

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินด้วยแอปพลิเคชัน เค โมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขต กรุงเทพมหานคร

จิราภรณ์ หนูเนียม¹
รศ.ดร.ธนิดา จิตรน้อมรัตน์²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีจุดประสงค์ดังนี้ 1.) เพื่อศึกษาการทำธุรกรรมทางการเงินด้วยแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร 2.) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินด้วยแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร และการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้สถิติ Independent t-test และสถิติไค - สแควร์ (Chi - square test) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน และใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of variance) ด้วยวิธี F-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยเท่ากับ 10,001 - 20,000 บาท และมีสถานภาพโสดมากที่สุด

โดยส่วนใหญ่เข้าทำธุรกรรมทางการเงินโดยการเข้าใช้บริการแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยลักษณะบริการที่มีการเข้าใช้บริการบ่อยมากที่สุด มี 1 บริการ คือ การโอนเงินไปยังบัญชีธนาคารกสิกรไทยและต่างธนาคาร และบริการที่มีการเข้าใช้งานบ่อย มี 2 ด้าน คือ การจ่ายบิลต่าง ๆ เช่น บัตรเครดิต หรือค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ และการแจ้งเตือน เงินเข้าออกผ่านบัญชีแบบเรียลไทม์ทุกรายการ และการใช้งานแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าใช้งานในความถี่ 4-6 ครั้ง/สัปดาห์ และมีการใช้งานแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสผ่านอุปกรณ์การสื่อสารด้วยโทรศัพท์มือถือสูงสุด โดยมีระยะเวลาในการใช้งานแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้งสูงสุด เฉลี่ยไม่เกิน 5 นาที ซึ่งจะมี

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

² ที่ปรึกษาอาวุโส

การใช้งานในช่วงเวลาตอนเย็นมากที่สุด เหตุผลหลักส่วนใหญ่ที่ทำให้เลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน คือมีความสะดวก รวดเร็ว สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง

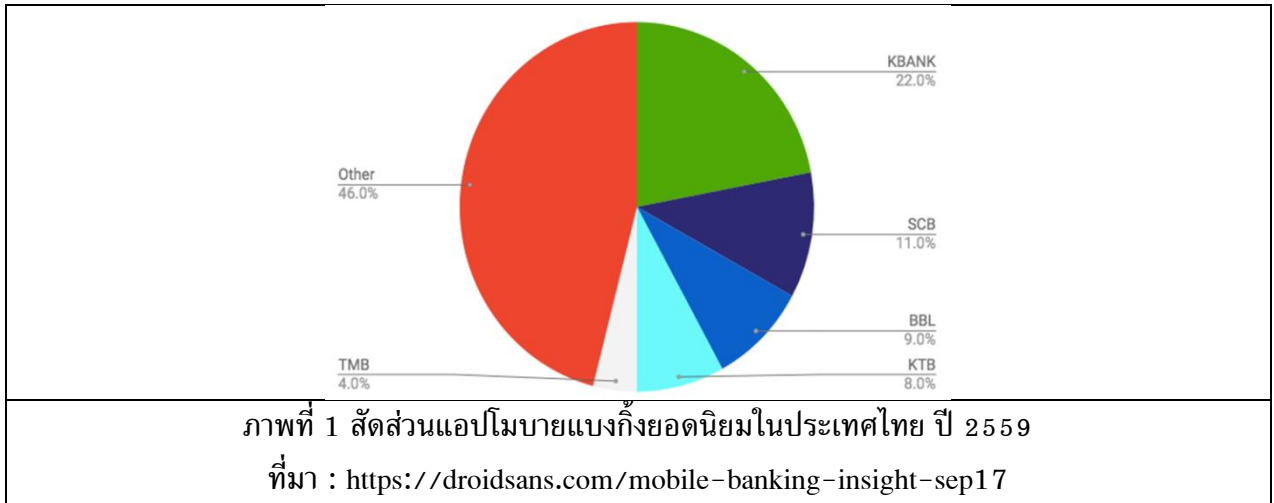
นอกจากนี้การทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีผลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินด้วยแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน โดยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้ง 6 ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ หรือด้านสถานภาพ ที่แตกต่างกัน มีการเข้าใช้งานการทำธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสในบริการที่แตกต่างกัน รวมไปถึงความถี่ในการเข้าใช้งาน ระยะเวลา ช่วงเวลา อุปกรณ์ในการเข้าใช้งาน และเหตุผลที่ทำให้เลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ที่แตกต่างกัน อาจจะเป็นเพราะด้วยความแตกต่างทางด้านปัจจัยส่วนบุคคล ที่ทำให้เกิดข้อจำกัดของแต่ละบุคคล ไม่ว่าจะเป็นลักษณะความชอบ กิจกรรม หรือลักษณะการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน ส่งผลถึงการเข้าใช้บริการในการเข้าทำธุรกรรมทางการเงินด้วยแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนบุคคล , ธุรกรรมทางการเงิน , แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส

