

ทัศนคติของผู้ใช้แอปพลิเคชันของธนาคารกสิกรไทย ในเขตคลองเตย

THE ATTITUDE OF KASIKORN BANK USERS IN KHLONG TOEI DISTRICT

นาย กอง พล ช่างน้อย
รองศาสตราจารย์ จรีพร ศรีทอง

บทความ

การศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ใช้แอปพลิเคชันของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตคลองเตย มีวัตถุประสงค์การศึกษา เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากร ทัศนคติของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันเคโอบายแบงก์กิ้งพลัส เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรของผู้ใช้งานกับทัศนคติในการใช้แอปพลิเคชันเคโอบายแบงก์กิ้งพลัส เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้ใช้งานที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโอบายแบงก์กิ้งพลัส และเพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้งานที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโอบายแบงก์กิ้งพลัส

จากการวิเคราะห์ความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลผู้ใช้แอปพลิเคชันของธนาคารกสิกรไทย ในเขตคลองเตย พบว่า ส่วนใหญ่คือเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 59.00 อายุมากที่สุดคือ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.80 ด้านสถานภาพมากที่สุดคือ โสด คิดเป็นร้อยละ 69.60 ระดับการศึกษามากที่สุดคือ ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.00 อาชีพมากที่สุดคือ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 41.30 และรายได้ต่อเดือนมากที่สุดคือรายได้ 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.20

จากผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลต่างก็มีผลต่อทัศนคติผู้ใช้แอปพลิเคชันธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีผลให้ทัศนคติผู้ใช้แอปพลิเคชันธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ทรงสิทธิ์ สงวนศักดิ์ (2559) ศึกษาเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นิสิตระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์เมื่อจำแนกตามตัวแปรที่ศึกษา นิสิตที่มีรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับ ตระการตา ประมูล (2559) ศึกษาเรื่องพฤติกรรม ทัศนคติความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันบริการเรียกรถ Uber Taxi ผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาลักษณะประชากรมีผลต่อทัศนคติในการใช้งาน Uber Taxi พบว่า อายุ และรายได้ส่งผลให้มีทัศนคติในการใช้งาน Uber Taxi ที่แตกต่างกัน **คำสำคัญ:** แอปพลิเคชัน, โอบายแบงก์กิ้ง, ธนาคาร, ธุรกิจทางการเงิน

Abstract

The study of the attitude of the application users of Kasikorn Bank Public Company Limited in Khlong Toei District has educational objectives. To study demographic characteristics The attitude of users of the K Mobile Banking Plus application. To study the relationship between the demographic characteristics of Different users are satisfied with the usage of the application and study the attitude e of the different users and the satisfaction in using the satisfactory.

Mobile Banking Plus

From the analysis of the frequency and percentage of personal information of Kasikorn Bank in Khlong Toei District, it was found that most of them were male, accounting for 59.00 percent, the oldest being less than or strong, 20 years, accounting for 34.80 percent. Which is 69.60 percent The most education was bachelor degree, 62.00%. The most occupation was Personal business / trading, accounting for 41.30 percent and the highest monthly income is 30,001 - 40,000 baht, or 33.20 percent

From the results of the mass test that has an effect on the attitude towards service users of Kasikorn Bank Kasikorn Bank is different, consistent with the research results of Songsitti Sanguansak (2016) Study of attitudes and behavior towards LINE applications on online social networks: a case study of undergraduate students. Faculty of Political Science and Law Burapha University, the hypothesis testing found that the attitudes towards the application lines on online social networks when classified according to the studied variables Students with different incomes received from parents per month The attitudes towards the application lines on online social networks were significantly different at the level of 0.05 And consistent with the ensembles auction (2016). A study of the attitudes towards the satisfaction of taxi users, Uber, taxi through smart phones of people in Bangkok, the population study has an influence on the attitude of using Uber Taxi. That the age and income received affect the different attitudes of using Uber Taxi

