

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App
ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

FACTORS AFFECTING CUSTOMER TO USE SERVICE VIA SCB EASY
APPLICATION OF SIAM COMMERCIAL BANK PUBLIC COMPANY LIMITED

ประกายเทียน สันนิทา
สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

Prakaythien Sannitha

E-mail: Prakaythien@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking, Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่น ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการเข้าถึงการบริการ และด้านความปลอดภัย โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พร้อมทั้งพิจารณาตามพฤติกรรมการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการ ประเภทธุรกรรมในการใช้บริการ และจำนวนเงินเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการ ประชากรในงานวิจัยนี้คือ ลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ที่ใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 350 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยเรียงลำดับตามปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App จากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านความเชื่อมั่น ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการ และปัจจัยด้านการเข้าถึงการบริการ ตามลำดับ สำหรับผลการวิจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมในการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: SCB Easy App, ธนาคารไทยพาณิชย์

ABSTRACT

The research was studied about Factors Affecting Customer to use Service via SCB Easy Application of Siam Commercial Bank Public Company Limited. The objective is to study the factors which are affecting customer who use service via SCB Easy Application. The factors of research included Reliability, Responding to Customer Needs, Service, and Privacy. That are classified by Personal factors were including sex, age, education, occupation, salary, and consider the customer's behavior to use service via SCB Easy Application of SCB bank including service frequency, duration, transaction type, and average amount per transaction. The population used in this motivation research was the Customer to use Service via SCB Easy Application of Siam Commercial Bank Public Company Limited. The samples used in this research amount of 350 peoples. The questionnaire was instrument of this research. Data was analyzed by using SPSS for Social Science Research. The statistics were frequency, percentage, minimum, maximum, mean and standard deviation.

The results found that the factor affecting customer to use service via SCB Easy Application of Siam Commercial Bank Public Company Limited categories factor from affecting of using service via SCB Easy App from the most to least including Reliability, Privacy, Responding to Customer Needs, and Service respectively. For the result of Demographic characteristics and Service Behaviors to use SCB Easy Application found that sex, age, education, occupation, and salary have a significant level at 0.05.

Keywords: SCB Easy Application, Siam Commercial Bank

บทนำ

ปฏิเสธไม่ได้เลยว่าสมาร์ตโฟนคือเทคโนโลยีที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้ชีวิตของเราไปอย่างมาก จนแทบจะกลายเป็นปัจจัยที่ 5 ในชีวิตของเราไปซะแล้ว เพราะในยุคนี้แทบทุกกิจกรรมที่เราทำผูกไว้กับสมาร์ตโฟนทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสาร ดูหนัง ฟังเพลง ธนาคารออนไลน์ และอื่นๆ ไม่ทางตรงก็ทางอ้อม แม้แต่การทำธุรกรรมทางการเงินในยุคนี้ยังต้องทำธุรกรรมผ่านมือถือ เพราะในปัจจุบันเราสามารถทำทุกสิ่งทุกอย่างได้ผ่านมือถือเพียงเครื่องเดียว ถือเป็นยุคแห่งการก้าวล้ำของเทคโนโลยีที่มีการ

น่านวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้กับการทำธุรกรรมผ่านสาขาของธนาคาร เนื่องจากธุรกรรมในสาขาส่วนใหญ่ประมาณ 70% เป็นธุรกรรมฝาก ถอน โอนเงิน และชำระเงิน ซึ่งปัจจุบันธุรกรรมดังกล่าวสามารถทำผ่านดิจิทัลแบงกิ้ง (Digital Banking) ได้โดยไม่ต้องไปที่สาขาของธนาคาร โดยผู้ให้บริการมีทั้งที่เป็นธนาคาร และไม่ใช่ธนาคาร (Non-Bank) รวมทั้งธุรกิจฟินเทค (Fin Tech) ทำให้บทบาทของสาขานาการเปลี่ยนไป โดยมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือบทบาทไปทำธุรกรรมในด้านการให้คำปรึกษาการลงทุน หรือบริการสินเชื่อ และบริการอื่นๆ ที่ไม่สามารถทำผ่าน Digital Banking ได้ ส่งผลให้แนวโน้มการขยายสาขาของธนาคารมีการชะลอตัว หรือลดจำนวนสาขาลง ซึ่งจะเห็นได้จากจำนวนสาขาของธนาคารพาณิชย์มีจำนวนลดลงหรือมีการปิดสาขามากที่สุด เนื่องจากทุกธนาคารต่างชะลอหรือหยุดการขยายสาขาเพื่อการตั้งรับและเตรียมรับมือกับธุรกิจในรูปแบบ Digital มากยิ่งขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เพื่อที่จะสามารถแก้ไขข้อบกพร่องและปรับปรุงแอปพลิเคชัน SCB Easy App ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่เลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App เพิ่มมากขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ คือ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. พฤติกรรมการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการ ประเภทธุรกรรมในการใช้บริการ และจำนวนเงินเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการ

