

**พฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำ
ธุรกรรมของลูกค้า ธนาคารกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต**
**Behavior of Using Krung Thai Next Application in Transactions of Krung
Thai Bank customers Thammasat University branch Rangsit Center**

จิตรประภัสร์ สุขมี

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

CHITPRAPHAT SUKMEE

E-mail: Chitpraphat.s@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking, Ramkhamhaeng

University Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. พฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมของ ลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต 2. พฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมของ ลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำธุรกรรม ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมของลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต จำนวนทั้งหมด 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการทำการทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยใช้สถิติทดสอบโดยวิธี One way analysis of variance หรือ One way ANOVA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพื่อทดสอบความแตกต่าง หากพบความแตกต่างจะใช้สถิติการทดสอบ LSD (Least Square Difference) และใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ ไม่แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านรายได้แตกต่างกัน ทำให้ทำให้พฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรม แตกต่างกัน และผลการทดสอบ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรม พบว่าความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความความปลอดภัย และความไว้วางใจ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมของลูกค้า ธนาคารกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต

คำสำคัญ : พฤติกรรมการใช้; Application Krung Thai Next

ABSTRACT

This research aims at study 1. The behavior of using Krung Thai Next application in the transactions of Krung Thai Bank customers, Thammasat University branch, Rangsit Center 2. The behavior of using Krung Thai Next application in the transaction of Customers of Krung Thai Bank, Thammasat University Branch, Rangsit Center, Classified by personal factors. 3. The factors affecting the behavior of using Krung Thai Next application in the transaction of Krung Thai Bank customers, Thammasat University branch, Rangsit Center. The sample group used in this research is 400 customers from Krung Thai Bank, Thammasat University, Rangsit Campus. By using the questionnaire as a tool to collect statistical data used in the analysis such as Percentage, Frequency, Mean and Standard Deviation. To test the hypothesis, the researchers use the statistics were tested by One way analysis of variance or One way ANOVA with statistical significance level of 0.05 to test for differences. If differences were found, The LSD (Least Square Difference) statistics were used and multiple regression analysis was used.

The hypothesis testing found that Krung Thai Bank customers, Thammasat University branch, Rangsit Center have no different personal factors in age. Causing the behavior of using Krung Thai Next application in the transaction is not different as for education, occupation, and income are different. Causing the behavior of using Krung Thai Next application in the transaction is different and test results Factors affecting the behavior of using Krung Thai Next Application in Transactions Found that convenience, speed, safety and trust Affecting the behavior of using Krung Thai Next application in customer transactions Krung Thai Bank, Thammasat University Branch, Rangsit Center

Important words; Behavior, Application Krung Thai Next

บทนำ

ในปัจจุบันอาจกล่าวได้ว่า เป็นยุค โลกาภิวัตน์ คือ เป็นยุคที่การสื่อสารไร้พรมแดน การกระจายข้อมูลข่าวสารทำได้อย่างรวดเร็ว สามารถเชื่อมต่อกันได้โดยไม่มีขีดจำกัด ของเรื่องเวลาและสถานที่ โดยการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยทำให้โลกเข้าสู่ยุคดิจิทัล เมื่อโลกมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไป ทำให้พฤติกรรมของมนุษย์จึงเริ่มมีการเปลี่ยนแปลง มนุษย์ในยุคดิจิทัลหันมาพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้น โดยเทคโนโลยีจะเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของมนุษย์เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน เช่น แต่เดิมมนุษย์รับรู้ข่าวสารโดยการอ่านหนังสือพิมพ์ ดูโทรทัศน์ หรือฟังวิทยุ แต่ในยุคปัจจุบันมนุษย์รับรู้ข่าวสารส่วนใหญ่ ผ่านทางโซเชียลมีเดีย หรือไม่ว่าจะเป็นการซื้อสินค้า เดิมต้องเดินทางไปซื้อสินค้าด้วยตัวเองที่ร้านค้า หรือตลาด แต่ในยุคปัจจุบันสามารถหาซื้อทางออนไลน์ โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปที่ร้าน ทั้งยังเข้ามามีบทบาทในการประกอบกิจกรรมประจำวัน เช่น ตอนทำงาน เรายังต้องนำเอาเทคโนโลยี เข้ามาช่วยในการปฏิบัติงาน ได้แก่ การนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการประชุม การนำเอาหุ่นยนต์ มาช่วยในอุตสาหกรรมการผลิต เพื่อให้ก้าวผ่านขีดจำกัด ทางศักยภาพของมนุษย์ ดังนั้นจึงจะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก เริ่มตั้งแต่ตื่นนอน ทำงาน รวมถึงการเข้านอน

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างมาก พฤติกรรมการดำเนินชีวิตของมนุษย์ก็เปลี่ยนไปให้เข้ากับโลกที่เปลี่ยนแปลง ทุกชีวิตในระบบอุตสาหกรรมจึงเริ่มมีการปรับตัว

เปลี่ยนแปลงเพื่อความอยู่รอดและเพื่อให้เข้ากับวิถีชีวิตของโลกที่เปลี่ยนไป ธุรกิจธนาคารก็เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทมากขึ้น ธนาคารจึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของมนุษย์ที่เปลี่ยนแปลง ธุรกิจธนาคารหลายธนาคารได้นำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการ เช่น การพัฒนาระบบปฏิบัติงานของ การทำงานผ่านโทรศัพท์มือถือหรือที่เรียกกันว่า Application

