก
5.2 การใช้ Cashless น่าจะทำให้ มุมมอง ของ ท่าน ต่อ บุคคลภายนอกเปลี่ยนแปลงไป เช่น ทำให้เพื่อนของท่าน มองภาพลักษณ์ของท่านดีขึ้น	3.650	0.896	มาก
5.3 การใช้ Cashless น่าจะ สร้างความประทับใจให้กับคนอื่นที่พบเห็น	3.716	0.899	มาก

ทัศนคติ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
5.4 การใช้ Cashless น่าจะทำให้ท่านเป็นที่ยอมรับในสังคม	3.716	0.934	มาก
<b>6. การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived risk)</b>			
6.1 ท่านคิดว่าการใช้เงิน Cashless มีความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงิน	3.830	0.782	มาก
6.2 ท่านคิดว่ามีโอกาสที่จะถูกโจรกรรมข้อมูลหรือการเงินเมื่อมีการใช้ Cashless	3.709	0.792	มาก
6.3 หากการเชื่อมต่อสัญญาณขาดหายไป ขณะที่ท่านกำลังใช้ Cashless อาจทำให้ข้อมูลหรือเงินของท่านสูญหายไปด้วย	3.798	0.826	มาก
6.4 ท่านกลัวว่า หากท่านกดข้อมูลผิดพลาด ในขณะที่ท่านใช้ Cashless อาจทำให้ท่านเสียค่าใช้จ่ายมากขึ้นหรืออาจสูญเสียเงินได้	3.815	0.807	มาก
<b>7. การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ (Perceived trust)</b>			
7.1 ท่านเชื่อว่าผู้ให้บริการ Mobile banking จะมีความซื่อสัตย์	3.908	0.845	มาก
7.2 ท่านเชื่อว่าผู้ให้บริการ Mobile banking จะมีการเตรียมระบบที่มีความปลอดภัยสูง	4.045	0.706	มาก
7.3 ท่านเชื่อว่าผู้ให้บริการ Mobile banking จะไม่เอาแต่ผลประโยชน์จากท่าน	3.763	0.825	มาก
7.4 ท่านเชื่อว่าผู้ให้บริการ Mobile banking จะมีความรับผิดชอบ เช่น การรับผิดชอบค่าเสียหายในกรณีเกิดเหตุผิดพลาดจากระบบการให้บริการ	3.840	0.872	มาก
<b>8. การรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย (Perceived cost)</b>			
8.1 การทำธุรกรรมผ่าน Cashless ควรมีความคุ้มค่าหรือไม่เสียค่าใช้จ่าย	3.888	0.851	มาก
8.2 ค่าติดต่อเพื่อเข้าใช้งาน Mobile banking ควรมีความคุ้มค่าหรือไม่เสียค่าใช้จ่าย	3.898	0.912	มาก

ทัศนคติ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
8.3 โดยรวม ท่านเชื่อว่า ค่าธรรมเนียมในการใช้ Cashless จะทำให้ท่านเสียเงินน้อยลงหรือไม่เสียเลย	3.893	0.810	มาก
8.4 ท่านคิดว่าการใช้ Cashless ควรจะมีค่าธรรมเนียมน้อยกว่าหรือไม่เสีย เมื่อเทียบกับการทำธุรกรรมด้วยเงินสด	3.903	0.847	มาก
9. ความตั้งใจที่จะใช้ (Usage intention)			
9.1 ท่านตั้งใจจะใช้ Cashless ในอนาคต	4.058	0.703	มาก
9.2 ท่านจะแนะนำให้เพื่อนๆ ของท่านใช้บริการ Mobile banking	3.860	0.800	มาก
9.3 ถ้าท่านมีประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการ Mobile banking ท่านจะแนะนำให้เพื่อนๆ ของท่าน ใช้บริการด้วย	3.908	0.865	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.847</b>	<b>0.797</b>	<b>มาก</b>

ทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วยเงินสดกับ cashless ในด้านต่าง ๆ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ใช้สอย ความตั้งใจที่จะใช้ การรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ การรับรู้ความเสี่ยง ความสอดคล้อง บรรทัดฐานทางสังคม และคุณค่าทางสังคม ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบเพศที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติการทำธุรกรรมทางการเงินด้วย CASHLESS ทั้ง 9 ด้าน พบว่า เพศชายมีทัศนคติด้านความสอดคล้อง (compatibility) มากกว่าด้านอื่นคือ การใช้ Cashless น่าจะเหมาะกับการจับจ่ายซื้อ เช่น การซื้อของออนไลน์ มากกว่าเพศหญิง ในขณะที่เพศหญิงมีทัศนคติด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย (Perceived usefulness) มากกว่าด้านอื่นคือ การใช้ Cashless จะช่วยในการจ่ายเงินรวดเร็วขึ้น เช่น สามารถใช้สมาร์ตโฟนสัมผัสกับเครื่องชำระเงินได้ทันทีโดยไม่ต้องหยิบกระเป๋าสตางค์ เป็นต้น ทัศนคติใน

