

พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดของพนักงานบริษัท ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Behavior and Satisfaction toward Cashless Society of Employees in Hatyai District, Songkhla Province

ชนิลา ชูรัตน์

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดของพนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของพนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสด และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสด กับพฤติกรรมในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กลุ่มประชากรในการวิจัย คือแรงงานที่เป็นลูกจ้างบริษัทเอกชนในจังหวัดสงขลา กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) ซึ่งเป็นตารางที่ใช้หาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่าสัดส่วนของประชากร โดยคาดว่าสัดส่วนของประชากรที่สนใจ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน (e) เท่ากับ 0.05 คิดเป็นจำนวน 400 คน ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างประชากรแบบกลุ่ม โดยประชากรในการวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่อยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จึงเลือกศึกษาเฉพาะพนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 15-60 ปี ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยเลือกประชากรที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ต้องการและสามารถให้ข้อมูลได้จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติ Chi-Square เพื่อทดสอบสมมติฐาน จากการวิจัยพบว่า

1. พนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000-15,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีสถานภาพโสด

2. พฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดของพนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การใช้สื่อเป็นเวลาน้อยกว่า 6 เดือน มีการใช้สื่อโดยเฉลี่ยต่อเดือน 5-10 ครั้ง เพื่อชำระค่าสินค้าและบริการผ่านสื่อแอปพลิเคชันของธนาคารบนโทรศัพท์เคลื่อนที่เนื่องจากความสะดวก รวดเร็ว และได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสื่อการใช้จ่ายจากสื่อสังคมออนไลน์

3. พนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยรวมมีระดับความพึงพอใจในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในระดับมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดจากการวิจัย พบว่า

1. เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสด

2. อายุ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในเรื่องของวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสื่อ แต่อายุมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในเรื่องของประสบการณ์การใช้สื่อ จำนวนการใช้สื่อ ประเภทของการใช้สื่อ และเหตุผลในการใช้สื่อ ที่ระดับนัยสำคัญ .05

3. รายได้ต่อเดือน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในเรื่องของวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อ แต่รายได้ต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในเรื่องของประสบการณ์การใช้สื่อ จำนวนการใช้สื่อ ประเภทของการใช้สื่อ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสื่อ และเหตุผลในการใช้สื่อ ที่ระดับนัยสำคัญ .05

4. ระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในเรื่องของประเภทของการใช้สื่อ แต่ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในเรื่องของประสบการณ์การใช้สื่อ จำนวนการใช้สื่อ วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสื่อ และเหตุผลในการใช้สื่อ ที่ระดับนัยสำคัญ .05

5. สถานภาพ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในเรื่องของวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อ ประเภทของการใช้สื่อ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสื่อ แต่สถานภาพมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในเรื่องของประสบการณ์การใช้สื่อ จำนวนการใช้สื่อ และเหตุผลในการใช้สื่อ ที่ระดับนัยสำคัญ .05

คำสำคัญ สังคมไร้เงินสด พฤติกรรม ความพึงพอใจ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากนโยบาย “ไทยแลนด์ 4.0” ของรัฐบาลในยุคปัจจุบัน ทำให้เกิดนโยบายต่าง ๆ ในการบริหารประเทศ ภายใต้วิสัยทัศน์ “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ภายใต้ภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศในด้านต่าง ๆ รัฐบาลมุ่งขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยภาคเทคโนโลยี และเปลี่ยนจากภาคการผลิตไปสู่ภาคบริการ เปลี่ยนจาก Traditional SMEs ไปสู่การเป็น Smart Enterprises และ Startup

สังคมไร้เงินสด (Cashless Economy) เป็นแนวคิดการขับเคลื่อนสังคมเศรษฐกิจที่ปราศจากเงินสด ลดการจับต้องเงินสด โดยการใช้เทคโนโลยีผ่านระบบคอมพิวเตอร์ในการทำธุรกรรมทางการเงิน อีกทั้งพฤติกรรมการเป็นอยู่ในปัจจุบันของคนในสังคมมีการเปลี่ยนแปลง มีการใช้จ่ายใช้สอยผ่านสังคมออนไลน์มากขึ้น ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง มีรูปแบบการทำธุรกรรมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงินที่ในอดีตอาจเป็นเรื่องไกลตัวสำหรับคนในสังคมบางกลุ่ม ปัจจุบันกลับกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันที่ใช้มาช่วยให้การดำเนินชีวิตง่ายขึ้น ผ่านโปรแกรมประยุกต์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สร้างพฤติกรรมใช้จ่ายแบบใหม่ มีการเสนอขายสินค้า การรับรู้ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ วิธีการใช้จ่ายเงินทั้งในโลกแห่งความจริงและโลกออนไลน์ ในอนาคตคนในสังคมอาจไม่ต้องพกเงินสด แต่โทรศัพท์มือถือจะกลายเป็นกระเป๋าตังค์ใบใหม่ของคนในยุคปัจจุบัน ธนาคารชั้นนำต่างปรับเปลี่ยนการทำธุรกรรมทางการเงินโดยนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ ซึ่งทำให้ในระบบมีเงินสดหมุนเวียนลดน้อยลงเรื่อย ๆ อีกทั้งยังช่วยลดต้นทุนงานด้านเอกสาร และต้นทุนการจ้างพนักงานงานของธนาคาร ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้เกิดการชำระดุลอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างธนาคาร ทำให้มีการฝากเงิน ถอนเงิน ชำระเงินข้ามธนาคาร การใช้บัตรเครดิตเอ็ม บัตรเดบิต บัตรเครดิตและบัตรเงินสด เพิ่มขึ้น