ธนาคารในสมัยดั้งเดิมตามความเข้าใจของเราก็คือสถานที่ฝากเงิน ถอนเงิน กู้เงิน และเป็นแหล่งลงทุนสำหรับเรา แต่ถ้าอธิบายอย่างจริงจังของความหมายธนาคารตาม ราชบัณฑิตยสถาน นั้นได้ระบุว่า ‘ธนาคาร’ มาจากคำว่า ‘ธน’ แปลว่าเงินทอง ทรัพย์สิน และคำว่า ‘อาคาร’ มารวมกันเป็น ‘อาคารที่ทำการเกี่ยวกับการเงิน’ ซึ่งนี่คือนิยามคำจำกัดความที่

ถูกต้องที่สุดของธนาคาร แต่เมื่อเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาด้านต่างๆ ธนาคารจึงไม่ได้จำกัดอยู่ในรูปแบบการให้บริการแบบเดิม ดังนั้นบริบทของธนาคารในอนาคตจึงอาจไม่ได้เหมือนเดิมอีกต่อไป แต่โดยนัยยะ และความสำคัญแล้วธนาคารก็ยังคงมีความสำคัญในฐานะตัวกลางที่ถือเงินอยู่ดี ทว่าเมื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ธนาคารจึงมีการปรับเปลี่ยนหน้าตาไปตามเทคโนโลยี และหลังจากนี้เราไปศึกษาดูเรื่องราวของธนาคารในอนาคตกับนวัตกรรมที่เกิดขึ้นบนมือถือ หลังจากอินเทอร์เน็ตเข้ามามีส่วนในการใช้ชีวิต บทบาทของธนาคารเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นเช่นกัน โดยธนาคารเองก็ต้องพัฒนา หรือนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเสริมให้บริการน่าสนใจมากขึ้น ขณะเดียวกันเทคโนโลยีก็ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของวงการธนาคารมากมาย มาดูกันว่าเกิดวิวัฒนาการใดขึ้นบ้างที่ทำให้สมาร์ตโฟน เป็นธนาคารได้นอกเหนือจาก ATM จะเปลี่ยนวิถีชีวิตของคนให้การเบิกถอนเงินเป็นเรื่องง่ายแล้ว การมาถึงของ Mobile Banking Application ก็ทำให้วิถีชีวิตของคนเปลี่ยนไป ปัจจุบันนี้ทั่วโลกมีผู้ใช้งาน Mobile Banking ทั่วโลก รวมทั้งสิ้น 1.2 พันล้านคน สมาร์ตโฟนกลายเป็นธนาคารบนมือถือให้กับผู้ใช้งานแทบทุกคน นับตั้งแต่ปี 2012 จนถึงปัจจุบันนี้ธนาคารไหนไม่มีแอปของตัวเองต้องพิจารณาแล้วเพราะแอปธนาคารบนมือถือฟังก์ชันสำคัญคือการโอนเงิน หรือจ่ายเงินโดยไม่ต้องพึ่งตู้เอทีเอ็ม หรือไปโอนเงินที่ธนาคารอีกต่อไป มีสถิติระบุว่า ปี 2012 ซึ่งเป็นยุคเริ่มต้นของการใช้งาน Mobile Banking ของหลายประเทศ ประเทศไทยติดอยู่ในอันดับที่ 12 โดยเฉลี่ยมีคนใช้งาน Mobile Banking 24% ส่วนอันดับหนึ่งเป็นเกาหลีใต้ตัวเลขอยู่ที่ 47%

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในธุรกิจธนาคารอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นผู้ทำวิจัยในฐานะที่เป็นบุคคลกรคนหนึ่งในสายงานของธุรกิจธนาคาร จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงเทคโนโลยีและพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อธนาคารออนไลน์ หรือที่เรียกกันว่า Application โดยเลือกศึกษาจาก Application Krung Thai Next ของธนาคารกรุงไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1 เพื่อศึกษา พฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมของ ลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต

2 เพื่อศึกษา พฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมของ ลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3 เพื่อศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำธุรกรรม ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมของ ลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต

ขอบเขตงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาถึง “พฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต โดยแบ่งการศึกษาตามปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ ออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความสะดวกสบาย ด้านความรวดเร็ว ด้านความปลอดภัย และด้านความไว้วางใจ ดังนั้นขอบเขตของการศึกษา ด้านประชากรมีรายละเอียดดังนี้

ขอบเขตของประชากร ขอบเขตของประชากรที่ใช้ในการศึกษา ครั้งนี้ ผู้ทำวิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากร เป็นกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ในธนาคารกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ไม่ทราบกลุ่มตัวอย่างที่ มาใช้บริการในธนาคารกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงกำหนดตัวอย่างโดย การใช้ตารางขนาดกลุ่มตัวอย่าง ของ Yamane(1973) ซึ่งใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึง พฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมของ ลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต
2. การวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์และพัฒนา ระบบปฏิบัติงานของ Application Krung Thai Next เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของกลุ่มลูกค้า ทั้งในปัจจุบันและอนาคตได้

ทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีและแนวคิดทางด้านประชากรศาสตร์