บทนำ

ในยุคที่มีการสื่อสารไร้พรมแดน หรือกล่าวว่าเป็นยุคโลกาภิวัตน์ นั้น ข้อมูลข่าวสารจะสามารถแพร่กระจายเชื่อมต่อกันไปได้อย่างรวดเร็วมาก โดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่ เนื่องจากมีการเติบโตของเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของเราและได้เข้ามาเป็นปัจจัยในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคม โดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ คือ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่เข้ามามีในรูปแบบสมาร์ทโฟน ซึ่งถือว่าเป็นอุปกรณ์ที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์และนอกจากจะเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการสื่อสารแล้ว สมาร์ทโฟนยังเป็นอุปกรณ์ที่ช่วยตอบสนองความต้องการในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การดูหนัง ฟังเพลง หรือการทำงานผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน รวมไปถึงความสามารถในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนโดยไม่ต้องไปทำธุรกรรมทางการเงินผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร

ซึ่งในปัจจุบันพบว่าหนึ่งในแอปพลิเคชันที่มีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมากที่สุด คือ แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยอ้างอิงข้อมูลจาก ผลสำรวจของนิลเส็นประเทศไทยเมื่อปลายปี 2559 ที่สำรวจแอปโมบายแบงก์กิ้งยอดนิยมในประเทศไทย ธนาคารกสิกรไทย มีผู้ใช้มากที่สุด



ผู้วิจัยจึงสนใจว่าแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กึ่งพลัสของธนาคารกสิกรไทยที่มีคนเข้าใช้งานมากที่สุด เข้าไปใช้งานในด้านใดหรือลักษณะบริการใดมากที่สุดรวมทั้งความบ่อยในการเข้าใช้งานและเหตุผลที่เลือกเข้าใช้งานแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กึ่งพลัสของธนาคารกสิกรไทย รวมไปถึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันของผู้ใช้งานว่ามีผลกับการเข้าไปใช้บริการหรือการใช้บริการต่างๆ ในแอปพลิเคชันหรือไม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการทำธุรกรรมทางการเงินด้วยแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กึ่งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินด้วยแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กึ่งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางการเงิน

ข้อมูลจากบทความของ G-Able โดย อมรเทพ สิทธิวิบูลย์ (2561) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับเทคโนโลยีทางการเงิน (Financial Technology) ว่าหมายถึง การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้กับการให้บริการธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้สามารถนำเสนอบริการที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะด้านความสะดวกรวดเร็วที่เพิ่มขึ้น และต้นทุนการให้บริการที่ต่ำลง FinTech กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั่วโลก เป็นผลมาจากเทคโนโลยี 4 ด้าน ประกอบด้วย Social Media, Mobile, Analytics และ Cloud ที่เกิดการประยุกต์ใช้ ทำให้แนวโน้มการเติบโตด้านอินเทอร์เน็ตที่มีผู้ใช้จำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ขณะที่อุปกรณ์ต่างๆ ชิ้นน้อยใหญ่ได้ถูกพัฒนาให้เหมาะสมกับอินเทอร์เน็ตเพื่ออำนวยความสะดวกมากขึ้น สถานการณ์ปัจจุบันธนาคารแห่งประเทศไทย ธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ตลาดหลักทรัพย์ ตลอดจนผู้ประกอบการด้านสถาบันการเงินต่างตื่นตัวให้ความสนใจ FinTech (Financial Technology) หรือเทคโนโลยีทางการเงินที่ในอนาคตจะเข้ามามีบทบาทต่อการทำธุรกรรม