ในปี 2560 มีการศึกษาเกี่ยวกับต้นทุนการไร้เงินสด และประโยชน์ที่จะได้รับจากการเปลี่ยนมาใช้ในการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) จากผลการศึกษาพบว่า ต้นทุนที่ธุรกิจรับเงินสดและหนังสือตราสาร (Cheque : เช็ค) สูงกว่าการรับชำระเงินด้วย e-Payment ถึง 40% การใช้บริการการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ช่วยเพิ่มยอดขายให้แก่ธุรกิจ โดยเฉลี่ยถึง 17% สาเหตุที่การรับชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ส่งผลดีต่อยอดขาย

ของธุรกิจ เนื่องจากคนส่วนใหญ่ไม่นิยมพกเงินสดจำนวนมากเพราะกังวลเรื่องความปลอดภัย ทำให้มีเงินสดในมือไม่เพียงพอที่จะซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงการรับชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ยังทำให้ธุรกิจสามารถขยายฐานลูกค้าไปยังตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce หรือ e-Commerce) ได้ด้วย จึงเป็นการเพิ่มโอกาสในการขาย นอกจากนี้ในบางธุรกิจนำประโยชน์จากการรับชำระด้วยการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) มาใช้ โดยการนำข้อมูลการรับชำระเงินของลูกค้ามาวิเคราะห์เชิงลึก เพื่อที่จะพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการขายให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า แต่ละกลุ่มที่มีพฤติกรรมในการซื้อแตกต่างกัน หรือนำมาพัฒนากลยุทธ์สร้างความภักดีต่อแบรนด์ (Loyalty program) (Cashless Cities: Realizing the Benefits of Digital Payments, VISA and Roubini ThoughtLab อ้างถึงใน ธนาคารแห่งประเทศไทย, สมิตา เอื้อฤทธิพร ฝ่ายนโยบายระบบการชำระเงิน. 2561)

นอกจากการเปิดตัวระบบธุรกรรมทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ ความร่วมมือระหว่างธนาคารแห่งประเทศไทยกับธนาคารพาณิชย์แล้ว ปัจจุบันมีโปรแกรมประยุกต์เปิดให้บริการกระเป๋าตังค์อิเล็กทรอนิกส์มากมาย เช่น Apple Pay, Samsung Pay ซึ่งช่วยสร้างความสะดวกสบายในการใช้จ่าย มีการรวบรวมบัตรของทุกธนาคาร ทุกบริการทางการเงิน การใช้จ่ายมาไว้ในโปรแกรมประยุกต์เดียว มีโปรโมชั่นลดแลกแจกแถม ส่งผลให้ยอดบริการการให้บริการทางอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile banking application) ของธนาคารพาณิชย์ขยายตัวเพิ่มขึ้น

จากการผลักดันของรัฐบาลเพื่อให้ประเทศไทยเป็นสังคมไร้เงินสดข้างต้น จึงศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของพนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ต่อการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสด เพื่อนำผลการศึกษาวิจัยที่ได้ไปพัฒนาสื่อใช้จ่ายเงินแทนเงินสด ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของพนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสด และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสด กับพฤติกรรมในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสด

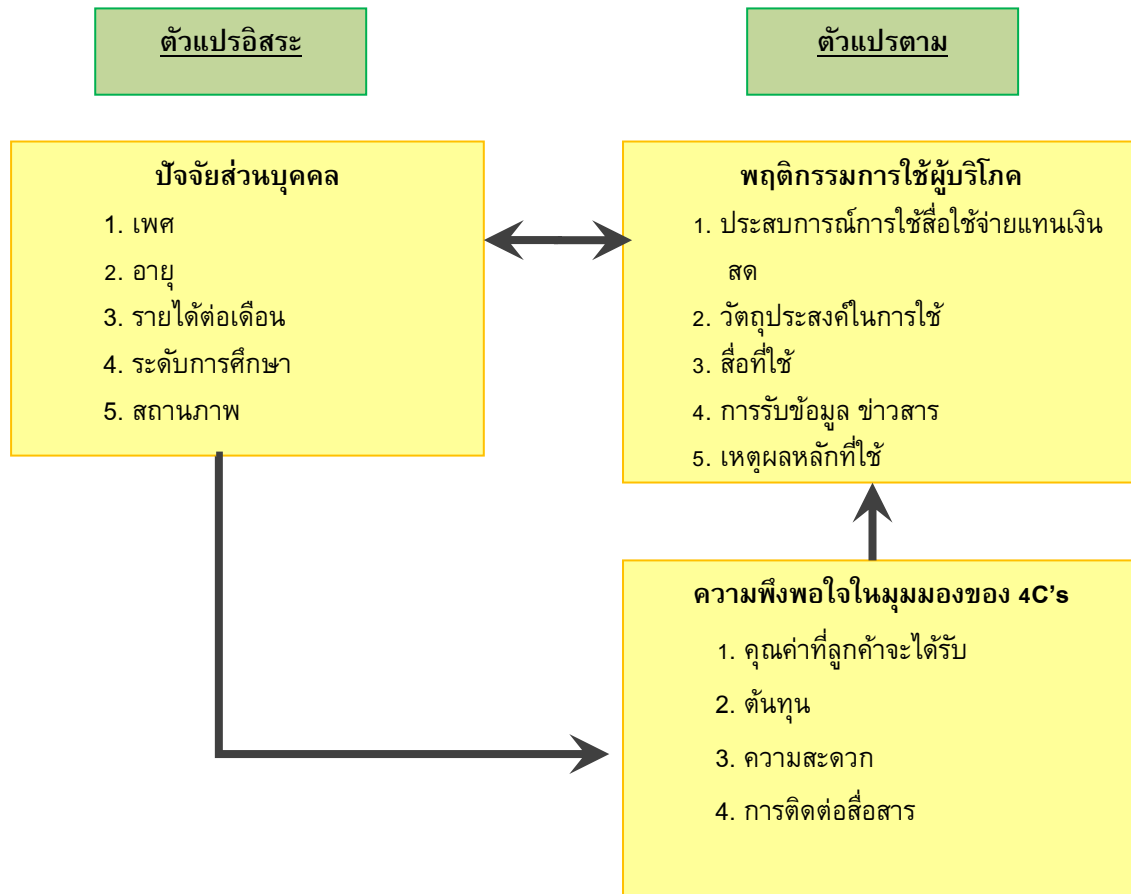
ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ การศึกษาพฤติกรรมของพนักงานบริษัทที่ใช้บริการสื่อการใช้จ่ายเงินแทนเงินสด โดยศึกษาเฉพาะพนักงานบริษัทในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่ การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อใช้จ่ายเงินแทนเงินสด โดยใช้แบบจำลองของคอตเลอร์และอาร์มสตรอง (model of consumer behavior by Philip Kotler and Gary Armstrong) การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและระดับความพึงพอใจ โดยใช้ปัจจัยหลักที่สร้างความพึงพอใจของ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, การตลาดบริการ Services Marketing, 2556 หน้า 146) ได้แก่ ผู้รับบริการ ผู้ให้บริการ และสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ผู้วิจัยใช้ปัจจัยของผู้รับบริการโดยพิจารณาจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค 4C's ของณัฐพล ไยไพโรจน์ (2561, หน้า 98) ได้แก่ คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Value) ต้นทุน (Cost to Customer) ความสะดวก (Convenience) การติดต่อสื่อสาร (Communication) และขอบเขตด้านระยะเวลา ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนธันวาคม 2561 ถึงเดือนมกราคม 2562

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาที่ได้ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดของพนักงานบริษัท ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดที่แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสด

ทบทวนวรรณกรรม

ฉัตยาพร เสมอใจ (2556) กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้ซื้อเริ่มต้นจากมีสิ่งเร้า (Stimulus) มากระตุ้น (Stimulate) ความรู้สึก ทำให้รู้สึกถึงความต้องการ จนต้องหาข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่จะมาตอบสนองความต้องการเพื่อทำการตัดสินใจซื้อ และเกิดพฤติกรรมการซื้ออันเป็นการตอบสนอง (Response) ในที่สุด ซึ่งได้แก่

1. สิ่งเร้า (Stimulus) คือสิ่งที่มากระทบและกระตุ้น อาจเกิดจากสิ่งเร้าภายใน หรือสิ่งเร้าภายนอก แบ่งออกเป็น

1.1 สิ่งเร้าทางการตลาด เป็นสิ่งเร้าที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดที่นักการตลาดต้องพัฒนา และนำมาใช้ในการกระตุ้นให้ผู้ซื้อเกิดความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งเร้าอื่น ๆ เป็นสิ่งแวดล้อมซึ่งอยู่เหนือการควบคุม แต่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการซื้อ เช่น สภาพเศรษฐกิจ เทคโนโลยี

2. กล้องดำ เป็นระบบของความรู้สึก ความต้องการ และกระบวนการตัดสินใจที่เกิดจากความคิดและจิตใจของผู้ซื้อ

3. การตอบสนอง เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ อันเป็นการตอบสนองต่อสิ่งเร้า ผู้ซื้อจะแบ่งการตัดสินใจออกเป็นขั้น ๆ

4. กระบวนการตัดสินใจซื้อ ได้แก่

4.1 การรับรู้ปัญหา

4.2 การค้นหาข้อมูล

4.3 การประเมินทางเลือก

4.4 การตัดสินใจซื้อ

4.5 พฤติกรรมหลังการซื้อ-การใช้

5. ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ได้แก่

5.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคมากที่สุด

5.2 ชั้นสังคม พฤติกรรมที่แสดงออกของบุคคลในแต่ละชั้นสังคมจะสะท้อนถึงสถานะทางสังคม คนมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามสถานะทางสังคม

5.3 ปัจจัยทางสังคม โดยได้รับอิทธิพลจากสังคมที่เป็นกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว และบาทบาทและสถานทางสังคม

