

พฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขต

กรุงเทพมหานคร

THE USAGE BEHAVIOR APPLICATION THANACHART CONNECT OF
PEOPLE IN BANGKOK

ธนุตรา สุทธเศียร

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Thanutra Sutthasian

Email: 6114060111@rumail.ru.ac.th

Finance and Banking, Faculty of Business Administration Ramkhamhaeng University

Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking, Ramkhamhaeng

University Thailand Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1.) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร 2.) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ 3.) เพื่อศึกษาปัจจัยเกี่ยวกับรูปแบบบริการ ประเภทและลักษณะการให้บริการ ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ คนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนเก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม หลังจากได้แบบสอบถามครบทั้งหมดจึงนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์คำนวณผล โดยการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS หาค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่(Frequency), ร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

(Standard Deviation) ในการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect โดยรวมไม่ต่างกัน ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร คือ ด้านรูปแบบการให้บริการ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร และด้านประเภทและลักษณะการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความปลอดภัย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ : พฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ; คนในเขตกรุงเทพมหานคร

ABSTRACT

The objectives of the study are 1.) To study the usage behavior of Thanachart Connect application of people in Bangkok 2.) To study the usage behavior of Thanachart Connect application of people in Bangkok classified by ages, educations, occupations and monthly income 3.) To study factors; user interface, types of service, reliability, security that affect to usage behavior of Thanachart Connect application of people in Bangkok

The samples used in this research were 400 people in Bangkok using questionnaires as a tool to collect data. And analyze the results by processing from the SPSS program. Statistics in data analysis consists of frequency, percentage, mean and standard deviation, one-way variance statistics (One-way ANOVA and multiple regression analysis (MRA).

The hypothesis testing found that the people in Bangkok with different ages, gender, education and monthly income making no difference of the usage behavior of Thanachart Connect application.

KEYWORD : The usage behavior of Thanachart Connect application ; people in Bangkok

บทนำ

ในปี พ.ศ. 2553 ได้เกิดแอปพลิเคชัน Mobile Banking ครั้งแรกบนโลกยุคที่สมาร์ตโฟนเริ่มแบ่งบานเริ่มมีผู้พัฒนา App Mobile banking ที่เข้ามาช่วยทดแทน sms banking ที่จากเดิมทำได้แค่แจ้งเตือนเงินเข้า เงินออก และทำรายการง่ายๆ กลายมาเป็นการพัฒนาแอปพลิเคชันที่ทำรายการต่างๆ ได้มากขึ้นผ่านอินเทอร์เน็ตที่ทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง และหลายๆธนาคารในไทยก็พัฒนา App Mobile banking ในช่วงนั้น

ในช่วงกลาง พ.ศ. ๒๕๕๕ นอกจากการทำธุรกรรมต่างๆ ที่ธนาคารแล้ว ปัจจุบันสามารถใช้บริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้ ทำให้ได้รับความสะดวกมากขึ้น Mobile Banking จึงเป็นตัวช่วยสำคัญแห่งยุคดิจิทัลที่เข้ามาอำนวยความสะดวกให้การทำธุรกรรมทางการเงิน เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลา และนำมาซึ่งความเปลี่ยนแปลงทางสังคม พฤติกรรมผู้บริโภค และเศรษฐกิจโลก จากแต่ก่อนเวลาจะไปเบิกฝาก ถอน โอนเงิน ต้องเดินทางไปสาขาธนาคาร ยืนรอคิว และมีช่วงเวลาเปิดให้บริการและมาสะดวกยิ่งขึ้นเมื่อมีอินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง พัฒนาเรื่อยมาจนปัจจุบันยุคดิจิทัลที่วันนี้ทุกสารพัดเรื่องเงินทองทำได้ง่าย ๆ ไปได้บน Smart Phone ที่เรียกกันว่า “Mobile Banking”

ปัจจุบัน Mobile Banking ไม่ได้เป็นเพียงแอปพลิเคชันที่ทำธุรกรรมทางการเงินเท่านั้น แต่เป็นไลฟ์สไตล์ แพลตฟอร์มที่สามารถตอบสนองต่อ พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคดิจิทัลได้ เห็นได้จากการเพิ่มช่องทางอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มากกว่าการให้บริการทางการเงิน เช่น การชำระค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าโทรศัพท์ หรือการมีแพลตฟอร์มช้อปปิ้งออนไลน์ขนาดย่อม รวมทั้งพัฒนาฟิเจอร์ เพื่อเป็นตัวช่วยในการทำธุรกิจของผู้ประกอบการ e-commerce

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจธนาคารสามารถพัฒนาระบบและผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการได้มากขึ้นในสังคมยุคดิจิทัลในปัจจุบันนี้และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในกลุ่มธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้
3. เพื่อศึกษาปัจจัยเกี่ยวกับรูปแบบบริการ ประเภทและลักษณะการให้บริการ ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาในครั้งนี้มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ ตัวแปรอิสระ 4 ตัว ได้แก่ รูปแบบการให้บริการ, ประเภทและลักษณะการให้บริการ, ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย ตัวแปรตามของการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ พฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ด้านความถี่ในการใช้งาน

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้งาน Application Thanachart Connect กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการเปิดตารางคำนวณด้วยสูตรทาโร ยามาเน (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ร้อยละ 5 Yamane (1973) จากประชากรที่ไม่ทราบแน่นอน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ศึกษาวิจัยครั้งนี้ในช่วงระหว่างเดือน พฤษภาคม 63 – กรกฎาคม 63