จากการศึกษาตัวแปรของลักษณะประชากรศาสตร์ผู้ศึกษา ได้ใช้ตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ เพื่อทำการวิจัยด้วยกันทั้งหมด 4 ด้าน ดังนี้ และได้ทำงานสรุปนิยามจากการศึกษาได้ ตามรายละเอียดดังนี้

ด้านอายุ พฤติกรรมการตัดสินใจของบุคคลย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาที่ยังมีชีวิตอยู่ แต่ละช่วงอายุจะมีพฤติกรรม การตัดสินใจในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ และบริการที่แตกต่างกัน เช่น ขณะอยู่ในวัยเด็กการตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ หรือบริโภคเกือบทั้งหมดจะอยู่ในการพิจารณา ถึงความเหมาะสมของผู้ปกครองหรือ พ่อแม่ เมื่ออยู่ในวัยรุ่นบุคคลจะมีพฤติกรรมตัดสินใจด้วยตัวเองในบางอย่าง แต่ยังคงต้องการคำปรึกษาจากผู้ใหญ่ ผู้ปกครอง หรือพ่อแม่ เมื่อเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ มีรายได้เป็นของตนเองจะมี อำนาจในการตัดสินใจมากที่สุด เนื่องจากมีความรู้ ความเข้าใจ และพฤติกรรมตามตัดสินใจซื้อ โดยใช้เหตุผลมากกว่าอารมณ์ เมื่อเข้าสู่วัยชราพฤติกรรมและอำนาจการตัดสินใจส่วนมาก จะมาจากความคิดเห็นของบุคคลอื่น เช่น ญาติพี่น้อง บุตรหลาน เป็นต้น

ด้านการศึกษา จากการศึกษาพบว่าการศึกษา ส่งผลต่อพฤติกรรมต่อการรับรู้ และความเข้าใจในการเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ๆ จะเห็นได้ว่าบุคคลที่มีการศึกษาสูงจะมีความเชื่อมั่นในการเปิดรับ ที่จะเรียนรู้ และศึกษาเทคโนโลยี มากกว่ากลุ่มบุคคลที่มีการศึกษาต่ำ เพราะขาดความเชื่อมั่นในการตัดสินใจใช้เทคโนโลยี อีกทั้งการรับรู้และความเข้าใจยังทำได้ช้ากว่ากลุ่มคนที่มีการศึกษาสูง

ด้านอาชีพ จะส่งผลให้พฤติกรรมการบริโภคหรือการตัดสินใจใช้สินค้าและบริการ ของแต่ละบุคคล จะมีลักษณะเฉพาะบางประการที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละอาชีพ เช่น ทศนคติ วิสัยทัศน์ กิจวัตรประจำวัน เวลาว่าง หรือเวลาพัก รวมถึงการรับรู้ และความเข้าใจในการรับรู้ข้อมูลที่แตกต่างกัน อาทิ อาชีพนักธุรกิจที่ต้องใช้ความคิดค่อนข้างมาก ทั้งเป็นอาชีพที่ใช้เวลาในการตัดสินใจ แก้ปัญหาต่างๆ ค่อนข้างสั้น โดยส่วนมาก การตัดสินใจหลายๆ อย่างขึ้นอยู่กับประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมา และบางครั้งต้องเดินทางไกล ทำให้เวลาว่างที่มีค่อนข้างน้อย ดังนั้นการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการตัดสินใจ หรือลดระยะเวลาการรอคอย ของแต่ละกิจกรรมที่ทำให้สั้นลง ย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มคนอาชีพนี้เป็นอย่างมาก

ด้านรายได้ จากการศึกษาพบว่า รายได้กับการศึกษามีลักษณะใกล้เคียงกับ บุคคลที่มีการศึกษาสูง มักจะมีรายได้สูง ส่วนบุคคลที่มีรายได้ปานกลาง ถึงน้อย มักจะมีการศึกษาต่ำ รายได้จะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้จ่าย และรสนิยม ความสนใจ ในการเลือกใช้สินค้าและบริการของแต่ละบุคคล ที่มีความแตกต่างกัน

ทฤษฎีและแนวคิดทางด้านความต้องการ

จากการศึกษาทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ ทำให้ทราบว่ามนุษย์มีความต้องการพื้นฐานด้วยกันทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่

ความต้องการด้านร่างกาย

ความต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ความต้องการมิตรภาพและความรัก

ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง และความภาคภูมิใจ

ความต้องการ การเห็นคุณค่าในตัวเอง

ความต้องการเหล่านี้ส่งต่อพฤติกรรม ทำให้เกิดการแสวงหา เสาะหา ให้ได้มาซึ่งสิ่งที่จะตอบสนองต่อพฤติกรรมความต้องการดังกล่าว เช่น

ด้านความสะดวกสบาย จะเห็นได้ว่ามนุษย์ต้องการความสะดวกสบายต่อการดำรงชีวิต ซึ่งเป็นความต้องการทางด้านพื้นฐานทางร่างกาย ตามทฤษฎีของมาสโลว์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงให้นิยามของความสะดวกสบายในที่นี้ คือ ความสะดวกสบายในเรื่องของ สถานที่การใช้บริการ ความยากง่ายของการใช้งาน ทั้งยังรวมถึงความหลากหลายต่อการใช้งานภายใน Application

ด้านความสะดวกรวดเร็ว หมายถึง “เวลา” ที่ใช้ในการทำกิจกรรมต่างๆ ที่ต้องแข่งขัน ต้องทำทันที มีระยะเวลาการรอคอยไม่นาน เพื่อให้กิจกรรมอื่นที่ตามมา ดำเนินการต่อไปได้อย่างราบรื่น โดยไม่ติดขัด ว่าจะเป็นการพัฒนาสินค้า หรือ การบริการ