ด้านที่น้อยที่สุดคือ คุณค่าทางสังคม (Social value) การใช้ Cashless น่าจะทำให้ท่านรู้สึกเป็นที่ยอมรับในหมู่เพื่อนเพศชายมีทัศนคติด้านนี้น้อยที่สุดและน้อยกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติการทำธุรกรรมทางการเงินด้วย CASHLESS จำแนกตามเพศ

ทัศนคติ	ชาย		หญิง		t-test	Sig.
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
<b>1. การรับรู้ประโยชน์ใช้สอย (Perceived usefulness)</b>						
การใช้ Cashless จะช่วยในการจ่ายเงินรวดเร็วขึ้น เช่น ท่านสามารถใช้สมาร์ทโฟนสัมผัสกับเครื่องชำระเงินได้ทันทีโดยไม่ต้องหยิบกระเป๋าสตางค์	4.105	0.616	4.173	0.760	-0.909	0.364
การใช้ Cashless จะทำให้การทำธุรกรรมทางการเงินของท่านง่ายขึ้น	3.943	0.893	4.047	0.697	-1.084	0.280
<b>2. การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use)</b>						
การใช้ Cashless ใช้งานง่าย เช่น ท่านสามารถจ่ายเงินผ่านสมาร์ทโฟนของท่านได้	4.162	0.779	3.963	0.719	2.429	0.016*
การใช้ Cashless สามารถใช้ได้ทุกที่ ทุกเวลา	4.143	0.774	4.108	0.778	0.389	0.698
<b>3. ความสอดคล้อง (compatibility)</b>						
Cashless น่าจะเหมาะกับการจับจ่ายซื้อของของท่าน เช่น การซื้อของออนไลน์	4.210	0.836	3.783	0.732	4.614	0.000*
Cashless น่าจะเข้ากับสภาพสังคมในปัจจุบันของท่าน	3.952	0.623	3.776	0.721	2.375	0.018*
<b>4. บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective norm)</b>						
เพื่อนสนิทน่าจะ สนับสนุนให้ท่านใช้ Cashless	3.733	1.017	3.773	0.916	-0.350	0.727
เพื่อนร่วมงานน่าจะ สนับสนุนให้ท่านใช้ Cashless	3.562	0.915	3.780	0.921	-2.082	0.039*
<b>5.คุณค่าทางสังคม (Social value)</b>						
การใช้ Cashless น่าจะทำให้ท่านรู้สึกเป็นที่ยอมรับในหมู่เพื่อน	3.410	1.101	3.692	0.778	-2.407	0.017*
การใช้ Cashless น่าจะสร้างความประทับใจให้กับคนอื่นที่พบเห็น	3.429	0.945	3.820	0.859	-3.720	0.000*
การใช้ Cashless น่าจะทำให้ท่านเป็นที่ยอมรับในสังคม	3.543	1.187	3.780	0.817	-1.882	0.062*
<b>6. การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived risk)</b>						
ท่านคิดว่ามีโอกาสที่จะถูกโจรกรรมข้อมูลหรือการเงิน เมื่อมีการใช้ Cashless	3.790	0.847	3.675	0.770	1.227	0.221
หากการเชื่อมต่อสัญญาณขาดหายไป ขณะที่ท่านกำลังใช้ Cashless อาจทำให้ข้อมูลหรือเงินของท่านสูญหายไปด้วย	3.552	0.915	3.885	0.773	-3.310	0.001*
<b>7. การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ (Perceived trust)</b>						
ท่านเชื่อว่าผู้ให้บริการ Mobile banking จะมีการเตรียมระบบที่มีความปลอดภัยสูง	4.067	0.666	4.037	0.714	0.379	0.705
เชื่อว่าผู้ให้บริการ Mobile banking จะมีความรับผิดชอบ เช่น การรับผิดชอบต่อค่าเสียหายในกรณีเกิดเหตุผิดพลาดจากระบบการให้บริการ	3.600	0.879	3.925	0.791	-3.328	0.001*

8. การรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย (Perceived cost)						
ค่าติดต่อนี้เพื่อเข้าถึงการใช้งาน Mobile banking ควรมียาธรรมเนียม น้อยหรือไม่เสียค่าใช้จ่ายเลย	4.048	0.773	3.844	0.951	2.167	0.031*
ท่านคิดว่าการใช้ Cashless ควรจะมีค่าธรรมเนียมน้อยกว่าหรือไม่มี เลย เมื่อเทียบกับการทำธุรกรรมด้วยเงินสด	3.676	0.889	3.983	0.817	-3.089	0.002*
9. ความตั้งใจที่จะใช้ (Usage intention)						
ท่านตั้งใจจะใช้ Cashless ในอนาคต	4.133	0.705	4.031	0.700	1.281	0.202
ท่านจะแนะนำให้เพื่อนๆของท่านใช้บริการ Mobile banking	3.686	0.772	3.922	0.801	-2.656	0.009*