5.4 ปัจจัยส่วนบุคคล ไม่ว่าจะเป็นอายุ อาชีพ สภาพเศรษฐกิจของบุคคล รูปแบบการดำเนินชีวิต และบุคลิกลักษณะและแนวคิดของผู้บริโภค

5.5 ปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ การกระตุ้นเร้า การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อและทัศนคติ

ณัฐพล ไยไพโรจน์ (2561, หน้า 98) กล่าวว่า กลยุทธ์ 4Cs เป็นทฤษฎีที่ได้รับการต่อยอดมาจากทฤษฎี 4Ps โดยเน้นไปที่การมองในมุมมองของผู้บริโภคมากกว่าผู้ผลิต เป็นการมองที่ความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลักว่าผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทใด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อจะทำให้ธุรกิจเข้าไปอยู่ในใจผู้บริโภคได้

1. ผู้บริโภค Consumer เป็นการมองที่ความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลักว่าผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทใด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

2. ราคา Cost เป็นการตั้งราคาที่คำนึงถึงผู้บริโภคหลัก ไม่ได้มองที่กำไรเพียงอย่างเดียว โดยเชื่อว่าผู้บริโภคมีอำนาจในการตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าอย่างเต็มที่ ดังนั้น การกำหนดราคาจึงเน้นที่ราคา สมเหตุสมผล

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย Convenience คำนึงถึงความสะดวกสบายที่ลูกค้าจะได้รับจากการซื้อสินค้า การมีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย นอกจากอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคแล้ว ยังเป็นการสร้างโอกาสในการขายหรือขยายธุรกิจให้เพิ่มขึ้น

4. ช่องทางการสื่อสาร Communications การสื่อสารกับผู้บริโภคช่วยในการสร้างการรับรู้ต่อตัวสินค้า หรือตราสินค้า เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย เป็นต้น

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2556) กล่าวว่า ปัจจัยหลักในการสร้างความพอใจ เกิดจากประสบการณ์จากการใช้บริการแล้วเกิดความประทับใจเกินกว่าความคาดหวังที่ตั้งใจ แต่ถึงแม้จะมีความพอใจแต่ก็อยู่ภายใต้ของคุณภาพของการบริการซึ่งขึ้นกับพนักงาน ความแปรเปลี่ยนทางอารมณ์และสถานการณ์ต่าง ๆ ของลูกค้า ปัจจัยหลักที่สร้างความพอใจมี 3 ประการ ดังนี้

1. ผู้รับบริการ มีความต้องการและความคาดหวังสำหรับการบริการที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน อีกทั้งความต้องการยังเปลี่ยนแปลงไปสำหรับการบริการแต่ละครั้ง อารมณ์หรือลักษณะเฉพาะของลูกค้าก็มีผลต่อความพอใจ หากลูกค้าอารมณ์ไม่ดี แม้นักงานจะให้บริการดีเพียงใด ลูกค้าย่อมมองว่าการบริการยังไม่พอใจ หรือหากลูกค้ามีมาตรฐานในการได้รับบริการสูงมาก มีความต้องการเฉพาะ ความพอใจย่อมเกิดได้ยากกว่าลูกค้าที่มีมาตรฐานไม่สูงมากนัก
2. ผู้ให้บริการ ความพอใจของลูกค้ามีผลจากความรู้ ความสามารถ ความพร้อมในด้านกายและอารมณ์ ในขณะที่ให้บริการ รวมถึงความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน
3. สิ่งแวดล้อมอื่น ๆ สิ่งแวดล้อม เช่น อากาศ แสงแดด โต๊ะ เก้าอี้ ความสะอาด สิ่งเหล่านี้มีผลต่อความพอใจของลูกค้าเป็นอย่างมาก นอกจากนี้การที่จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการมีจำนวนมาก ก็มีผลต่อความพอใจของลูกค้าด้วยเช่นกัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บัณฑิต โชคสิทธิกร (อ้างถึงใน MAG+KETING 2561) ผู้เขียนบทความ FINTECH เปิดเผยว่า ปัจจุบันการให้บริการทางการเงินผ่านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการเงินที่เรียกว่า Fin Tech หรือ Financial Technology ของคนไทยมีอัตราสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการชำระเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการผ่านกระเป๋าเงินออนไลน์ในรูปแบบของ Internet Banking, Mobile Banking, และ Social Banking หรือการชำระเงินบน Social Media ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Facebook Messenger รวมถึงระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ซึ่งบ่งบอกว่านวัตกรรมทางการเงินอย่าง “ฟินเทค” กำลังสร้างกระแสให้กับตลาดบริการทางการเงิน ส่งสัญญาณให้อุตสาหกรรมการเงินต้องตระหนักถึงการเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ ไม่จะเป็นการพัฒนาแพลตฟอร์มที่จะต้องทันสมัยและตอบโจทย์การใช้ชีวิตแบบดิจิทัล แบบวิถี “ดิจิทัลไลฟ์” และเตรียมรับมือกับการแข่งขันที่ไม่จำกัดอยู่เฉพาะธนาคารพาณิชย์ด้วยกันเอง บริการ “พร้อมเพย์” ทำให้ฟินเทคใกล้ตัวผู้บริโภคมากขึ้น เพราะการให้บริการที่ง่ายแค่ผูกบัญชีธนาคารเข้ากับหมายเลขโทรศัพท์หรือหมายเลขบัตรประชาชนก็สามารถให้บริการโอนเงินให้กับผู้รับโอนได้โดยไม่จำเป็นต้องรู้เลขที่บัญชีธนาคารของผู้รับโอน เพียงรู้เบอร์มือถือหรือเลขบัตรประชาชน ที่สำคัญคือค่าธรรมเนียมต่ำกว่าแบบเดิมมาก นอกจากนี้ธนาคารพาณิชย์ต่างเปิดให้บริการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code Payment) โดยผู้ที่มีบัญชีและผูกบัตรพร้อมเพย์กับธนาคาร สามารถขอรับคิวอาร์โค้ดเพื่อนำไปติดตั้งกับร้านค้าให้ลูกค้าชำระเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ ซึ่งเงินจะเข้าบัญชีร้านค้าได้โดยตรง ผู้ประกอบการไม่ว่าอาชีพใดที่ต้องรับเงินสดจากลูกค้าสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ ทำให้ขณะนี้การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟนกำลังเริ่มเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตประจำวันมากขึ้น เพราะความสามารถดังกล่าวทำให้เรื่องการเงินง่ายขึ้น สะดวก ใช้เวลาน้อยลงมาก อีกทั้งยังเป็นการให้บริการด้วยต้นทุนที่ต่ำ