ด้านความปลอดภัย คือ การกระทำหรือสภาพการ ทำงานอันจะทำให้ปลอดภัยจากเหตุ ซึ่งจะนำมาให้เกิดความสูญเสีย การบาดเจ็บ ความเสียหาย การเจ็บป่วย ทั้งต่อ ร่างกาย จิตใจ และทรัพย์สินอันเนื่องมาจากการ ทำงาน หรือการดำเนินการทำกิจกรรมนั้นๆ

ทฤษฎีและแนวคิดทางด้านความไว้วางใจ

จากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดจากนักวิจัยต่างๆ แล้ว ความไว้วางใจ คือ พฤติกรรมที่แสดงออกถึง ความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือ ในตัวบุคคล องค์กร สถาบัน ร้านค้าที่เรียกว่า “ผู้ให้บริการ” โดยมีความเชื่อมั่น และความคาดหวังว่าจะได้รับ จะได้รับการปฏิบัติที่แสดงออกถึงความใส่ใจ ความปลอดภัย แก่ตัว “ผู้รับบริการ” อันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจ พฤติกรรมการบอกต่อ ความถึงพฤติกรรมความภักดีดี

ความรู้เกี่ยวกับ APPLICATION KRUNGTHAI NEXT

KRUNGTHAI NEXT คือ บริการธนาคารออนไลน์บน Mobile Application ให้บริการลูกค้าทำรายการธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเองผ่านเครือข่าย Internet สามารถทำธุรกรรมทางการเงิน ได้ทุกที่ ทุกเวลา ใช้งานง่าย ทั้งเรียกดูบัญชี โอนเงิน ชำระเงิน สำหรับผู้มีบัญชีเงินฝากกับธนาคารกรุงเทพก็เสมือนทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารด้วยตนเองตลอด 24 ชม. (โดยที่ลูกค้าแทบจะไม่ต้องติดต่อสาขา)

ทฤษฎีและแนวคิดทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

ดังนั้นจากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค จะสรุปได้ว่า พฤติกรรมของผู้บริโภค คือ กระบวนการหรือ ขั้นตอนการแสวงหา สินค้าหรือบริการเพื่อให้ได้มาซึ่งการตอบสนองต่อความต้องการของแต่ละบุคคล โดยมีขั้นตอนการตัดสินใจ และพฤติกรรมดังกล่าวจะแสดงออกถึง การใช้ซ้ำ ความภักดีดี และการบอกต่อ

1. สิ่งกระตุ้น หรือความต้องการ
2. การแสวงหาความรู้
3. การตัดสินใจซื้อ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ยุวดี จรรย์นันทศักดิ์,(2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความเสี่ยงในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมทางการเงิน ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความเสี่ยงในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมทางการเงิน ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี (2) ศึกษาปัจจัยที่นำสู่โอกาสการเกิดความเสี่ยงมีผลต่อความเสี่ยงในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่ใช้หรือเคยใช้บริการอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมทางการเงินของ ลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขาอุบลราชธานีมีจำนวน 290 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบ เพียร์สัน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่นำสู่โอกาสเกิดความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ด้านมิฉฉาชีพ และด้านสถานที่ที่มีความสัมพันธ์กับความเสี่ยงในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรม ทางการเงินของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ' 0.01 ส่วนปัจจัยด้านบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับความเสี่ยงในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมทางการเงินของ ลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี ปัจจัยที่นำสู่โอกาสเกิดความเสี่ยงปัจจัยด้านสถานที่ ด้านปลอดภัย และด้านมิฉฉาชีพส่งผลต่อความเสี่ยงในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมทางการเงินของ ลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ' 0.01 และ 0.05 ส่วน ปัจจัยด้านบุคคล ไม่ส่งผลต่อความเสี่ยงในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมทางการเงินของ

ลูกค้านาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขาอุบลราชธานี

วรวิทย์ มีชัย,(2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครการค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครโดยศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาด ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่และมีบัญชีออมทรัพย์กับธนาคารพาณิชย์จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้การทดสอบ T-Test กับกลุ่มตัวอย่างที่มีสองกลุ่ม และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One way Anova ใช้การทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่าสองกลุ่มขึ้นไปถ้าพบความแตกต่างจะทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD ที่ระดับนัยยะสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุ 31 ถึง 40 ปีระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ระหว่าง 20,001 บาทถึง 40,000 บาท พบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ในระดับมาก ความจำเป็นและความต้องการในการใช้บริการมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายและบริการแรงจูงใจการตัดสินใจใช้บริการมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการบริการในการใช้บริการมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ

พรพรรณ ช่างงานเนียม,(2553) เพื่อศึกษาถึงลักษณะส่วนบุคคล และความพึงพอใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ผ่านโทรศัพท์มือถือ ของลูกคานาคารในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือใน กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ความถี่ คาร์ยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบ สมมติฐานด้วย ค่า Chi-Square (X^2) Cramer's V และ Somer's d ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย เพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ความพึงพอใจ ดานบริการ และดานระบบ ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้บริการ ประกอบด้วย ประเภทธุรกรรม ที่ใช้ประโยชน์ที่แสวงหาจากการใช้ความถี่ในการใช้บริการ และธนาคารผู้ให้บริการ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้มีการเก็บและรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ตอบโดยลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารกรุงไทยสาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต จำนวนกลุ่มตัวอย่างจากการแจกแบบสอบถามทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ผ่านสื่อออนไลน์โดยใช้ Google Form ส่งผ่าน Social ต่างๆ เช่น ระบบ Application Line, Application Facebook และการตอบโดยกระดาษแบบสอบถาม ให้ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ทำการกรอกด้วยตนเองและรวบรวมแบบสอบถาม และนำมาลงรหัส หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลและใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS ทางสถิติ สำหรับงานวิจัยการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลงานวิจัยและเพื่อให้แบบสอบถามมีความครบถ้วนครอบคลุมจึงได้สร้างแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1. ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 4 ข้อ

ส่วนที่ 2. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ Application Krung thai Next ในการทำธุรกรรม ได้แก่ ด้านความสะดวกสบาย ด้านความรวดเร็ว ด้ายความปลอดภัย ด้านความไว้วางใจ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 17 ข้อ

ส่วนที่ 3. พฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรม มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 3 ข้อและมีคำถามปลายเปิด ซึ่งถามถึงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เพิ่มเติมอีก 1 ข้อคำถาม

ใช้ระยะเวลาในการศึกษาวิจัยข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม – กรกฎาคม 2563 รวมระยะเวลาประมาณ 3 เดือน ในการศึกษางานวิจัยนี้ได้ใช้เกณฑ์การแปลค่าความหมายค่าเฉลี่ยในการศึกษานี้ใช้ลักษณะแบบสอบถามเป็นการประเมินค่า(Rating Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยครั้งนี้ผู้ทำการวิจัยได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลตามรายละเอียด ดังนี้

1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) เป็นสถิติเบื้องต้นในการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำธุรกรรม

2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

2.1 เพื่อศึกษา พฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมของ ลูกค้านาคกรกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต จำแนกตาม ด้านอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยใช้สถิติทดสอบโดยวิธี One way analysis of variance หรือ One way ANOVA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เพื่อทดสอบความแตกต่าง หากพบความแตกต่างจะใช้สถิติการทดสอบ LSD (Least Square Difference)

2.2. เพื่อศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำธุรกรรม ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมของ ลูกค้านาคกรกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต โดยใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมของ ลูกค้านาคกรกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อเรื่อง พฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมของ ลูกค้านาคกรกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการ มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณาโดยเรียงลำดับ พบว่าการใช้ด้านความไว้วางใจมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือด้านความสะดวกสบาย ด้านความปลอดภัย และด้านความรวดเร็ว ตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมของ ลูกค้านาคกรกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพและรายได้ สามารถสรุปได้ว่า ลูกค้านาคกรกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ที่มีอายุ ต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรม ไม่แตกต่างกัน และลูกค้าที่มี การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรม การใช้ Application Krung Thai Next

ในการทำธุรกรรมที่แตกต่างกัน

3. ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำธุรกรรม ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมของ ลูกค้านักวิชาการกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 ความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว และความ มีผลต่อพฤติกรรมการ ใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมของ ลูกค้านักวิชาการกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

3.2 ความไว้วางใจ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการ ทำธุรกรรมของ ลูกค้านักวิชาการกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อภิปรายผล

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมของ ลูกค้านักวิชาการกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในส่วนของ

1. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำธุรกรรม ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมของ ลูกค้านักวิชาการกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิตโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

1.1 ด้านความสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากที่สุด โดยลูกค้านักวิชาการกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิตส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ความสะดวกสบายนั้นมีส่วนช่วยสนับสนุนพฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ The Theory of Human Motivation, (Abraham Maslow) ที่กล่าวไว้ว่ามนุษย์มีความต้องการด้านร่างกาย (physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน ได้แก่ ความต้องการอาหาร น้ำดื่ม อากาศ การพักผ่อน ความต้องการความสะดวกสบาย ความต้องการความอบอุ่น ต้องการขจัดความเจ็บป่วย และต้องการรักษาความสมดุลของร่างกาย ทุกคนต้องการสิ่งเหล่านี้เหมือนกัน อาจแตกต่างกันเป็นรายบุคคล ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเพศ วัย และสถานการณ์ และสอดคล้องกับแนวคิดของ เดชวุฒิ พสุธาตระกูล,(2557) ความต้องการของมนุษย์เป็นเครื่องกระตุ้นและแรงผลักดันให้มนุษย์แสดงพฤติกรรม อย่างใดอย่างหนึ่งออกมาใน อันที่จะปฏิบัติงานให้สำเร็จบนพื้นฐานความเชื่อหรือสมมุติฐานว่า มนุษย์มีความต้องการ