ตัวแปรตาม คือ

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่น ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการเข้าถึงการบริการ และด้านความปลอดภัย

ขอบเขตด้านประชากร

ลูกค้าธนาคาร ไทยพาณิชย์ที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB Easy App ของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

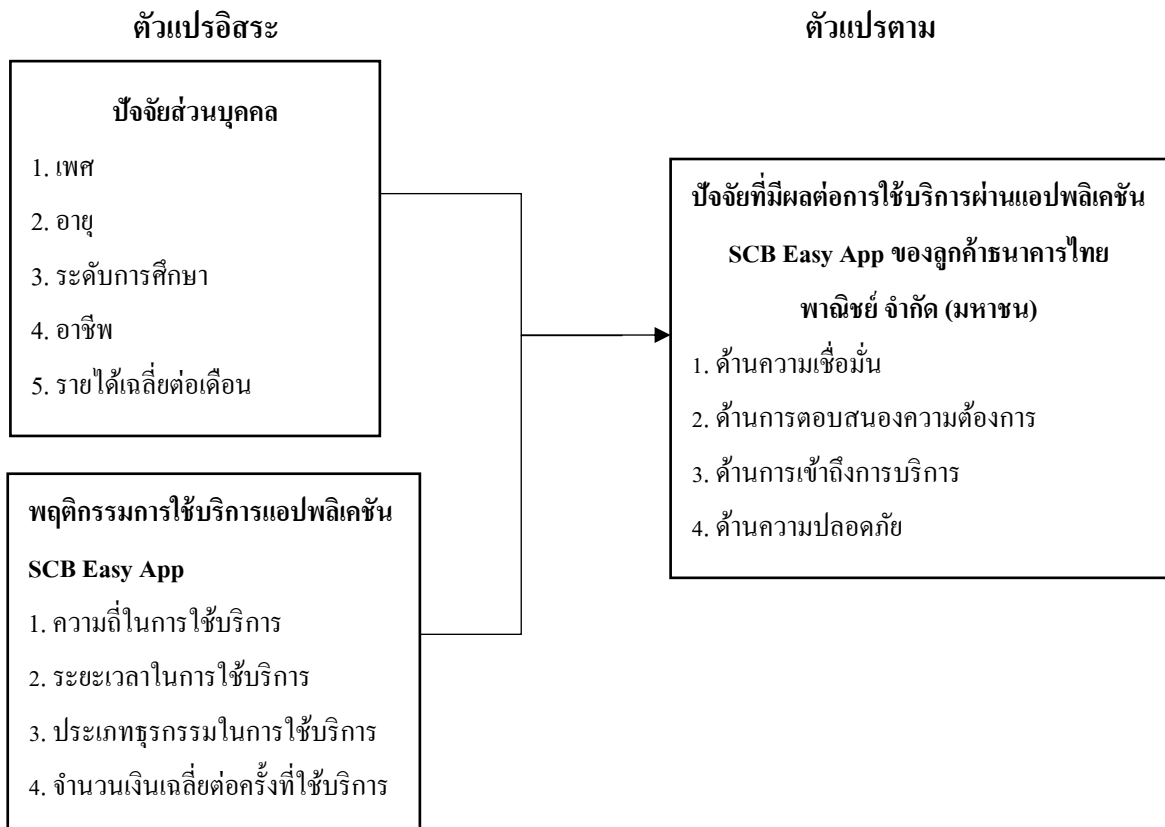
ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้จะทำการวิจัย ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม – มิถุนายน พ.ศ. 2563

ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ของลูกค้าธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาแอปพลิเคชัน SCB Easy App ของธนาคาร ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ และนำไปสู่การคิดค้น การบริการทางการเงินในรูปแบบใหม่ๆ ต่อไป
2. ผู้ประกอบการธนาคารสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางกลยุทธ์ เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าสมัคร ใช้บริการและทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App มากขึ้น นำไปสู่การสร้างรายได้จาก ค่าธรรมเนียมการใช้บริการที่เพิ่มขึ้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อมั่น