ทางการเงินอย่างที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน ทำให้สถาบันการเงินบางรายจัดตั้ง Lab เพื่อศึกษาเรื่องนี้ โดยเฉพาะ บางรายสนับสนุนเงินลงทุนให้กับกลุ่ม Startup หรือบริษัทเกิดใหม่ที่พัฒนาบริการด้านการเงินรูปแบบใหม่ๆ การตื่นตัวและความพยายามในการปรับตัว แสดงให้เห็นว่า FinTech ไม่ใช่กระแส แต่จะเข้ามาเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจในอนาคต การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้หรือสร้างบริการในธุรกิจการเงิน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น การจ่ายเงินออนไลน์, การซื้อหุ้นออนไลน์ ฯลฯ ในช่วงที่ผ่านมา มีบริการรูปแบบใหม่เกิดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชน อาจกล่าวได้ว่าเป็นตัวอย่างหนึ่งของ FinTech นั่นคือ การชำระเงินค่าสินค้าและบริการผ่านช่องทางดิจิทัล (e-Payment) ที่ช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงบริการได้อย่างรวดเร็วและลดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมอย่างมากหรือแม้แต่ PromptPay ที่เปลี่ยนวิธีการโอนเงินในห้างร้าน โดยไม่ต้องใช้เลขที่บัญชีผู้รับโอน ไม่ต้องรู้วอชเชอร์อะไร รู้เพียงหมายเลขโทรศัพท์มือถือก็สามารถทำธุรกรรมได้ ที่สำคัญค่าธรรมเนียมถูกมาก คือโอนเงินต่างธนาคารในจำนวนมากกว่า 20,000-50,000 บาท ค่าธรรมเนียม 2-5 บาท เมื่อเปรียบเทียบกับการโอนในปัจจุบันอยู่ที่ 25-35 บาท หรือหากโอนไม่เกิน 5,000 บาท PromptPay พร้อมให้บริการฟรี

ประชากรศาสตร์

ทฤษฎีเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ (พรทิพย์ วรกิจโกคาทร : 2529 หน้า 312-315) ประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไปโดยความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์มีผลให้มีอิทธิพลต่อการสื่อสารซึ่งอาจจำแนกออกเป็นกลุ่ม คือ

1. เพศ (Sex) มีงานวิจัยที่พิสูจน์ว่า คุณลักษณะบางประการของเพศชายและเพศหญิงที่ต่างกันจะส่งผลให้การสื่อสารของชายและหญิงต่างกัน เช่น การวิจัยเกี่ยวกับชมภาพยนตร์โทรทัศน์ของเด็กวัยรุ่น พบว่า เด็กวัยรุ่นชายสนใจภาพยนตร์สงครามและจารกรรมมากที่สุด ส่วนเด็กวัยรุ่นหญิงสนใจภาพยนตร์วิทยาศาสตร์มากที่สุด แต่ก็ยังมีงานวิจัยหลายชิ้นที่แสดงว่าชายและหญิงมีการสื่อสารและรับสื่อไม่ต่างกัน

2. อายุ (Age) การจะสอนผู้ที่มีอายุต่างกันให้เชื่อฟัง หรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนั้นมีความยากง่ายต่างกัน ยิ่งมีอายุมากกว่าที่จะสอนให้เชื่อฟังให้เปลี่ยนทัศนคติ และเปลี่ยนพฤติกรรมก็ยิ่งยากขึ้น การวิจัย โดย ซี.เมเบิล (C.Male) และ ไอ แอล เจนิส และดีเรฟ (I.L.Janis and D.Rife) ได้ทำการวิจัยและได้ให้ผลสรุปว่าการชักจูงจิตใจหรือโน้มน้าวจิตใจของคนจะยากขึ้นตามอายุของคนที่เพิ่มขึ้นด้วย อายุยังมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับข่าวสาร และสื่ออีกด้วย เช่น ภาษาที่ใช้ในวัยต่างกัน ก็ยังมีความต่างกัน โดยจะพบว่าภาษาใหม่ๆ แปลกๆ จะพบในคนหนุ่มสาวสูงกว่าผู้สูงอายุ เป็นต้น