1.2 ด้านความรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก โดยลูกค้านักวิชาการกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ระบบปฏิบัติงานของ Application Krung Next มีการตอบสนองต่อการใช้งานอย่างรวดเร็ว และมีการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการใช้งาน Application Krung Next ได้ไว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนันต์ตรี ชนะสมุทฺร,(2549 อ้างใน พนมกณาวงศ์ เจษฎาสุขทวี,2558) ที่กล่าวไว้ว่า บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ต้องการความสะดวกรวดเร็วการได้รับข้อ มูลครั้งแรกในการเลือกใช้ บริการ จากพนักงานธนาคาร ประเภทของบริการที่ใช้ในปัจจุบันมากที่สุด คือ บริการสอบถาม ยอดเงินในบัญชี และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีนประภา พันธุ์ไชย,(2556 อ้างอิงใน ชัชฎาภรณ์ เดชาเสถียร ,2557) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ของลูกค้านักวิชาการกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า การให้บริการในเรื่องการทำธุรกรรมผ่าน KTB Online มีความรวดเร็ว โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วย ในด้านการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคล

1.3 ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด โดยลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิตส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ความปลอดภัยในการทำธุรกรรมผ่าน Application Krung Next มีส่วนช่วยให้เกิดพฤติกรรมในใช้ Application Krung Next ในการทำธุรกรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุชาติพิทย์ รองสวัสดิ์(2554) กล่าวไว้ว่าความผิดพลาดในระบบ (System Error) อาจเกิดจากการออกแบบไม่ เหมาะสมซึ่งเนื่องมาจากนโยบายที่ไม่เหมาะสมของหน่วยงาน เช่น การ ประหยัด การเลือกใช้ เทคโนโลยีการบำรุงรักษา หรือเกิดจากความล้มเหลวในการออกแบบที่ไม่ถูกต้อง อาจ ทำให้เกิดความกังวลใจ และสอดคล้องกับ The Theory of Human Motivation, (Abraham Maslow) ที่ กล่าวว่า ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (safety needs) เมื่อได้รับความพึงพอใจทางด้านร่างกายแล้ว มนุษย์จะพัฒนาไปสู่ความต้องการขั้นที่สองคือ ความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย และสอดคล้องกับแนวคิดของ คือ ลูกค้าต้องการความปลอดภัยในทุกขั้นตอนของการทำธุรกรรม โดยมีความมั่นใจว่าทุกครั้งในการทำธุรกรรมด้วย Application จะได้รับความปลอดภัยต่อทรัพย์สิน

1.4 ด้านความไว้วางใจ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สามารถไว้วางธนาคารกรุงไทยซึ่งเป็นผู้ ให้บริการ Application Krung Next ได้ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Doney & Cannon, (1997 อ้างใน ลลิตา ขวัญเมือง,2559) ความไว้วางใจเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการในการซื้อสินค้า เพื่อเพิ่มความ มั่นใจในการ ซื้อขายสินค้าหรือการทำธุรกรรมร่วมกัน โดยผู้ให้บริการจะดำเนินการที่สอดคล้องหรือ ตรงตามความ ต้องการของลูกค้าหรือผู้ใช้งาน คือ ลูกค้าไว้วางใจธนาคารกรุงไทยซึ่งเป็นผู้ให้บริการของ Application Krung Thai Next จึงส่งผลต่อพฤติกรรมในใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมของ ลูกค้า ธนาคารกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต และสอดคล้องกับแนวคิด Kim,(2008 อ้างใน รัชมีลภัส วรรณชานกุล,2558) อธิบายว่า ความไว้วางใจ (Trust) จะถูกเชื่อมโยงเข้ากับความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) กล่าวคือ หากผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจ และความเชื่อมั่นต่อผู้ขายสินค้าหรือ บริการออนไลน์ในระดับสูง จะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจซื้อสินค้า หรือบริการผ่านช่องทาง ออนไลน์ที่ สูงขึ้นตามไปด้วย คือ ลูกค้าที่เกิดความไว้วางใจต่อตัวผู้ให้บริการ จะมีแนวโน้มในระดับสูงมากที่ส่งผลให้เกิด พฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรม

2. ผลการเปรียบเทียบ พฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมของ ลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตาม อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ สามารถสรุปได้ว่า ลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีพฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการ ทำธุรกรรม สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการ ใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมไม่แตกต่างกัน ทั้งการที่ลูกค้าที่มีช่วงอายุที่ แตกต่างกันนั้นจะมีพฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมที่เหมือนกันและ คล้ายคลึงกัน จะเห็นได้ว่าช่วงอายุที่ต่างกันไม่ได้เป็นตัวกำหนดว่า ต้องมีพฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมที่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะว่า ปัจจุบันเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าไป มาก ผู้คนทั่วโลกให้ความสนใจและหันมาศึกษา เรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่จะทำให้การใช้ชีวิตเป็นเรื่องที่ง่าย และสะดวกสบายขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิชาติ เทศสวัสดิ์วงศ์,(2553) ที่ศึกษาในเรื่อง ทศนคติ และพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่าผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือทั้ง 4 ด้าน ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ระยะเวลาที่เคยใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการต่อเนื่อง วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ และ

พฤติกรรมการใช้บริการ แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวรรณ เสรีรัฐ,(2538 อ้างใน ภัทรดนัย พิริยะชน ภัทร 2558) ซึ่งกล่าวว่า อายุของกลุ่มผู้บริโภคซึ่งมีความสำคัญต่อการบริโภคสินค้าหรือบริการที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันจึงใช้ประโยชน์จากอายุเพื่อเป็นตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน

2.2 ลูกค้ายานาการกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ที่มีการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจาก การระดับศึกษาอาจทำให้เกิดการรับรู้และการเข้าใจในการทำธุรกรรมที่ซับซ้อนภายใน Application จึงส่งผลให้พฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรม ของลูกค้ายานาการกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต แตกต่างกันสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนม์ณิชา ภักดิ์ใจดี,(2557 อ้างใน สุรีย์พร เหมือนหลัง,2558) การศึกษาเป็นปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมกรุงไทย ใช้บริการ K-Mobile Banking ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการ ทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เมื่อมีการศึกษาในระดับสูงขึ้นจะมีความถี่ในการชำระบัตรเครดิต ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้น และยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของ เกศปรียา แก้วแสนเมือง,(2558) ที่ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมกรุงไทยใช้และ ความพึงพอใจจาก แอปพลิเคชันไลน์ (Line) ของผู้ที่อยู่ในกลุ่มอายุ 25-45 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า การศึกษาหรือความรู้เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกันในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกันและในสาขาวิชาที่ต่างกันย่อมมีความรู้สึกรู้จักคิด มีอุดมการณ์และมีความต้องการที่แตกต่างกันไป โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักมีพฤติกรรมใช้เทคโนโลยีมากกว่าคนที่มีความรู้ต่ำ และคนที่มีการศึกษาสูงจะมีความรู้กว้างขวางเข้าใจศัพท์ได้ดีกว่า ในขณะที่คนมีการศึกษาต่ำส่วนมากมีพฤติกรรมกรุงไทยเลือกใช้การสื่อสารแบบทางเดียว

2.3 ลูกค้ายานาการกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมกรุงไทยใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเกิดจากความจำเป็นในการใช้งาน และเวลาที่สามารรถเดินทางมาทำธุรกรรมด้วยตัวเอง หรือทัศนคติ การรับรู้ที่ต่างกัน จึงส่งผลต่อพฤติกรรมกรุงไทยใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศปรียา แก้วแสนเมือง,(2558) เรื่อง พฤติกรรมกรุงไทยใช้และ ความพึงพอใจจากแอปพลิเคชันไลน์ (Line) ของผู้ที่อยู่ในกลุ่มอายุ 25-45 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครที่กล่าวว่า คนที่มีอาชีพแตกต่างกัน ย่อมทำให้เกิด แนวคิด อุดมการณ์ การมองโลกที่ต่างกัน อาทิ คนทำงานธุรกิจเอกชนอาจคำนึงถึงปัจจัยด้านรายได้ และสถานภาพทางสังคมมากกว่าคนที่รับราชการ เป็นต้น และยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของ วรางรัตน์ ชันค่า ,(2553 อ้างใน สุรีย์พร เหมือนหลัง,2558) ที่ศึกษาเรื่องการรับรู้ความเสี่ยงและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ต พบว่า อาชีพที่ต่างกันมีผลต่อการรับรู้ความเสี่ยงของ ธนาคารบนอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน

2.4 ลูกค้ายานาการกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ที่มีรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมกรุงไทยใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้ที่มีรายได้สูงจะมีการทำธุรกรรมทางการเงินมากกว่า ผู้ที่มีรายได้ต่ำ จึงส่งผลต่อพฤติกรรมกรุงไทยใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ งานวิจัยของ จุไรพร วงษ์เรียนรอด ,(2553 อ้างใน สุรีย์พร เหมือนหลัง,2558) ที่ได้ทำการ ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการทาง โทรศัพท์มือถือของลูกค้ายานาการกรุงไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับ ช่วงเวลาการใช้บริการที่แตกต่างกัน บุคคลที่มีรายได้สูงมีการทำธุรกรรมทำธนาคารมากกว่าบุคคลที่มี และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เกศปรียา แก้วแสนเมือง, (2558) ที่กล่าวว่า รายได้ มีบทบาทใกล้เคียงกับการศึกษาโดยเฉลี่ยแล้วคนที่

การศึกษาน้อยมักจะมีรายได้น้อยถึงปานกลาง รายได้เป็นตัวกำหนดความต้องการ ความคิดเห็นและพฤติกรรมของคน ดังนั้นคนที่มีรายได้สูงมักนิยมเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ๆ และนิยมข่าวสารที่มีเนื้อหาค่อนข้างหนัก ผู้ที่มีฐานะดีและการศึกษาสูงจะเป็นกลุ่มคนที่ได้รับข่าวสารและมีการเรียนรู้ค่อนข้างมาก ในขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาน้อยและรายได้ต่ำ มักจะมีทักษะการอ่านและการการเรียนรู้ที่น้อย จึงไม่นิยมที่จะใช้สื่อที่มีความซับซ้อนและยากต่อการเข้าใจ

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัย เพื่อนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาปรับปรุง Application Krung Thai Next เพื่อส่งเสริมให้ลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีพฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมเพิ่มมากขึ้น ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล

อายุ

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า อายุที่แตกต่างกันของพนักงาน ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมไม่แตกต่างกัน โดยลูกค้าที่มีอายุมาก หรือน้อยไม่ส่งผลกระทบต่อการทำธุรกรรมทาง Application ดังนั้นขั้นตอนการใช้งานของ Application จึงไม่ควรมีความซับซ้อน มากจนเกินไป