มอร์แกน และฮันท์ Morgan & Hunt (1994) ได้กล่าวว่า ความเชื่อถือจะมีอยู่ถ้าฝ่ายหนึ่งมีความมั่นใจในความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์ของอีกฝ่ายเป็นความไว้วางใจที่แต่ละฝ่ายมีให้กันแสดงออกให้รู้สึกเชื่อมั่น ความคาดหวังที่ถูกสร้างขึ้นต่ออีกฝ่ายว่าสามารถวางใจหรือเชื่อถือได้มีจุดมุ่งเน้นที่คล้ายคลึงกัน คือการสร้าง ความมั่นใจ ความเชื่อมั่นเป็นศูนย์กลางของการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ภายใต้รูปแบบความสัมพันธ์ของพันธะสัญญาและความเชื่อมั่น ซึ่งได้กำหนดวิธีในการวัดความเชื่อมั่นไว้ 4 ประการ ดังนี้

1. ความเชื่อมั่นต่อองค์กร
2. ความเชื่อมั่นต่อสินค้าและบริการ
3. ความเชื่อมั่นของการเป็นเจ้าของ
4. ความเชื่อมั่นในด้านมนุษยสัมพันธ์

ความเชื่อมั่นในเทคโนโลยีและระบบออนไลน์

ภาวฐ พงษ์วิทย์ภานะ (2550) ได้กล่าวว่าความเชื่อมั่นในเทคโนโลยีและระบบออนไลน์เป็นส่วนช่วยในการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเทคโนโลยี มีความสะดวกรวดเร็ว รวมถึงการเก็บรักษาความลับของข้อมูล โดยความเชื่อมั่นทางเทคโนโลยีสามารถสร้างขึ้นมาได้หากเก็บรักษาความลับของข้อมูลอย่างจริงจัง เพราะการให้ข้อมูลส่วนตัวอาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการเก็บรักษาความลับ นอกเหนือจากการใช้วิจารณญาณส่วนบุคคลในการพิจารณาให้ข้อมูลกับบุคคลอื่นแล้วยังต้องมีกฎหมายที่เหมาะสม เพื่อใช้ในการป้องกันผู้บริโภคจากภัยคุกคามที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีต่างๆ อีกด้วย

ความเชื่อมั่นในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และการแพร่หลายของเทคโนโลยี

Yoon (2002) ทำการวิจัยพบว่าความเชื่อมั่นในการซื้อ-ขายสินค้าอิเล็กทรอนิกส์จะเกิดขึ้นได้ต้องประกอบไปด้วยการประกันความปลอดภัย ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ ภาพลักษณ์ รวมทั้งคุณภาพของระบบการควบคุมเพื่อเข้าทำรายการ เช่น รูปแบบหน้าเว็บไซต์หรือเมนูการทำรายการผ่านระบบออนไลน์ที่สวยงามน่าใช้งานเทคโนโลยีที่นำมาใช้และมีส่วนร่วมกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เช่น กระดานสอบถามข้อมูลหรือหมายเลขโทรศัพท์ที่ให้บริการ (Call Center) กรณีเกิดปัญหาในการทำรายการ

ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในเทคโนโลยีออนไลน์

Davis (1989) กล่าวว่า ปัจจัยภายในและภายนอกมีผลต่อความเชื่อมั่น เช่น ผู้ให้บริการเว็บไซต์ระบบการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภค ตัวแทนกลางผู้ให้บริการดูแลระบบชำระเงินออนไลน์หรือผู้ผลิตสื่อคอนเทนต์ เป็นต้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับการรับรู้ ได้แก่

1. ลักษณะของผู้บริโภค (Customer Characteristic)

2. ลักษณะของสินค้าและบริการ (Products and Services Characteristic)
3. การรับรู้ถึงความเสี่ยง (Perception of Risk)
4. ความแตกต่างของวัฒนธรรมและตลาดในธุรกิจ (Different Markets and Cultures)
5. ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience)

ข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน SCB Easy App ของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัดมหาชน

ธนาคารไทยพาณิชย์ ได้เปิดให้บริการ SCB Easy App ตั้งแต่ปี 2543 เป็นต้นมา และได้มีการพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีฟังก์ชันในการใช้งานต่างๆ มากมาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้บริการได้อย่างสะดวกสบาย รวดเร็ว มีประสิทธิภาพและมีความปลอดภัยในการใช้งานซึ่งจะเห็นได้ว่า SCB Easy App คือ บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตสำหรับลูกค้าบุคคลของธนาคารไทยพาณิชย์ โดยช่วยให้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ที่ www.scbeasy.com (Mobile Banking) มีฟังก์ชันการใช้งานต่างๆ ที่ช่วยให้ลูกค้าได้รับความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งการใช้ SCB Easy App เป็นการช่วยเพิ่มศักยภาพการใช้ชีวิตให้สะดวก มีความปลอดภัยในการใช้งาน และคล่องตัวยิ่งขึ้น โดยการให้บริการส่วนตัวบนอินเทอร์เน็ต ที่ให้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมการเงินส่วนตัวได้ทุกที่ ทุกเวลาเชื่อมต่อได้ตามความต้องการใช้งานบนคอมพิวเตอร์, บนโทรศัพท์มือถือ Smartphone หรือ Tablet ช่วยให้ลูกค้าทำธุรกรรมได้สะดวกและคล่องตัวยิ่งขึ้น (ข้อมูลเดือนมีนาคม 2563) (ที่มา : Digital Banking บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์,2563)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จันทิมา ฉิมขำ (2561) ทำการวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ ผลการวิจัยด้านความคาดหวังของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือพบว่า เพศมีความคาดหวังที่แตกต่างกันในด้านความเชื่อมั่น ยกเว้นด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการเข้าถึงบริการ และด้านความปลอดภัย ส่วนผู้ใช้ที่มีอายุแตกต่างกันพบว่ามีความคาดหวังแตกต่างกันในด้านความเชื่อมั่นและด้านการเข้าถึงบริการ ยกเว้นด้านการตอบสนองความต้องการและด้านความปลอดภัย นอกจากนี้ผู้ใช้ที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ โภคทรัพย์ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังที่แตกต่างกันในทุกด้าน ส่วนผลการวิจัยด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือพบว่า เพศมีความพึงพอใจแตกต่างกันทุกด้าน ผู้ใช้ที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านความเชื่อมั่นและด้านความปลอดภัย ยกเว้นด้านการตอบสนองความต้องการและการเข้าถึงบริการ ในส่วนของสถานภาพที่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านความเชื่อมั่น ด้านการเข้าถึงบริการและด้านความปลอดภัย ยกเว้นด้านการตอบสนองความต้องการ นอกจากนี้ผู้ใช้ที่มีระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ โภคทรัพย์ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่าง

กันทุกด้าน ส่วนผลการวิจัยในการเปรียบเทียบความคาดหวังกับความพึงพอใจ พบว่าความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความแตกต่างกันในด้านความเชื่อมั่น ด้านการเข้าถึงบริการ และด้านความปลอดภัย ยกเว้นด้านการตอบสนองความต้องการ

สุรางคนางค์ เครือแก้ว, เครือวัลย์ ชัชกุล และนิศตา ศิลปะเสริฐ (2562) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการ SCB Easy App ของธนาคารไทยพาณิชย์ในจังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่าภาพรวมของปัจจัยการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการ SCB Easy App ของธนาคารไทยพาณิชย์ในจังหวัดภูเก็ตอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่าด้านความพึงพอใจการให้บริการ SCB Easy App ของธนาคารไทยพาณิชย์ในจังหวัดภูเก็ตมากเป็นอันดับที่ 1 ได้แก่ด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการ รองลงมา คือด้านที่ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ ด้านความมั่นคงปลอดภัย ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านสมรรถภาพในการให้บริการ ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ สถานภาพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยความพึงพอใจในการให้บริการ SCB Easy App ของธนาคารไทยพาณิชย์ในจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรม ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการและผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการต่างกัน ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการ SCB Easy App ของธนาคารไทยพาณิชย์ในจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จุฑารัตน์ ดาบแก้ว และกฤษ จรินโท (2561) ทำการวิจัยเรื่อง ความสำเร็จและความพึงพอใจใน Mobile Banking ระหว่างธนาคารสัญชาติไทย สิงคโปร์ และมาเลเซีย ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้งาน Mobile Banking ที่มีข้อมูลทั่วไปด้านอายุและระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จและความพึงพอใจใน Mobile Banking ที่ให้บริการ โดยธนาคารสัญชาติไทยและสัญชาติมาเลเซียแตกต่างกัน นอกจากนี้ ผู้ใช้งาน Mobile Banking ที่มีพฤติกรรมการใช้งานด้านช่วงเวลาการทำธุรกรรมต่างกันมีผลต่อความสำเร็จและความพึงพอใจใน Mobile Banking ที่ให้บริการ โดยธนาคารสัญชาติสิงคโปร์และมาเลเซียแตกต่างกัน สุดท้ายปัจจัยคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความเป็นส่วนตัว และด้านการเข้าถึงการให้บริการ มีผลต่อความสำเร็จและความพึงพอใจใน Mobile Banking ที่ให้บริการ โดยธนาคารสัญชาติไทย สิงคโปร์ และมาเลเซีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากผลการศึกษา ผู้ให้บริการด้าน Mobile Banking ควรมีการปรับปรุงระบบสำคัญต่างๆ เช่น ความเป็นส่วนตัว ความปลอดภัยทางข้อมูล เพื่อรองรับการใช้งานที่หลากหลาย สะดวก และเหมาะสมกับผู้ใช้มากยิ่งขึ้น