3. การศึกษา (Education) การศึกษาเป็นตัวแปรที่สำคัญมากที่มีผลต่อพฤติกรรมของการสื่อสารของผู้รับสาร ดังงานวิจัยหลายชิ้นที่ว่า การศึกษาของผู้รับสารนั้นทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมสื่อสารต่างกันไป เช่น บุคคลที่มีการศึกษาสูงจะสนใจข่าวสาร ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ และมักเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มาก

4. ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status) หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลโดยมี

รายงานหลายเรื่องที่ได้พิสูจน์แล้วว่า ระดับฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของมนุษย์จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของเขาเหล่านั้น

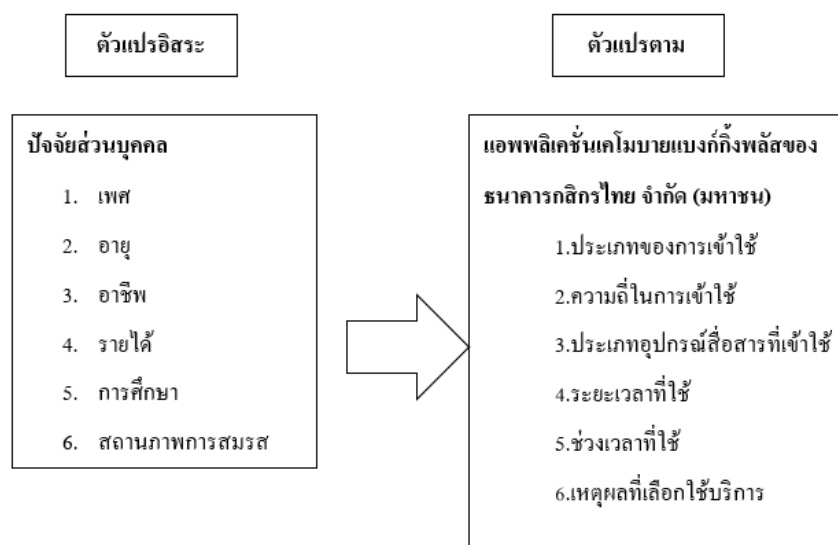
อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking)

ความหมายของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) เศรษฐพงษ์ มะลิสุวรรณ (2553) ได้ให้ความหมายของ อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) ไว้ว่าหมายถึงธนาคารบนอินเทอร์เน็ตเป็นการให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ของธนาคารที่ทำได้ทุกที่ ทุกเวลา ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต หรือ Note Book Computer โทรศัพท์มือถือ เช่น สอบถามยอด คงเหลือ โอนเงิน ชำระค่าสาธารณูปโภค บริการเช็ค พิมพ์รายการเดินบัญชี ดูรายการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ย้อนหลัง ฯลฯ โดยลูกค้าของธนาคารสามารถบริหารการเงินด้วยตนเองทางอินเทอร์เน็ตด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของลูกค้าแต่ละคน โดยผู้ที่สนใจใช้บริการจะต้องติดต่อกับธนาคารของตน เพื่อขอเปิดใช้บริการ รหัสผ่านชื่อในการเข้าใช้งานก่อน ในปัจจุบันธนาคารต่างๆ มีบริการให้ลูกค้าของธนาคารเลือกใช้หลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นการใช้บัตร ATM บัตรเครดิต อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต หรือแม้แต่ m-Banking การติดต่อธนาคารโดยผ่านโทรศัพท์มือถือ นอกจากนี้ ยังมีมีการใช้การแลกเปลี่ยนเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange : EDI) เช่น การนำเอาระบบ EDI มาใช้เพื่อจัดการเอกสารและภาพกราฟิกส์บนเว็บไซต์ และยังรวมไปถึงนำมาช่วยในเรื่องการบริการเกี่ยวกับการประกันสุขภาพ การบริการด้านการเงิน ตลอดจนถึงการนำมาใช้ในด้านการโอนเงินผ่านธนาคาร (Electronic Fund Transfer :EFT) อีกด้วย