อรธณพ ดวงมณี และนายต่อตระกูล อุบลวัตร (2560) ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ และทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของประชาชนในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด จากการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ในการใช้สื่อใหม่ ประเภทที่ใ้มากที่สุดคือ ไลน์ กลุ่มประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ต่อสังคมไร้เงินสดอยู่ในระดับน้อยที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครได้รับข่าวสารจากสื่อใหม่ที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดผ่านสื่อเว็บไซต์ของธนาคารอยู่มากที่สุด ประชาชนในกรุงเทพมหานครมีทัศนคติต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดเนื่องจากสังคมไร้เงินสดทำให้ระบบการเงินของประเทศมีความทันสมัย รองลงมาคือ ช่วยให้มีความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าและบริการ

ณัฐพงศ์ กิริยาผล (2559) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงบวกของปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ปัจจัยด้านความสอดคล้อง ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 239 คน จากการวิจัยพบว่า เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างจะใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์คือ ไม่มีเวลาเดินทางไปธนาคาร หรือท่านเดินทางบ่อย ซึ่งการใช้ Electronic Ccash ผ่าน Smartphone ทำให้สะดวกขึ้น และเคยเห็นโฆษณาของเงินอิเล็กทรอนิกส์จาก Facebook, Line, IG, Twitter ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการด้านการตลาด ควรวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ที่จะส่งผลให้พนักงานเลือกใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ปัจจัยด้านความสอดคล้องและปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม เพื่อก่อให้เกิดความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานได้

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดของพนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามซึ่งผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรง (content validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิได้การประเมินค่า IOC ของทุกข้อคำถามเกินกว่า 0.50 แสดงว่าแบบสอบถามทุกข้อที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมีความถูกต้องของเนื้อหา และนำแบบสอบถามไปทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach 's Ipha coefficient) ได้ค่าแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถามโดยมีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ถ้ามีค่าใกล้เคียงกับ 1 และต้องมีค่าสัมประสิทธิ์มากกว่า 0.70 ขึ้นไป แบบสอบถามจึงจะนำไปใช้ได้ ซึ่งจากการทดสอบได้ค่าสัมประสิทธิ์ 0.81 แสดงว่าแบบสอบถามสามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 400 คนได้

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลในเรื่องของ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา สถานภาพ ประสบการณ์ในการใช้สื่อออนไลน์ และความถี่ในการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการชำระเงิน โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้และการใช้บริการผ่านสื่อการใช้จ่ายแทนเงินสด โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ เป็นการศึกษาความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า 4C's ได้แก่ คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ ต้นทุน ความสะดวก และการติดต่อสื่อสาร

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถาม จากบุคคลซึ่งเป็นพนักงานบริษัทในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่เท่านั้น เพื่อให้สามารถดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลให้ได้จำนวน 400 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานของการวิจัยในเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดของพนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งแบ่งการวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์แบบสอบถามส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล โดยใช้ค่าสถิติร้อยละ (%)
2. การวิเคราะห์แบบสอบถามส่วนที่ 2 เกี่ยวกับพฤติกรรม เป็นการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ และการใช้บริการผ่านสื่อการใช้จ่ายแทนเงินสด ของพนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสด เพื่อวิเคราะห์วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 โดยใช้ค่าสถิติร้อยละ (%)
3. การวิเคราะห์แบบสอบถามส่วนที่ 3 เกี่ยวกับความพึงพอใจ เป็นการศึกษาความพึงพอใจของพนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสด เพื่อวิเคราะห์วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 โดยใช้ค่าสถิติ $\bar{X}$, S.D. ใช้วิธีการแปลผล (interpretation) การอภิปรายผลการวิจัย ลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ในระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (interval scale) เป็นการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ของ Likert Scale เกณฑ์ในการจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยและแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานและระดับความสุขในการทำงาน ดังนี้ ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยมากที่สุดได้แก่ 4.21-5.00 คะแนน เห็นด้วยมากได้แก่ 3.41-4.20 คะแนน เห็นด้วยปานกลาง ได้แก่ 2.61-3.40 คะแนน เห็นด้วยน้อย ได้แก่ 1.81-2.60 คะแนน เห็นด้วยน้อยที่สุด ได้แก่ 1-1.80 คะแนน
4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสด กับพฤติกรรมในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสด เพื่อวิเคราะห์วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 และเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square