Keywords: application, mobile banking, banking, financial transactions

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในโลกของการแข่งขันทางธุรกิจปัจจุบันส่งผลให้ธุรกิจต่าง ๆ มีการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคม ธุรกิจธนาคารก็เช่นเดียวกัน หลังการเปิดเสรีทางการเงินธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ จึงมีความจำเป็นต้องเร่งปรับตัวในการดำเนินธุรกิจและพยายามใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันโดยการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาใช้ในการให้บริการทางการเงินแก่ลูกค้าของธนาคาร เพราะอุตสาหกรรมการเงิน มีธุรกรรมการเงินที่เกิดขึ้นค่อนข้างสูง ผู้บริโภคมีความต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น ไม่ต้องการเสียเวลาไปกับการรอทำธุรกรรมการเงินเป็นเวลานาน ขณะที่ธนาคารเอง จะขยายสาขาเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้เพียงพอกับความ ต้องการของลูกค้าก็ต้องใช้เงินลงทุนสูงในการเปิดสาขาเพิ่ม ธนาคารจึงเริ่มมองหาทางเลือกใหม่ให้กับลูกค้า อย่างเช่น ช่องทางการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งหรือ โมบายแบงก์กิ้ง รวมถึงการหาพันธมิตรทางการค้า

ปัจจุบันเทคโนโลยีต่าง ๆ ได้เพิ่มความความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภคไม่น้อย โดยเฉพาะการให้บริการของโทรศัพท์มือถือที่เป็นมากกว่ามือถือ คือ การโทรเข้าและรับสายเท่านั้นเพราะขณะนี้ได้มีการนำนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาให้บริการ อาทิ การทำธุรกรรมทางการเงินหรือการทำธุรกรรมทางธนาคารผ่านมือถือ โดยใช้วิธีการผูกบัญชีเข้ากับเลขหมายที่ได้อัตโนมัติ ซึ่งแนวทางนี้จะทำให้ผู้ใช้บริการสามารถโอนเงินหรือชำระค่าบริการต่างๆ ได้โดยที่ผู้ใช้บริการไม่จำเป็นต้องไปยื่นเข้าแถวรอคิวรับบริการจากธนาคาร หรือตู้เอทีเอ็มอีกต่อไป โดยข้อดีจากการใช้บริการดังกล่าวไม่เพียงช่วยประหยัดเวลาในการโอนเงิน แต่ยังลดค่าใช้จ่ายในการจัดส่งเงินเมื่อเทียบกับการโอนเงินแบบเดิมๆ ผ่านไปรษณีย์หรือบริษัทที่ทำธุรกิจรับโอนเงินโดยเฉพาะ อย่างไรก็ตามบริการดังกล่าวได้รับความนิยมมากในต่างประเทศ ซึ่งที่ผ่านมาก็ได้ผลิตคอนเทนต์ต่างๆเกี่ยวกับ การทำธุรกรรมทางการเงินใหม่ๆ มาให้บริการผู้บริโภคเสมอ อาทิ การนำเทคโนโลยีอาร์เอฟไอดีมาใส่ในโทรศัพท์มือถือ และเมื่อนำไปสัมผัสที่เครื่องรับสัญญาณก็สามารถชำระเงินได้ทันที เป็นต้น หากบริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือมีผลตอบรับดีจากผู้ใช้บริการในประเทศก็ยิ่งเป็น ดัชนีชี้วัดถึงความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ซึ่งประเทศเกาหลีและญี่ปุ่นก็ประสบความสำเร็จอย่างมาก เพราะไม่ว่าจะเป็นการไว้วางใจจากผู้บริโภคโดยผูกบัญชีธนาคารเข้ากับเลขหมายโทรศัพท์ที่ใช้ บริการอยู่ โดยสาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคไว้วางใจมากขึ้นนั้น ส่วนหนึ่งมาจากการมีระบบรักษาความปลอดภัย ป้องกันการเจาะข้อมูลของผู้ใช้บริการได้มีคอนเทนต์ให้บริการมาก ส่วนในประเทศไทย มีธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในประเทศไทย ได้ร่วมมือกับบริษัทโทรคมนาคมซึ่งเป็นผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่แห่งหนึ่ง พัฒนาการให้บริการธุรกรรมทางการเงินต่างๆบนมือถือเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า อีกทั้งเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เป็นการเพิ่มฐานลูกค้าของทั้งสอง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษาคือ ลูกค้ำที่ใช้บริการแอปพลิเคชันของธนาคารกสิกรไทยในเขต
คลองเตย กรุงเทพฯ

กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดแหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลในการดำเนินการวิจัย ในครั้งนี้แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

- แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ การใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็น
ผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือจำนวน 385 ตัวอย่าง
- แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ บทความทางอินเทอร์เน็ต เอกสาร
ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในงานวิจัย

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย (Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้ำที่เคยใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบน
มือถือในกรุงเทพมหานครที่อยู่ในวัยทำงาน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้ำที่เคยใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือ
ถือในเขตคลองเตย คำนวณขนาดประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95%
ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่จะเกิดขึ้น 5% หรือ 0.05 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน

วัตถุประสงค์ในการทำวิจัย

- เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้แอปพลิเคชันของธนาคารกสิกรไทย
- เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อทัศนคติผู้ใช้แอปพลิเคชันธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เคยได้รับการใช้บริการ
แอปพลิเคชันของธนาคารกสิกรไทยเท่านั้น โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากคนที่ใช้แอปพลิเคชันของธนาคาร
กสิกรไทยสาขาคลองเตย ในเขตคลองเตย กรุงเทพฯ

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีผลต่อทัศนคติผู้ใช้แอปพลิเคชันธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงลักษณะการใช้งานต่อกลุ่มลูกค้าที่ใช้งานแอปพลิเคชันของธนาคารกสิกรไทย รวมถึงพฤติกรรมการใช้งาน และทัศนคติของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย

2. สามารถใช้เป็นแนวทางและข้อมูลเบื้องต้นในการศึกษาเกี่ยวกับแอปพลิเคชันหรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้องของธนาคาร เพื่อต่อยอดความรู้ความเข้าใจในตัวของผู้ที่จะศึกษาต่อไป

3. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบของแอปพลิเคชันในอนาคต ที่มีรูปแบบของเนื้อหาของลูกค้าและธนาคารและวิธีการนำเสนอตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งาน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการสร้างแบบสอบถามเป็นขั้นตอนดังนี้

- 1) ทบทวนวัตถุประสงค์ของการศึกษาและตัวแปรที่ศึกษา
- 2) ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
- 3) สร้างแบบสอบถามเพื่อถามความคิดเห็นในประเด็นต่อไปนี้คือ (1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ ผู้ตอบแบบสอบถาม (2) ข้อคำถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน แอปพลิเคชันธนาคารกสิกรไทย
- 4) นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบเนื้อหาและเสนอแนะข้อปรับปรุงแก้ไข
- 5) ทำการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะให้ถูกต้อง
- 6) นำแบบสอบถามไปทดลองกับตัวอย่างจำนวน 40 ราย เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นและนำผลที่ได้เข้าปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา
- 7) ทำการปรับปรุงแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์และนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษานุมัติก่อนแจกแบบสอบถาม
- 8) แจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง

องค์ประกอบของแบบสอบถาม

ผู้ทำวิจัยได้ออกแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน พร้อมกับวิธีการตอบคำถามดังต่อไปนี้ คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และเหตุผลของการใช้แอปพลิเคชัน ธนาคารกสิกรไทย ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิดแบบให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ธนาคารกสิกรไทย จำนวน 20 ข้อ โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่ แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนน น้อยที่สุดคือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุดคือ 5

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดความคิดเห็นต่อใช้บริการแอปพลิเคชันธนาคารกสิกรไทย

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลผู้ใช้แอปพลิเคชันของธนาคารกสิกรไทย ในเขตคลองเตย พบว่า ส่วนใหญ่คือเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 59.00 อายุมากที่สุดคือ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.80 ด้านสถานภาพมากที่สุดคือ โสด คิดเป็นร้อยละ 69.60 ระดับการศึกษามากที่สุดคือ ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.00 อาชีพมากที่สุดคือ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 41.30 และรายได้ต่อเดือนมากที่สุดคือรายได้ 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.20