ชญญาพัทธ์ จงทวี (2558) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร สำหรับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการที่มีความ

แตกต่างกันในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking สูงที่สุด

สำหรับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายของการทำงาน และปัจจัยด้านความปลอดภัย ตามลำดับ

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้ายธนาคารไทยพาณิชย์ที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB Easy App ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยทำการเก็บแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 350 ชุด โดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบสัดส่วนประชากรที่แน่นอน (กัลยา วาณิชบัญชา 2549: หน้า 74) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความผิดพลาดสูงที่สุดที่ยอมให้เกิด 5% หรือ 0.05 ดังนั้น ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มประชากรเป้าหมายที่กำหนดไว้ ทั้งในรูปแบบที่เป็นเอกสาร และผ่านทางออนไลน์โดยใช้ Google Form
2. ตอบข้อซักถามบางประการที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาจจะต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม
3. เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ข้อมูลครบแล้ว เพื่อนำไปจัดทำและเตรียมข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ให้ทันระยะเวลาตามที่กำหนดไว้ในขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการประเมินผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ (SPSS Version 23.0)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับการวิเคราะห์เพื่อบรรยายปัจจัยส่วนบุคคล
2. ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) สำหรับวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
3. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สำหรับการวิเคราะห์ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1 ด้านปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB Easy App ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 350 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 64.30 และเพศชาย จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 35.70 ส่วนใหญ่ มีอายุ 21 – 29 ปี จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 54.90 รองลงมาคือ 30 – 39 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 34.30, 40 – 49 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40, ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70 และ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70 และตามลำดับ ส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 76.60 รองลงมาคือ อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 8.60, ปริญญาโท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30, มัธยมศึกษา/ปวช. หรือต่ำกว่า จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.60 และสูงกว่าปริญญาโท ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 53.40 รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 18.90, ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 15.40, นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 11.70 และอื่นๆ ได้แก่ แม่บ้าน อีเว้นท์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.60 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 33.70 รองลงมาคือ 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 26.60, ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 19.70, 45,000 บาทขึ้นไปจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 10.90 และ 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 9.10 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App อันได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ ส่วนใหญ่ใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App โดยเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 35.40 รองลงมาคือ เดือนละ 2 – 3 ครั้ง จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 31.70, เดือนละ 4 – 5 ครั้ง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 20.60 และน้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 43 คน คิดเป็น 12.30 ตามลำดับ, ระยะเวลาในการใช้บริการ ส่วนใหญ่ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy

App มากที่สุดในช่วงระยะเวลา 12:01 น. – 16:00 น. จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 39.40 รองลงมาคือ 16:01 น. – 20:00 น. จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 32.60, 08:00 น. – 12:00 น. จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 17.70 และ 20:01 น. – 24:00 น. จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 10.30 ตามลำดับ, ประเภทธุรกรรมในการใช้บริการ ส่วนใหญ่เลือกทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ประเภทโอนเงินระหว่างบัญชีมากที่สุด จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 81.10 รองลงมาคือ ตรวจสอบยอดคงเหลือ จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 65.70, ชำระค่าสินค้าและบริการ จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 55.70, ถอนเงินโดยไม่ใช้บัตร จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 27.70, เติมเงิน เช่น อีซีพาส ค่าโทรศัพท์ เป็นต้น จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 24.60, บัตรเดบิต/เครดิต จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 18, สินเชื่อ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9, ด้านประกันชีวิต/ประกันภัย จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4, หุ่น/พันธบัตร 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4, ซื้อ – ขายตราสารและกองทุนรวมต่างๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30, แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70 และอื่นๆ ได้แก่ จ่ายประกันสังคมออนไลน์ของบริษัท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 ตามลำดับ, จำนวนเงินเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการ ส่วนใหญ่ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ในแต่ละครั้งจำนวนเงินเฉลี่ยอยู่ที่ 0 – 3,000 บาท จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 52.30 รองลงมาคือ 3,001 – 5,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 22.90, 5,001 – 7,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00, 10,000 บาทขึ้นไป จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และ 7,001 – 10,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.90 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มีองค์ประกอบ 4 ด้าน ด้วยค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านความเชื่อมั่น ด้านความปลอดภัย ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านการเข้าถึงการบริการ ($\bar{X} = 4.3200$, $\bar{X} = 4.3211$, $\bar{X} = 4.3103$, $\bar{X} = 4.3129$) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มีลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB Easy App ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 350 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 64.30 และเพศชาย จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 35.70 ส่วนใหญ่ มีอายุ 21 – 29 ปี จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 54.90