ผลการวิจัย

จากการศึกษา “พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดของพนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และสมมติฐาน ได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล

พนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 ส่วนใหญ่มีอายุ 20-29 ปี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000-15,000 บาท จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56

พฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสด

พฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดของพนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การใช้สื่อเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 ส่วนใหญ่มีการใช้สื่อโดยเฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 5-10 ครั้ง จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37 ส่วนใหญ่ใช้สื่อเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 ส่วนใหญ่ใช้สื่อผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56 ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39 ส่วนใหญ่ใช้สื่อใช้จ่ายแทนเงินสดเนื่องจากความสะดวก รวดเร็ว จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73

ระดับความพึงพอใจในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสด

ในภาพรวมพนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความพึงพอใจในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.32 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับ

มากที่สุดเกือบทุกด้าน เว้นแต่ด้านการติดต่อสื่อสารที่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถสรุปผลในแต่ละด้านดังนี้

1. ด้านสิ่งที่คาดว่าจะได้รับ พบว่ามีระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.29 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าทุกข้อมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
2. ด้านค่าใช้จ่าย พบว่าระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.41 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าทุกข้อมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
3. ด้านความสะดวก พบว่าระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.45 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าทุกข้อมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
4. ด้านการติดต่อสื่อสาร พบว่าระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.12 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าทุกข้อมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด

การทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสด จากการวิจัย พบว่า

1. เพศ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสด
2. อายุ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในเรื่องของวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสื่อ แต่อายุมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในเรื่องของประสบการณ์การใช้สื่อ จำนวนการใช้สื่อ ประเภทของการใช้สื่อ และเหตุผลในการใช้สื่อ ที่ระดับนัยสำคัญ .05
3. รายได้ต่อเดือน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในเรื่องของวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อ แต่รายได้ต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในเรื่องของประสบการณ์การใช้สื่อ จำนวนการใช้สื่อ ประเภทของการใช้สื่อ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสื่อ และเหตุผลในการใช้สื่อ ที่ระดับนัยสำคัญ .05
4. ระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในเรื่องของประเภทของการใช้สื่อ แต่ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในเรื่องของประสบการณ์การใช้สื่อ จำนวนการใช้สื่อ วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสื่อ และเหตุผลในการใช้สื่อ ที่ระดับนัยสำคัญ .05
5. สถานภาพ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในเรื่องของวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อ ประเภทของการใช้สื่อ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสื่อ แต่สถานภาพมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในเรื่องของประสบการณ์การใช้สื่อ จำนวนการใช้สื่อ และเหตุผลในการใช้สื่อ ที่ระดับนัยสำคัญ .05

สรุปและอภิปรายผล

จากการวิจัย พบว่าปัจจุบันคนไทยใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น มีการขยายครอบคลุมไปยังกลุ่มคนหลายอาชีพและหลายช่วงอายุ ธุรกิจต่าง ๆ นิยมใช้กลยุทธ์การตลาดสร้างกระแสในสื่อสังคมออนไลน์ เป็นการจับกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ให้มีความสนใจสินค้าและบริการ เพื่อตอบปัญหาการใช้ชีวิตในสังคมดิจิทัล การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตประจำวัน ทำให้เรื่องการเงินง่ายขึ้น สะดวก ใช้เวลาน้อยลง ทำให้เกิดการบอกต่อ เหตุผลที่ผู้บริโภคในปัจจุบันใช้สื่อการใช้จ่ายเงินแทนเงินสดเนื่องจากไม่มีเวลาเดินทางไปธนาคาร หรือทำนเดินทางบ่อย สามารถแยกประเด็นได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล

พนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000-15,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีสถานภาพโสด

พฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสด

พฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดของพนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่ มีประสบการณ์การใช้สื่อเป็นเวลาน้อยกว่า 6 เดือน มีการใช้สื่อโดยเฉลี่ยต่อเดือน 5-10 ครั้ง เพื่อชำระค่าสินค้าและบริการผ่านสื่อแอปพลิเคชันของธนาคารบนโทรศัพท์เคลื่อนที่เนื่องจากความสะดวก รวดเร็ว โดยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสื่อการใช้จ่ายจากสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากในปัจจุบันเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงินเข้ามามีบทบาทในการใช้ชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก ทำให้การดำเนินชีวิตของพนักงานมีความง่ายดาย ประกอบกับการแข่งขันอย่างสูง องค์กรต่าง ๆ รวมถึงองค์กรรัฐบาลได้พัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้ก้าวหน้า โดยการใช้เทคโนโลยีผ่านระบบคอมพิวเตอร์ในการทำธุรกรรมทางการเงิน ทำให้เกิดสังคมปราศจากการใช้เงินสด ลดการจับต้องเงินสด และเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจให้มีความเจริญเติบโตมากขึ้น

ความพึงพอใจในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสด

ความพึงพอใจในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดของพนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยรวม มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดเกือบทุกด้าน เนื่องจากการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดตอบสนองความต้องการใช้งานและการดำเนินชีวิตของพนักงานบริษัท ทำให้พนักงานบริษัทมีความสะดวก รวดเร็วในการทำธุรกรรม เชื่อมมันในเทคโนโลยี สื่อการใช้จ่ายเงินแทนเงินสด และความปลอดภัยในข้อมูล เว้นแต่ด้านการติดต่อสื่อสารที่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เนื่องจากการประชาสัมพันธ์การใช้สื่อการใช้จ่ายเงินแทนเงินสดผ่านสื่อประชาสัมพันธ์มีค่อนข้างน้อย และไม่บอกถึงประโยชน์จากการใช้สื่อการใช้จ่ายแทนเงินสดที่ชัดเจน การบริการทั้งก่อนการใช้และหลังการใช้สื่อการใช้จ่ายเงินแทนเงินสดไม่แตกต่างจากการธุรกรรมแบบปกติ

การทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสด อายุ รายได้ต่อเดือนและสถานภาพไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในเรื่องวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อ เนื่องจากในการใช้สื่อใช้จ่ายเงินของพนักงานบริษัทมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองการใช้งานและทำให้การดำเนินชีวิตสะดวก และง่ายดาย อายุและสถานภาพไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในเรื่องของการรับรู้ข่าวสาร เนื่องจากการประชาสัมพันธ์การใช้สื่อเพื่อให้พนักงานบริษัทได้รับรู้ข่าวสารทำได้ง่ายและกระจายข่าวสารอย่างรวดเร็ว ระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในเรื่องประเภทของการใช้สื่อ เนื่องจากในการใช้สื่อแต่ละประเภทพนักงานบริษัทมีเพียงความเข้าใจในระบบและเทคโนโลยีก็สามารถใช้สื่อการใช้จ่ายดังกล่าวได้ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษาและสถานภาพมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในเรื่องประสบการณ์การใช้สื่อ จำนวนการใช้สื่อ และเหตุผลในการใช้สื่อ เนื่องจากการใช้สื่อการใช้จ่ายเงินแทนเงินสด พนักงานบริษัทต้องมีวงเงินในสื่อการใช้จ่ายเงิน มีความรู้เข้าใจในเทคโนโลยีและนวัตกรรมของสื่อการใช้จ่ายเงิน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ปัจจุบันผู้บริโภคนิยมใช้สื่อการใช้จ่ายเงินแทนเงินสด ซึ่งเป็นเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงินที่รัฐบาลและหน่วยงานทางการเงินได้พัฒนาเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการสามารถนำผลจากการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อการใช้จ่ายเงินแทนเงินสดดังกล่าวไปเปรียบเทียบประสิทธิภาพและผลตอบรับทางการตลาดเพื่อนำไปพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด

2. ผู้พัฒนาสื่อการใช้จ่ายเงินแทนเงินสด สามารถนำผลจากการศึกษาไปพัฒนาเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ควรทำการศึกษาวิจัยโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมผู้บริโภคในแต่ละสาขาอาชีพ
4. ควรทำการศึกษาสื่อในการใช้จ่ายเงินแทนเงินสดมีผลต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจของท้องถิ่น

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ณัฐฉลีย์ ตรีกรวิฑูรศักดิ์ อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ที่ให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบแก้ไข การค้นคว้าอิสระจนสำเร็จลุล่วง ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการค้นคว้าวิจัย ส่งผลให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านเป็นอย่างสูง ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้แก่ผู้วิจัย และ ขอขอบคุณพนักงานของบริษัทในอำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ทุกท่านที่สละเวลามาตอบแบบสอบถาม ขอขอบคุณพี่ๆ และเพื่อนๆ ร่วมรุ่นนักศึกษาปริญญาโท MBA ที่เป็กำลังใจให้กันจนสามารถทำงานชิ้นนี้ประสบความสำเร็จได้ ขอขอบคุณครอบครัว และญาติพี่น้อง ที่คอยสนับสนุนและให้กำลังใจมาตลอด ส่งผลให้การค้นคว้าอิสระสำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