ทัศนคติของผู้ใช้แอปพลิเคชันของธนาคารกสิกรไทย ในเขตคลองเตย

ระดับทัศนคติภาพรวมของผู้ใช้แอปพลิเคชันของธนาคารกสิกรไทย ในเขตคลองเตย พบว่า ค่าเฉลี่ยภาพรวมทัศนคติของผู้ใช้แอปพลิเคชัน คือ 3.61 การแปรผลภาพรวมในระดับมาก โดยด้านที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ทัศนคติด้านการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 3.86 รองลงมาคือ ทัศนคติด้านความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ย 3.54 และ ทัศนคติด้านค่าบริการมีค่าเฉลี่ย 3.43 ตามลำดับ โดยรายละเอียดมีดังนี้

ด้านความปลอดภัยของผู้ใช้แอปพลิเคชันของธนาคารกสิกรไทย ในเขตคลองเตย ภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 3.54 การแปลผลอยู่ในระดับมาก ในรายข้อผู้ใช้มีทัศนคติต่อ แอปพลิเคชันของธนาคารมีระบบความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ย 4.33 การแปลผลอยู่ในระดับมากที่สุด ต่อมาการใช้บริการแอปพลิเคชัน ธนาคารกสิกรไทยมีระบบ แจ้งเตือนทุกครั้งที่มีการทำรายการในบัญชีของท่านมีค่าเฉลี่ย 4.26 การแปลผลอยู่ในระดับมากที่สุด คุณรู้สึกแอปพลิเคชัน ธนาคารกสิกรไทยมีความปลอดภัยระดับใด มีค่าเฉลี่ย 3.67 การแปลผลอยู่ในระดับมาก แอปพลิเคชัน ธนาคารกสิกรไทย มีระบบป้องกันความลับ ของข้อมูลอย่างเหมาะสมมีค่าเฉลี่ย 3.42 การแปลผลอยู่ในระดับมาก การใส่รหัส 6 ตัว จะช่วยเพิ่มความปลอดภัยให้กับแอปพลิเคชัน ธนาคารกสิกรไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพมีค่าเฉลี่ย 3.32 การแปลผลอยู่ในระดับปานกลาง ความน่าเชื่อถือของธนาคารทำให้ท่านเลือกสมัครใช้บริการแอปพลิเคชัน ธนาคารกสิกรไทยมีค่าเฉลี่ย 3.20 การแปลผลอยู่ในระดับมาก และธนาคารมีการปรับปรุงเวอร์ชันของ แอปพลิเคชัน ธนาคารกสิกรไทยอย่างสม่ำเสมอมีค่าเฉลี่ย 2.58 การแปลผลอยู่ในระดับน้อย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

1) ในการพัฒนาแอปพลิเคชันควรคำนึงถึงปัจจัยส่วนบุคคลเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน เพราะผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ มีทัศนคติความคิดเห็นต่อแอปพลิเคชันต่างกัน ผู้พัฒนาควรพิจารณาอย่างเหมาะสมกับผู้ใช้งาน

2) ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันมีทัศนคติต่อเรื่องความปลอดภัยในระดับมาก ดังนั้นธนาคารจึงให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยของผู้ใช้งาน เพื่อให้ผู้ใช้งานเกิดความเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัยทำให้มีการใช้งานเพิ่มมากขึ้น

3) ด้านการใช้งานผู้ใช้มีทัศนคติในระดับมาก ดังนั้นควรพัฒนาแอปพลิเคชันให้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ถูกต้องต่อการใช้งาน เพื่อลดปัญหาที่จะเกิดขึ้น และเป็นการใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชันในการอำนวยความสะดวกเพิ่มยิ่งขึ้น

4) เรื่องค่าบริการผู้บริโภครู้สึกให้ความสำคัญมากดังนั้นควรมีการเก็บค่าธรรมเนียมในการใช้บริการอย่างเหมาะสม โดยอยู่ในระดับเดียวกับแอปพลิเคชันของสถาบันการเงินอื่นๆ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาความสัมพันธ์ของทัศนคติต่อแอปพลิเคชันกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน เพื่อทราบว่าทัศนคติในระดับที่ต่างกัน จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้อย่างไร

2) ควรศึกษาความต้องการในการพัฒนาแอปพลิเคชันของผู้ใช้ เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้