รองลงมาคือ 30 – 39 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 34.30, 40 – 49 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40, ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70 และ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70 และตามลำดับ ส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 76.60 รองลงมาคือ อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 8.60, ปริญญาโท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30, มัธยมศึกษา/ปวช. หรือต่ำกว่า จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.60 และสูงกว่าปริญญาโท ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 53.40 รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 18.90, ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 15.40, นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 11.70 และอื่นๆ ได้แก่ แม่บ้าน อีเว้นท์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.60 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 33.70 รองลงมาคือ 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 26.60, ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 19.70, 45,000 บาทขึ้นไปจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 10.90 และ 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 9.10 ตามลำดับ

พฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ประกอบไปด้วย ความถี่ในการใช้บริการ ส่วนใหญ่ใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App โดยเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน, ระยะเวลาในการใช้บริการ ส่วนใหญ่ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App มากที่สุดในช่วงระยะเวลา 12:01 น. – 16:00 น., ประเภทธุรกรรมในการใช้บริการ ส่วนใหญ่เลือกทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ประเภทโอนเงินระหว่างบัญชีมากที่สุด, และจำนวนเงินเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการ ส่วนใหญ่ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ในแต่ละครั้งจำนวนเงินเฉลี่ยอยู่ที่ 0 – 3,000 บาท

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy App ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านความเชื่อมั่น ด้านความปลอดภัย ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านการเข้าถึงการบริการ ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. **ด้านความเชื่อมั่น** โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ แอปพลิเคชัน SCB Easy App มีบริการที่ตรงกับความต้องการและตรวจสอบได้ แอปพลิเคชัน SCB Easy App มีกระบวนการทำงานที่ถูกต้องและแม่นยำ, แอปพลิเคชัน SCB Easy App มีรูปแบบที่ทันสมัย ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน, แอปพลิเคชัน SCB Easy App มีความน่าเชื่อถือ และแอปพลิเคชัน SCB Easy App มีระบบป้องกันข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ จันทิมา นิมข้าง (2561) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกรรมการเงินบนโทรศัพท์มือถือ

2. **ด้านการตอบสนองความต้องการ** โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ แอปพลิเคชัน SCB Easy App มีผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสมสำหรับลูกค้า, แอปพลิเคชัน SCB Easy App มีฟังก์ชันในการใช้งานที่ง่าย สะดวก และปลอดภัย, แอปพลิเคชัน SCB Easy App สามารถรองรับผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ, แอปพลิเคชัน SCB Easy App มีฟังก์ชันในการให้บริการที่หลากหลาย และแอปพลิเคชัน SCB Easy App มีผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายตรงกับความต้องการ ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ สุรางคนางค์ เครือแก้ว, เครือวัลย์ ชัชกุล และนิศศา ศิลปะเสริฐ (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการ SCB Easy App ของธนาคารไทยพาณิชย์ในจังหวัดภูเก็ต

3. **ด้านการเข้าถึงการบริการ** โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB Easy App เข้าถึงง่าย มีความสะดวกและรวดเร็วในการให้บริการ, แอปพลิเคชัน SCB Easy App มีการอธิบายขั้นตอนในการใช้งานอย่างเป็นลำดับขั้นตอน ชัดเจน และเข้าใจง่าย, แอปพลิเคชัน SCB Easy App มีความพร้อมในการให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง และระบบการใช้งานของแอปพลิเคชัน SCB Easy App มีความเสถียร ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จุฑารัตน์ ดาบแก้ว และกฤษ จริน โท (2561) ศึกษาเรื่อง ความสำเร็จและความพึงพอใจใน Mobile Banking ระหว่างธนาคารสัญชาติไทย สิงคโปร์ และมาเลเซีย

4. **ด้านความปลอดภัย** โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ แอปพลิเคชัน SCB Easy App มีการระบุตัวตนในการเข้าใช้งานทุกครั้ง เช่น สแกนลายนิ้วมือ, สแกนใบหน้า, รหัสผ่าน เป็นต้น, แอปพลิเคชัน SCB Easy App มีการใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัย และปลอดภัย, แอปพลิเคชัน SCB Easy App มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูลผู้ใช้บริการ, แอปพลิเคชัน SCB Easy App มีระบบป้องกันความปลอดภัยระหว่างทำธุรกรรม และแอปพลิเคชัน

ชั้น SCB Easy App มีการแจ้งเตือนข้อมูลการทำธุรกรรมผ่านอีเมลล์หรือข้อความทางโทรศัพท์ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชาญญาพัทธ์ จงทวี (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ด้านความเชื่อมั่น