## 5. อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาเรื่องการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ มีประเด็นที่น่าสนใจมีดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการเช็คยอดเงิน โอนเงิน ชำระค่าสินค้า/บริการ จ่ายค่าสาธารณูปโภคและเติมเงินโทรศัพท์มือถือ เพื่อตอบสนองความสะดวกสบายและสามารถใช้จ่ายหรือเติมเงินโทรศัพท์มือถือได้ด้วยตัวเอง สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค Schiffman and Kanuk (2007) ที่แสดงออกในพฤติกรรมการซื้อ การใช้ และบริการที่คาดหวัง เพื่อให้ความต้องการของผู้บริโภคได้รับความพอใจในเรื่องของความสะดวก ความทันสมัย ในการใช้ธุรกรรมทางการเงิน นอกจากนี้สอดคล้องกับงานวิจัย ชลิตพันธ์ บุญมีสุวรรณ (2561) ผลการวิจัย พบว่า จากการเปลี่ยนมาเป็นสังคมไร้เงินสดจะส่งผลให้พฤติกรรมการบริโภคของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป การซื้อสินค้าจะนิยมการสั่งซื้อผ่านเครือข่ายออนไลน์มากขึ้น ผู้บริโภคจะมีความต้องการความสะดวกรวดเร็ว ความทันสมัย ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจจะต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง โดยระบบคิวอาร์โค้ดจะกลายมาเป็นส่วนสำคัญในระบบ

การเงิน รวมถึงผู้บริโภคจะต้องระมัดระวัง การใช้จ่ายให้พอดีกับรายได้ที่ได้รับมา ดังนั้นความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจะช่วยให้ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถเตรียมพร้อมรับกับผลที่จะเกิดขึ้นตามมาในอนาคตได้อีก และสอดคล้องกับ นันทน์ ลักขมมีการค้า (2561) ที่ศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชากร พบว่า ความตั้งใจใช้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด เนื่องจาก การเปลี่ยนแปลงจากการใช้เงินสด มาใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผู้ใช้บริการคาดหวังในเรื่องประสิทธิภาพ ว่าต้องมีความสะดวกในการใช้งาน และช่วยให้การชำระค่าสินค้าและบริการรวดเร็วขึ้น สอดคล้องกับงานของ Fuksa (2013) ที่ศึกษาปัจจัยสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวก (FC) การสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีและความเคยชิน (HA) มีผลต่อความยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด

2. ผลการศึกษาทัศนคติในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ พบว่า การรับรู้ประโยชน์ใช้สอย, การรับรู้ความง่ายในการใช้งานและความตั้งใจที่จะใช้อิทธิพลต่อทัศนคติในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless สอดคล้องกับ กฤตโสภา ทิพย์ปัญญาวงศ์ (2559) ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ทัศนคติในการใช้งาน e-Money บนโทรศัพท์มือถือส่งผลกระทบต่อการใช้งาน

จริงและความตั้งใจที่จะใช้งานในอนาคต ในขณะที่ปัจจัยด้านความน่าดึงดูดของทางเลือกอื่น การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้สิทธิประโยชน์ของทางเลือกอื่น การรับรู้ต้นทุนในการเปลี่ยนแปลง ภาพลักษณ์ทางสังคม ผลกระทบภายนอกเครือข่ายทางอ้อม ผลกระทบภายนอกจากเครือข่ายทางตรง ความปลอดภัยและความไว้วางใจ ส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการใช้งาน e-Money บนโทรศัพท์มือถือซึ่งสอดคล้องกับงานของ Bauer (1967) ซึ่งศึกษาวิจัยเรื่อง Consumer Behavior as Risk Taking พบว่า การรับรู้ความเสี่ยง (Perceive Risk) เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความรู้สึกไม่แน่นอนของผู้บริโภคกับเทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกเชิงลบต่อการยอมรับเทคโนโลยี

## 6. ข้อเสนอแนะ

### 6.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

จากผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ด้านคุณค่าทางสังคมต่ำกว่าด้านอื่นๆ ดังนั้นรัฐบาลและภาคเอกชนควรมีการร่วมมือกันวางแผนการสร้างคุณค่าทางสังคมของทัศนคติในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย Cashless ในเชิงบวก เพื่อให้ประเทศไทยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านสังคมเศรษฐกิจและมีความก้าวหน้าทางด้านการเงินให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในอนาคตต่อไป