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย ปรากฏดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

2. ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป และเคยใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อศึกษาการใช้บริการแอปพลิเคชัน ซึ่งเป็นประชากรที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกใช้สูตรของ Cochran (Cochran, 1977) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ได้ขนาดตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงมีการสำรองตัวอย่างเพิ่มเป็น 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) โดยมีลำดับขั้นตอนดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) และ ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณใช้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยพัฒนาแบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรม ศึกษาค้นคว้า จากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจออนไลน์ และทำการทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) และทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability Test) โดยค่า Cronbach's Alpha ที่ได้อยู่ระหว่าง 0.816 – 0.852 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้

4. วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ จะใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science) โดยแบ่งเป็นสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติ Independent t-test และสถิติไค - สแควร์ (Chi - square test) และใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of variance) ด้วยวิธี F-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาจากการเก็บข้อมูลตัวอย่าง ซึ่งเป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป และเคยใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยใช้ตัวอย่างประชากรจำนวน 400 ตัวอย่าง เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินด้วยแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

1. ข้อมูลทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 251 คน อายุระหว่าง 21 – 35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยเท่ากับ 10,001-20,000 บาท และมีสถานภาพโสด

2. ผลการวิเคราะห์ลักษณะธุรกรรมทางการเงินในการเข้าใช้บริการด้วยแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีการเข้าใช้บริการธุรกรรมทางการเงินโดยการเข้าใช้บริการด้วย แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในลักษณะต่างๆ ในภาพรวมมีการเข้าใช้งานบ่อย และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลักษณะบริการที่ประชาชนเข้าใช้บริการบ่อยมากที่สุด มี 1 บริการ คือ การโอนเงินไปยังบัญชีธนาคารกสิกรไทยและต่างธนาคาร และบริการที่มีการเข้าใช้งานบ่อย มี 2 ด้าน คือ การจ่ายบิลต่าง ๆ เช่น บัตรเครดิต หรือน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ และการแจ้งเตือน เงินเข้าออกผ่านบัญชีแบบเรียลไทม์ทุกรายการ

3. ผลการวิเคราะห์เรื่องการใช้งานแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าใช้งานในความถี่ 4-6 ครั้ง/สัปดาห์ และมีการใช้งานแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสผ่านอุปกรณ์การสื่อสารด้วยโทรศัพท์มือถือสูงสุด โดยมีระยะเวลาในการใช้งานแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้งสูงสุด เฉลี่ยไม่เกิน 5 นาที ซึ่งจะมีการใช้งานในช่วงเวลาตอนเย็นมากที่สุด เหตุผลหลักส่วนใหญ่ที่ทำให้เลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน คือ มีความสะดวก รวดเร็ว สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง

4. ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 : ประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีการเข้าใช้งานธุรกรรมทางการเงินด้วยแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน แสดงผลในตารางที่ 1 และตารางที่ 2 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การเข้าใช้งานการทำธุรกรรมทางการเงินด้วยแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน

ที่	ลักษณะธุรกรรมทางการเงินที่ใช้บริการ	ปัจจัยส่วนบุคคล					
		ค่า Sig.					
		เพศ	อายุ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้	สถานภาพ
1	โอนเงินไปยังบัญชีธนาคารกสิกรไทยและต่างธนาคาร	0.02*	0.00*	0.00*	0.00*	0.00*	0.01*
2	เติมเงินต่างๆ เช่น มือถือ อีวอลเล็ต อีชีพาส	0.33	0.00*	0.00*	0.06	0.00*	0.00*
3	จ่ายบิลต่าง ๆ เช่น บัตรเครดิต หรือน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์	0.01*	0.00*	0.00*	0.01*	0.00*	0.00*
4	Verified Slip (จ่ายชำระเงินแบบเลือกสแกน QR code จาก e-slip)	0.01*	0.00*	0.00*	0.00*	0.00*	0.00*
5	ถอนเงินไม่ใช้บัตร บริการกดเงินผ่านตู้ K-ATM แบบไม่ใช้บัตร แคสแกน QR Code	0.11	0.00*	0.00*	0.28	0.00*	0.03*