สิ่งที่ต้องปรับปรุง แอปพลิเคชัน SCB Easy App มีบริการที่ตรงกับความต้องการ และตรวจสอบได้ กล่าวคือ แอปพลิเคชันควรมีฟังก์ชันและผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการได้ตรงตามความต้องการ เข้าถึงง่าย สะดวก รวดเร็วต่อการใช้งาน รวมไปถึงความพร้อมในการให้บริการลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง มีความเสถียรภาพของโครงข่ายที่มีประสิทธิภาพสามารถรักษาข้อมูลของลูกค้าที่ใช้บริการได้เป็นอย่างดี เพื่อให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในแอปพลิเคชันมากยิ่งขึ้น, แอปพลิเคชัน SCB Easy App มีกระบวนการทำงานที่ถูกต้องและแม่นยำ ในข้อนี้ธนาคารควรใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เพื่อช่วยให้แอปพลิเคชันสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพในการให้บริการ โดยสามารถรองรับการใช้บริการจากลูกค้าจำนวนมากในเวลาเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยรักษาข้อมูลของลูกค้าในระหว่างการทำธุรกรรมให้มีความถูกต้องและปลอดภัยมากที่สุด เพื่อให้ลูกค้าที่ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่นมากยิ่งขึ้น และเลือกใช้บริการอื่นผ่านแอปพลิเคชันต่อไป

ด้านการตอบสนองความต้องการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง แอปพลิเคชัน SCB Easy App มีผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสมสำหรับลูกค้า กล่าวคือ ด้วยตัวแอปพลิเคชันค่อนข้างมีความซับซ้อน และขั้นตอนในการเข้าถึงการบริการที่ค่อนข้างยาก จึงทำให้ลูกค้าเกิดความสับสนในการใช้บริการ และมองหาผลิตภัณฑ์ที่ต้องการใช้บริการไม่เจอ ดังนั้นจึงส่งผลให้แอปพลิเคชัน SCB Easy App ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าบางกลุ่มได้ ด้วยเหตุผลนี้ธนาคารควรเลือกผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าเลือกใช้บริการมากที่สุด ให้อยู่ในจุดที่มองเห็นง่าย เข้าถึงได้สะดวก และลดขั้นตอนการให้บริการที่ไม่จำเป็นออกไป เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้บริการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว, แอปพลิเคชัน SCB Easy App มีฟังก์ชันในการใช้งานที่ง่าย สะดวก และปลอดภัย ด้วยตัวแอปพลิเคชันมีฟังก์ชันที่หลากหลายรองรับการให้บริการแก่ลูกค้าอยู่แล้ว แต่ด้วยแอปพลิเคชันที่ค่อนข้างมีความซับซ้อน จึงทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างที่ควรจะเป็น เพราะฉะนั้นธนาคารควรปรับปรุงให้ฟังก์ชันในการให้บริการสะดวก และง่ายต่อการเข้าถึงการบริการที่มากขึ้น

ด้านการเข้าถึงการบริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง การใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB Easy App เข้าถึงง่าย มีความสะดวก และรวดเร็ว ในการให้บริการ กล่าวคือ แอปพลิเคชันยังมีขั้นตอนการใช้งานที่ค่อนข้างซับซ้อน อาจจะยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าบางกลุ่มที่ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันได้ โดยเปรียบเทียบการให้บริการแอปพลิเคชันของธนาคาร ไทยพาณิชย์กับแอปพลิเคชันทางการเงินของสถาบันการเงินอื่นๆ พบว่าการทำงานของแอปพลิเคชัน SCB Easy App มีขั้นตอนที่ซับซ้อนกว่าเล็กน้อย ดังนั้นธนาคารควรพัฒนาฟังก์ชันในแอปพลิเคชันที่ลูกค้าเลือกใช้บริการมากที่สุดให้มีความเข้าถึงง่าย และลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นออกไป เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงการให้บริการได้ตรงตามความต้องการได้มากยิ่งขึ้น, แอปพลิเคชัน SCB Easy App มีการอธิบายขั้นตอนในการใช้งานอย่างเป็นลำดับขั้นตอน ชัดเจน และเข้าใจง่าย โดยปกติแล้วแอปพลิเคชัน SCB Easy App จะมีการอธิบายขั้นตอนการใช้งานในการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ผ่านแอปพลิเคชันในช่วงเริ่มต้นใช้งานแอปพลิเคชันในครั้งแรก เพื่อให้ลูกค้าปฏิบัติตามขั้นตอนดังกล่าว และสามารถใช้งานในครั้งต่อไปได้สะดวกมากขึ้น ซึ่งอาจจะยังไม่เพียงพอสำหรับลูกค้าบางกลุ่ม เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ ที่อาจจะไม่สามารถเข้าใจขั้นตอนการให้บริการได้ในเวลาน้อยนิด ดังนั้นแอปพลิเคชันควรเพิ่มระยะเวลาในการอธิบายขั้นตอนและวิธีการใช้งานแอปพลิเคชันให้มากขึ้นกว่าเดิม เพื่อให้ลูกค้าสามารถปฏิบัติตามได้ในการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันในครั้งต่อไปได้สะดวก รวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ด้านความปลอดภัย