### 6.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้การศึกษารั้งต่อไปมีความสมบูรณ์ครบถ้วนมากขึ้น ผู้วิจัยได้เสนอแนะแนวทางสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาเฉพาะตัวแปรบางส่วน ซึ่งยังมีตัวแปรอื่นๆ ที่สามารถศึกษาได้ เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความสมบูรณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์ในการศึกษาเพิ่มขึ้น

2. ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังนักศึกษาคนอื่น ๆ เพื่อให้ทราบความแตกต่างของผู้ใช้บริการแต่ละพื้นที่ ศึกษาต่อว่าเหตุใดจึงมีความแตกต่างและเป็นประโยชน์ในการศึกษามากยิ่งขึ้น

3. ควรทำการวิจัยเฉพาะเจาะจงในแต่ละเครื่องมือการชำระเงิน เช่น บัตรเครดิต การชำระค่าบริการผ่าน Application และบัตรเดบิต ของธนาคาร หรือการชำระเงินผ่านระบบเครือข่ายของภาคเอกชน เป็นต้น

## 7. เอกสารอ้างอิง

- กฤตโสภา ทิพย์ปัญญาวงศ์. (2559). การศึกษาปัญหาและแรงจูงใจในการใช้งานเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ผ่านโทรศัพท์มือถือในประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการบริหารการตลาด, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชลิตพันธ์ บุญมีสุวรรณ. (2561, กรกฎาคม - ธันวาคม). สังคมไร้เงินสด. วารสารธุรกิจปริทัศน์, 10(2), 235-248.
- ธนพล กองพาลี. (2563). มุ่งสู่เศรษฐกิจไร้เงินสด: พฤติกรรมผู้บริโภคและโอกาสของธุรกิจไทย ช่วงโควิด 19. สืบค้น 15 มิถุนายน 2563, จาก [https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article\\_21Jul2020.aspx](https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_21Jul2020.aspx).
- ฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน. (2556). บทบาทสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). สังคมไทย (กำลัง) ไร้เงินสด. สืบค้น 5 มิถุนายน 2563, จาก <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPo>

licity/ArticleAndResearch/Pages/FAQ169.aspx.

นันทน์ ลักษณะการค้า. (2561). **ปัจจัยการยอมรับ**

**เทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของ**

**ประชากร เจเนอเรชัน เอ็กซ์ ขึ้นไป :**

**กรณีศึกษาจังหวัดกรุงเทพมหานคร. การ**

**ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา**

**การบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.**

ภควันต์. (2561). อนาคตโลกกับ “สังคมไร้เงินสด” สู่อการ

ปรับตัวครั้งใหญ่ของเหล่าธนาคารพาณิชย์. ค้น

เมื่อ 15 มิถุนายน 2563, จาก

[https://nextempire.co/stories/next-](https://nextempire.co/stories/next-business/)

[business/](https://nextempire.co/stories/next-business/).

ฤทธิชัย วานิชย์หามัน. (2559). **Cashless Society กับ**

**ประเทศไทย. ศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษา**

**สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์.กรุงเทพฯ:**

**จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.**

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). ระบบชำระเงินดิจิทัล ตัว

ช่วยSMEทำเงิน. ค้นเมื่อ 28 มกราคม 2563,

จาก <http://bit.ly/2vqk7xE>.

อรรณพ ดวงมณี และต่อตระกูล อุบลวัตร. (2561,

มกราคม - มิถุนายน). พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่

และทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของ

ประชาชนในกรุงเทพมหานคร. **นิเทศสยาม**

**ปริทัศน์**, 17 ( 22), 150-153.

อรชพร ศักดิ์พรหม และจิรพล สังข์โพธิ์. (2559). **ปัจจัยที่**

**ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบพร้อม**

**เพย์ (Prompt Pay) ของประชากรในเขต**

**กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ:**

**มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.**

Bauer, R. (1967). **Consumer Behavior as Risk**

**Taking.** Massachusetts: Harvard

University.

Chang, I. C, Hwang, H. G., Hung, W. F. and Li, Y.

C. (2007). Physicians' acceptance of

pharmacokinetics-based clinical

decision support systems. **Expert**

**systems with applications**, 33(2), 296-

303.

Fuksa, M. (2013). Mobile technologies and

services development impact on

Mobile Internet usage in Latvia.

**Procedia Computer Science**, 41-50.

Mowen, J. C. and Minor, M. (1998). **Consumer**

**behavior** (5th ed). New Jersey:

Prentice-Hall.

Schiffman, L. G. and Kanuk, L. L. (2007).

**Consumer behavior** (9th ed). New

Jersey: Prentice – Hall.