6	ตั้งโอนเงินล่วงหน้า	0.11	0.02*	0.08	0.40	0.01*	0.02*
7	การลงทุน ซื้อ-ขาย ตูรายการ เคลื่อนไหวกองทุน ดูพอร์ตการ ลงทุน (My Port)	0.07	0.01*	0.02*	0.30	0.99	0.23
8	K+ Market การสั่งซื้อสินค้าต่างๆ	0.00*	0.00*	0.41	0.00*	0.00*	0.67
9	การแลกคะแนนบัตรเครดิต	0.40	0.00*	0.00*	0.00*	0.01*	0.22
10	ขอสินเชื่อต่างๆ เช่น บัตรเครดิต สินเชื่อเช่าซื้อรถ สินเชื่อบ้าน	0.01*	0.00*	0.00*	0.00*	0.00*	0.10
11	การแจ้งเตือน เงินเข้าออกผ่านบัญชี แบบเรียลไทม์ทุกรายการ	0.00*	0.00*	0.00*	0.00*	0.00*	0.22
12	สรุปยอดใช้จ่าย	0.10	0.00*	0.00*	0.00*	0.00*	0.78
13	บริการบัตรเดบิต เช่น ออกบัตรใหม่ เปิดบัตร / อายัดบัตร หรือตั้งวงเงิน การใช้ การโอน	0.11	0.00*	0.10	0.00*	0.00*	0.08
14	บริการอื่นๆ เช่น เปิดบัญชีเงินฝาก สมัครบัตรเดบิต ประกันเดินทาง	0.00*	0.00*	0.00*	0.02*	0.16	0.47

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ที่	การใช้แอปพลิเคชันเคโมบาย แบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	ปัจจัยส่วนบุคคล					
		ค่า Sig.					
		เพศ	อายุ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้	สถานภาพ
1	ความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส	0.00*	0.00*	0.00*	0.00*	0.00*	0.01*
2	ประเภทอุปกรณ์สื่อสารที่เข้าใช้งานแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส	0.21	0.53	0.60	0.21	0.82	0.94
3	ระยะเวลาที่ใช้งานแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส	0.01*	0.00*	0.00*	0.00*	0.00*	0.00*
4	ช่วงเวลาที่ใช้งานแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส	0.91	0.00*	0.00*	0.00*	0.00*	0.00*
5	เหตุผลที่เลือกใช้บริการงานแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส	0.38	0.00*	0.00*	0.00*	0.00*	0.00*

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ เรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินด้วยแอปพลิเคชัน โฆษณาแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ทั้ง 6 ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ หรือด้านสถานภาพ ที่แตกต่างกัน มีการเข้าใช้งานการทำธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชันเคโอบายแบงก์กิ้งพลัสในบริการที่แตกต่างกัน รวมไปถึงความถี่ในการเข้าใช้งาน ระยะเวลา ช่วงเวลา อุปกรณ์ในการเข้าใช้งาน และเหตุผลที่ทำให้เลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ที่แตกต่างกัน อาจจะเป็นเพราะด้วยความแตกต่างกันทางด้านปัจจัยส่วนบุคคล ที่ทำให้เกิดข้อจำกัดของแต่ละบุคคล ไม่ว่าจะเป็นลักษณะความชอบ กิจกรรม หรือลักษณะการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน ส่งผลถึงการเข้าใช้บริการในการเข้าทำธุรกรรมทางการเงินด้วยแอปพลิเคชันเคโอบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยทำให้ทราบถึงลักษณะการใช้งานของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเคโอบายแบงก์กิ้งพลัสและยังเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผน พัฒนาและแก้ไขปัญหาต่างๆของระบบแอปพลิเคชันเคโอบายแบงก์กิ้งพลัส เพื่อตอบสนองการใช้งานของกลุ่มผู้ใช้บริการให้มากขึ้น โดยให้ข้อเสนอแนะอ้างอิงจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะธุรกรรมทางการเงินที่ใช้บริการด้วยแอปพลิเคชันเคโอบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่าลักษณะธุรกรรมทางการเงินที่ประชาชนให้ระดับความถี่ในการเข้าใช้งานอยู่ในระดับไม่เคยเข้าใช้งานเลย มีทั้งหมด 5 บริการ และได้เสนอข้อเสนอแนะโดยเรียงลำดับจากลักษณะบริการที่มีการระดับความถี่น้อยที่สุดที่ค้นพบจากงานวิจัย ดังนี้