- กรวิทย์ หินหมื่นไวย. (2555). *ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้ (7C's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา*, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน. กสทช. โทรคมนาคม. (2559, ธันวาคม). *สังคมไร้เงินสด ทำให้ประเทศไทยต้องตื่นตัวในเรื่องการกำกับดูแลโดรน*. ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม. 6(12).
- กฤตโสภาค ทิพย์ปัญญาวงศ์. (2559). *การศึกษาค้นคว้าและแรงจูงใจในการใช้งานเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ผ่านโทรศัพท์มือถือในประเทศไทย*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เกวรินทร์ สระบุรี. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกชำระเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชันสตาร์บัคส์ไทยแลนด์*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิณดา แก้วแทน. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟนกรณีศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นิตยากร เสมอใจ. (2556). *การบริหารการตลาด, พิมพ์ครั้งที่ 6, กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น*.
- ณัฐพงศ์ กรียาผล. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ดร.ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2556) *การตลาดบริการ, --กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น*.
- ทีมเศรษฐกิจ. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ. (2561). *นวัตกรรมการเงิน สังคมไร้เงินสด ช้อป-ใช้จ่ายได้ใน "คลิก"เดียว*. สืบค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2561, จาก <https://www.thairath.co.th/content/1256574>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). *UPDATE กระแสพร้อมเพย์*. สืบค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2561. จาก <https://www.facebook.com/bankofthailandofficial/photos/a.280178205664947/584259815256783/?type=3&theater>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). *พร้อมเพย์*. สืบค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2561. จาก <https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/PSServices/PromptPay/Pages/default.aspx>.
- บัณฑิต โชคสิทธิกร. (2561). *Fintech. MAG+KETING Vol.3 Issue 22 (หน้า 19-25), ที่มา : E-book Magazine*. จาก <https://www.se-ed.com/product-magazine-group/e-magazine>.

- บุญยิ่ง คงอาชาภัทร. (2561). *CMMU แนววิธีจุดกระแสการตลาด 4.0* ให้ปัง. MAG+KETING Vol.4 Issue 26 (หน้า 17-19), ที่มา : E-book Magazine. จาก <https://www.se-ed.com/product-magazine-group/e-magazine>.
- ปริญวิศว์ ชูเชิดและนิตรทอง นกเชิดชู. (2559). *การยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ และประสิทธิผลในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์*. มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- รวิวรรณ นันตา (2561). *การยอมรับนวัตกรรมทางการเงินของระบบการชำระเงินผ่าน QR Code*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วรรณพร หลวมานพ. (2558). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมชาติ กิจยรรยง, *กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้บริหาร*, --กรุงเทพฯ : Smart Life, 2561.
- สำนักงานแรงงานจังหวัดสงขลา. (2561). *สถิติแรงงานจังหวัดสงขลา ไตรมาส 3/2561*. สืบค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2561. จาก http://songkhla.mol.go.th/labour_statistic.
- สิทธิชัย ฝรั่งทอง, *จับความคิดให้ได้ ไล่กระแสการตลาดให้ทัน*, --กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2556.
- สุรัชพงศ์ ลิกขาบัณฑิต, *กลุ่มงานสหภาพสมาชิกรัฐสภาเอเชียและแปซิฟิก. สำนักงานการรัฐสภาระหว่างประเทศ. (2561). นโยบายประเทศไทย 4.0 : โอกาส อุปสรรค และผลประโยชน์ของไทยในภูมิภาคอาเซียน*. สืบค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2561, จาก https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/download/article/article_20180302145352.pdf
- ศูนย์คุ้มครองการใช้บริการทางการเงิน. ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). *บัตรเดบิต*. สืบค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2561. จาก
- ห้องสมุดมารวย. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2561). *จับตา Block Chain นวัตกรรมใหม่ เปลี่ยนโลกการเงิน*. สืบค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2561. จาก <http://www.maruey.com/article/contentinjournal0024.html>
- หนึ่งนุช ธีระจินนท์. (2558). *คุณภาพการให้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารกรุงไทย สาขาเอ็มไพร์ทาวเวอร์ กรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อรอนพ ดวงมณีและต่อตระกูล อุบลวัตร. (2561). *นิเทศสยามปริทัศน์ ปีที่ 17 ฉบับที่ 22 : หน้า 150-162. พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ และทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้โอที 24 ชั่วโมง*. ที่มา : <http://commartsreview.siam.edu/2017/images/review/year17-vol22/year17-vol22-18.pdf>
- ไทยพับลิก้า. (2561). *รพท. เปิดต้นทุน “ใช้เงินสด” แพงกว่า “e-Payment” 3 เท่า – ชี้เสียต้นทุนผลิต – ขนส่งปีละ 50,000 ล้านบาท*. สืบค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2561. จาก <https://thaipublica.org/2018/10/bot-symposium-2018-05>.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2558). *บัตรเอทีเอ็ม*. สืบค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2561. จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/บัตรเอทีเอ็ม>
- สมिता เอื้อฤทธิพร ฝ่ายนโยบายระบบการชำระเงิน. ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). *“การชำระเงิน” เรื่องไม่เล็กที่ธุรกิจมักมองข้าม (ตอนที่ 1)*. สืบค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2561. จาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/DocLib_/Article_11Jun2018pdf.pdf.
- it24Hrs. (2561). *แบงค์ชาติ สรุปสถิติพร้อมเพย์ ครบรอบ 1 ปี ยอดโอนมูลค่ากว่า 4 แสนล้านบาท*. สืบค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2561, จาก <https://www.it24hrs.com/2018/promptpay-update-stats-2018>.

Pakwan S. (2561). อนาคตโลกกับ 'สังคมไร้เงินสด' สู่การปรับตัวครั้งใหญ่ของเหล่าธนาคารพาณิชย์. สืบค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2561. จาก <https://nextempire.co/stories/next-business/อนาคตโลกกับ-สังคมไร้เงินสด-สู่การปรับตัวครั้งใหญ่ของเหล่าธนาคารพาณิชย์/1324#jp7q2sdl85>.