สิ่งที่ต้องปรับปรุง แอปพลิเคชัน SCB Easy App มีการระบุตัวตนในการเข้าใช้งานทุกครั้ง เช่น สแกนลายนิ้วมือ, สแกนใบหน้า, รหัสผ่าน เป็นต้น กล่าวคือ เมื่อเริ่มใช้งานแอปพลิเคชันทุกครั้ง ระบบจะให้ลูกค้ายืนยันตัวตนก่อนใช้งาน เพื่อป้องกันมิฉ้อฉลโดยลูกค้าสามารถเลือกวิธีการยืนยันตัวตนด้วยตนเอง เช่น การสแกนลายนิ้วมือ, สแกนใบหน้า, รหัสผ่าน เป็นต้น และหลังทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันเสร็จแล้วแอปพลิเคชันจะให้ลูกค้ายืนยันการทำธุรกรรมอีกครั้ง เพื่อป้องกันการทำธุรกรรมที่ผิดพลาด ดังนั้นธนาคารควรมีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล รวมไปถึงการส่งข้อมูลในการทำธุรกรรมในแต่ละครั้งผ่านทางโทรศัพท์ หรือทางอีเมลล์ของลูกค้า, แอปพลิเคชัน SCB Easy App มีการใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัย และปลอดภัย โดยการให้บริการลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง รวมไปถึงช่วงเวลาที่ลูกค้าเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันในช่วงเวลาเดียวกันจำนวนมาก ดังนั้นแอปพลิเคชันควรมีเทคโนโลยีและโครงสร้างการให้บริการที่ทันสมัย เพื่อรองรับการให้บริการจากลูกค้าให้มีความเสถียรภาพและมีประสิทธิภาพในการให้บริการ และมีความปลอดภัยต่อข้อมูลในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าให้มากที่สุด

บรรณานุกรม

จันทิมา นิยมช้าง. (2561). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกรรมการเงินบนโทรศัพท์มือถือ*.

การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.

จุฑารัตน์ ดาบแก้วและกฤษ จรินโท. *ความสำเร็จและความพึงพอใจใน Mobile Banking ระหว่างธนาคาร*

สัญชาติไทย สิงคโปร์ และมาเลเซีย. วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และ

สังคมศาสตร์ ปีที่ 1 ฉบับที่ 3, (กันยายน - ธันวาคม 2561).

ชญัญพัทธ์ จงทวี. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ในเขต*

กรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). (2560). *แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 2560 ณ สิ้นปีบัญชี 2560*.

เข้าถึงได้จาก ธนาคารไทยพาณิชย์:

https://www.scb.co.th/content/dam/scb/investor-relations/documents/financial-information/th/2560/annual-registration-statement-form-56-1/year-2017_th.pdf

ธนาคารไทยพาณิชย์. *จากวันนั้นถึงวันนี้*. เข้าถึงได้จาก. ธนาคารไทยพาณิชย์:

<https://www.scb.co.th/th/about-us.html>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). *รายงานธุรกรรมการชำระเงิน ประจำไตรมาส 1 ปี 2561*. เข้าถึงได้จาก.

ธนาคารแห่งประเทศไทย:

https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/PaymentSystem_Report_s/Q1_2561.pdf

กฤษนิษา บัณฑิตมาตย์. (2560). *ความคิดเห็นและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคชาวไทยที่อาศัยในเขต*

กรุงเทพมหานครในการเลือกจองโรงแรมผ่านออนไลน์เอเจนซี่. สารนิพนธ์มหาบัณฑิตสาขาวิชา

การจัดการการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

สุรางคนางค์ เครือแก้วและเครือวัลย์ ชัชกุล นิสสา ศิลปะเสรษฐ. *ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจการ*

ให้บริการ SCB Easy App ของธนาคารไทยพาณิชย์ในจังหวัด”ภูเก็ต. (มนุษยศาสตร์และ

สังคมศาสตร์ นวัตกรรมสร้างสรรค์สังคม). คณะ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัย

ราชภัฏสงขลา.