1.1 บริการด้านการลงทุน ชื้อ-ขาย ตูรายการเคลื่อนไหวกองทุน ดูพอร์ตการ ลงทุน (My Port) ซึ่งผู้ให้บริการควรสร้างแรงจูงใจด้วยการเพิ่มผลตอบแทนในการลงทุน ชื้อ-ขาย ผ่านทางแอปพลิเคชันให้สูงขึ้น

1.2 บริการ K+ Market การสั่งซื้อสินค้าต่างๆ ซึ่งผู้ให้บริการควรเพิ่มโปรโมชั่นหรือลดราคาสินค้าจัดของแถมเพื่อกระตุ้นการเข้าใช้งานมากขึ้น

1.3 บริการการแลกคะแนนบัตรเครดิต ซึ่งผู้ให้บริการควรเพิ่มความหลากหลายของสินค้าให้มีความน่าสนใจเพื่อเป็นแรงจูงใจในการนำคะแนนมาแลกให้มากขึ้น

1.4 บริการการขอสินเชื่อต่างๆ เช่น บัตรเครดิต สินเชื่อเช่าซื้อรถ สินเชื่อบ้าน ซึ่งผู้ให้บริการควรมีการกระตุ้นการเข้าใช้งานโดยการเพิ่มสิทธิประโยชน์และคิดดอกเบี้ยในอัตราพิเศษสำหรับผู้ใช้บริการขอสินเชื่อต่างๆผ่านทางแอปพลิเคชัน

1.5 บริการอื่น ๆ เช่น เปิดบัญชีเงินฝาก สมัครงบบัตรเครดิต ประกันเดินทาง ซึ่งผู้ให้บริการควรเพิ่มรูปแบบความปลอดภัยและแสดงเงื่อนไขที่ชัดเจนในการเปิดบัญชีเงินฝาก สมัครงบบัตรเครดิต ประกัน

เดินทาง เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการโดยไม่จำเป็นต้องไปใช้บริการผ่านทาง Counter service
ธนาคาร

2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้แอปพลิเคชันเคโอมบายแบงก์กิ้งพลัส ในการศึกษาครั้งต่อไปควรจะศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความคาดหวังหรือความต้องการเพิ่มเติมในการใช้แอปพลิเคชันเคโอมบายแบงก์กิ้งพลัสนอกเหนือจากบริการที่มีอยู่ เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการในการพัฒนาระบบแอปพลิเคชันให้ทันสมัยและตอบสนองกับการใช้งานของผู้ใช้บริการให้มากยิ่งขึ้น

2.2 ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้แอปพลิเคชันเคโอมบายแบงก์กิ้งพลัส ในการศึกษาครั้งต่อไปควรจะศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจ ของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโอมบายแบงก์กิ้งพลัสในเชิงลึกเพื่อที่จะได้นำข้อมูลมาประยุกต์ใช้ ปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ด้านการให้บริการเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน เคโอมบายแบงก์กิ้งพลัสมากยิ่งขึ้น

2.3 ในการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ เป็นผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเคโอมบายแบงก์กิ้งพลัสในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรจะศึกษากลุ่มตัวอย่างในเขตปริมณฑล และใจกลางเมืองในภาคต่างๆ เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่สามารถนำไปพัฒนาแอปพลิเคชันเคโอมบายแบงก์กิ้งพลัสให้ตอบสนองการใช้งานของผู้ใช้บริการทั่วทั้งประเทศ

บรรณานุกรม

- สมคิด จิรนนตรัตน์. (2559). สถิตินำรู้ Mobile Banking [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา <http://www.droidsans.com/mobile-banking-insight-sep17/>. (27 กันยายน 2560).
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2559). การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. (2553). เครือข่ายสังคม (SOCIAL NETWORKING) [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา <http://www.Vcharkarn.com/varticle/40698>. (15 กันยายน 2561).