การศึกษา

ในส่วนของการศึกษา พบว่า การศึกษามีส่วนช่วยทำให้เกิด พฤติกรรมการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมทางการเงิน เนื่องจากผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูงมักมีความรู้ความเข้าใจ ในการศึกษาข้อมูลและมีการเปิดใจรับเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่เสมอ มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ ซึ่งยังต้องการความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยี ทั้งยังมีความหวั่นไหวและวิตกกังวล ควรหาคู่มีคำแนะนำการใช้งานหรือช่วยเหลือแบบสั้น เพื่อให้ง่ายต่อการศึกษา

อาชีพ

อาชีพเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งเสริมพฤติกรรมการใช้งาน Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรม เนื่องจากลูกค้าที่มีอาชีพอยู่ในกลุ่มเดียวกันมักมีทัศนคติที่ใกล้เคียงกัน ดังนั้นรูปแบบการใช้งานภายใน Application Krung Thai Next จึงจำเป็นต้องมีฟังก์ชันให้หลากหลายเพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่มได้

รายได้

จากการศึกษาพบว่ารายได้มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรม และจะให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการทำธุรกรรมเป็นอย่างมาก ดังนั้น Application ควรจะมีมาตรการทางด้านความปลอดภัยที่เข้มงวด เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้าในการทำธุรกรรม

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรม

ด้านความสะดวกสบาย

ในส่วนของปัจจัยด้านความสะดวกสบาย พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับเรื่องการใช้งานได้ทุกสถานที่ โดยไม่ต้องเดินทางมาทำธุรกรรมด้วยตัวเองที่ธนาคาร และการทำธุรกรรมแต่ละครั้งยังไม่ซับซ้อน และใช้เวลาในการทำงานนานจนเกินไป

ด้านความรวดเร็ว

ในด้านความสะดวกรวดเร็ว พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่องของการทำธุรกรรมได้ตลอด 24 ชั่วโมง แต่สิ่งที่ต้องการปรับแก้ไขคือช่วงเวลา ในการแก้ไขปัญหาเวลาเกิดการขัดข้องของระบบ ควรมีการแก้ไขปัญหาให้รวดเร็วและทันท่วงทีกว่าเดิม จึงจะเป็นการช่วยส่งเสริมพฤติกรรมการใช้ Application

ด้านความปลอดภัย

ในด้านความปลอดภัย พบว่า ระบบการเข้าใช้งานของ Application เป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด นอกจากนั้นสิ่งที่ควรปรับปรุงเป็นเรื่องของการปรับลด เพิ่มวงเงินในการทำธุรกรรมแต่ละครั้งควรเปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถทำได้ด้วยตัวเอง เช่น ลูกค้าสามารถเพิ่มวงเงินฉุกเฉินในการทำธุรกรรมต่อครั้งได้ด้วยตัวเอง ซึ่งต้องมีระบบการใช้งานที่รัดกุม

ด้านความไว้วางใจ

ในด้านความไว้วางใจพบว่า ลูกค้ามีความไว้วางใจในธนาคารกรุงไทยซึ่งเป็นผู้ให้บริการ Application Krung Thai Next มากที่สุด ดังนั้น ทางธนาคารกรุงไทยซึ่งเป็นผู้ให้บริการความจะรักษาระดับมาตรฐานการให้บริการ การพัฒนาระบบรวมถึงการแก้ปัญหาในการใช้บริการให้อยู่ในมาตรฐานที่ดี ให้เป็นที่ยอมรับจากผู้ให้บริการ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม เช่น ทักษะคิด และความคาดหวัง และความพึงพอใจในใช้ Application Krung Thai Next
2. ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีประโยชน์ในการใช้เป็นแนวทาง ในการพัฒนาระบบของ Application Krung Thai Next เพื่อส่งเสริมให้เกิดการใช้งาน Application Krung Thai Next ในการทำธุรกรรมมากขึ้น
3. การศึกษาครั้งนี้ ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มประชากรที่เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย สาขา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต เท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการขยายขอบเขตของการศึกษาให้กว้างขึ้น เพื่อให้ทราบความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารกรุงไทยในภาคส่วนอื่น ๆ ด้วย ซึ่งอาจจะมี ความแตกต่างกันออกไปในแต่ละพื้นที่

เอกสารอ้างอิง

- เกศปรียา แก้วแสนเมือง,(2558) พฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจจากแอปพลิเคชันไลน์ (Line) ของผู้ที่อยู่ในกลุ่มอายุ 25-45 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร, การค้นคว้าอิสระ วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- พรพรรณ ชางาเนียม,(2553) ลักษณะบุคคล ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของลูกค้าธนาคารในกรุงเทพมหานคร, การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ภัทรดนัย พิริยะชนภัทร,(2558) การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยด้านเว็บไซต์พระ เครื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหรือประมวลพระเครื่องออนไลน์, การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ยุวดี จริยานันทศักดิ์,(2558) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเสี่ยงในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมทางการเงิน ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย
- รัศมีลภัส วรเดชนันกุล,(2558) ความไว้วางใจ การสื่อสารแบบปากต่อปากเชิงบวก และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่มีผลต่อ ความตั้งใจซื้อแพ็คเกจทัวร์ผ่านเว็บไซต์ท่องเที่ยวของผู้บริโภคในจังหวัดระยอง, การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ลลิตา ขวัญเมือง,(2559) การสร้างความเชื่อมั่นและการทำธุรกรรมผ่าน กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง,งานวิจัย สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วรวิมล มีชัย,(2555) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร,การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- สุรีย์พร เหมือนหลิ่ง,(2558) ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล, การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์