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connectของคนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาให้ดีขึ้นของแต่ละด้านที่ผู้วิจัยได้ศึกษา

ทบทวนวรรณกรรม

(ณภัทร อติคุณธนนิน (2560) ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ความสะดวกในการใช้คือความสามารถในตนเอง และอำนวยความสะดวกเงื่อนไข การรับรู้ความสามารถของตนเองหมายถึงความเชื่อว่า บุคคลมีความสามารถในการดำเนินการตามพฤติกรรมที่เฉพาะเจาะจงกับไอที

Yadav, Chauhan and Pathak (2015) ให้ความหมายว่า การใช้งานจริงเกี่ยวกับเทคโนโลยีทางอิเล็กทรอนิกส์ไม่ว่าเป็นรูปแบบที่ใช้บ่อยที่สุด ความถี่ในการใช้ต่อวัน ช่วงเวลาที่ ใช้ ระยะเวลาที่ใช้ต่อวัน ใช้เพื่อวัตถุประสงค์ใดมากที่สุด คุณสมบัติที่ชอบมากที่สุด และแหล่งหรือสื่อที่ทำให้สนใจที่จะใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์

Engel Kollat and Blackwell (1968, p. 3) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรม ผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การกระทำต่างๆ ของบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับ การจัดหาให้ได้มาซึ่งการบริโภค การใช้สินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและหลังการกระทำดังกล่าวด้วย

(สุนันทา หลบภัย (2559)) กล่าวว่า ผู้ใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสาร เคลื่อนที่ให้ความสำคัญกับความไว้วางใจ ที่ผู้ให้บริการสามารถสร้างความเชื่อมั่นถึงการให้บริการที่มีความปลอดภัย ซึ่งหากผู้ให้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ที่มีความไว้วางใจจะมีการ เลือกใช้ระบบนั้น และเกิดเป็นความตั้งใจใช้งานในที่สุด

(สื่อพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, 2556) อ่างใน (ปวีตรา สอนดี (2560)จากผลการสำรวจของนิลสัน พบว่า กลุ่มอายุ 25-39 เป็นกลุ่มหลักที่มีการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์มากที่สุด โดยมีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้น โดยกลุ่มรองลงมาคือกลุ่มผู้สูงอายุ 40 ปีขึ้นไป นอกจากนี้พฤติกรรมของกลุ่มผู้สูงอายุยังมีความน่าสนใจโดยที่ผู้สูงอายุเหล่านี้มีเงินสำหรับใช้จ่าย ฟุ่มเฟือยและใช้จ่ายเฉลี่ยแล้วมากกว่าคนวัยอื่น ๆ ในสินค้าเกือบทุกรายการ เช่น อาหารสำเร็จรูป ของตกแต่งบ้าน บ้านเทจ ของใช้ส่วนตัว ของชำระ และสินค้าสุขภาพ เป็นต้น

(Schierz, Schilke & Wirtz, 2009) ปัจจัยการรับรู้ถึงความปลอดภัยมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ชำระเงินออนไลน์ผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ เนื่องจากการซื้อสินค้าและบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต นั้น ผู้บริโภคจำเป็นต้องมีการรับรู้ถึงความปลอดภัย (Perceived Security) ในการใช้บริการ โดยเฉพาะเมื่อเป็นการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ที่มีความเกี่ยวข้องกับความปลอดภัย ของข้อมูลส่วนตัว ความเป็นส่วนตัว และข้อมูลการทำธุรกรรม

(Fox, 1974) ความไว้วางใจ เป็นความจริงที่มีคนจำนวนหนึ่งได้เกิดความเชื่อมั่น โดยคนจำนวนนั้นได้มีส่วนร่วม ในการแลกเปลี่ยนในความซื่อสัตย์ จริจใจ เชื่อถือ โดยที่มีความใกล้ชิดสัมพันธ์กันกับกรอบแนวความคิดทางการตลาดที่ศึกษาเรื่องบุคลิกภาพและจิตวิทยา

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเป็นการสำรวจวิจัย (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการสรุปผลประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้ธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน Thanachart Connect ไม่ทราบประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการเปิดตารางคำนวณด้วยสูตรทาโร ยามาเน (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ร้อยละ 5 Yamane (1973) ไม่ทราบประชากรที่แน่นอน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล เป็นคำถามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ ด้านอาชีพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านระดับการศึกษา มีจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ Application Thanchart Connect ของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับ ความถี่การเข้าใช้บริการ ธุรกิจทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน มีจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 3 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะ ประเมินค่าความคิดเห็น 5 ระดับ (Rating Scale)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Thanchart Connect ของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับ รูปแบบการให้บริการ ประเภทและลักษณะการให้บริการ ความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ มีจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 25 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะประเมินค่าความคิดเห็น 5 ระดับ (Rating Scale)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

- 1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) ในการอธิบายตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล
- 1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการอธิบายตัวแปรอิสระ ได้แก่ รูปแบบการให้บริการ, ประเภทและลักษณะการให้บริการ, ความน่าเชื่อถือ, ความปลอดภัยและพฤติกรรมการใช้ Application Thanchart Connect ของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- 2.1 คนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเนื่อง ทำให้มีพฤติกรรมการใช้ Application Thanchart Connect ของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ต่างกันจึงวิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD
- 2.2 รูปแบบการให้บริการ, ประเภทและลักษณะการให้บริการ, ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Thanchart Connect ของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์โดยใช้สถิติถดถอย (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้ Application Thanchart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม เมื่อพิจารณาแล้วมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
2. ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้ Application Thanchart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้
 - 2.1 คนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้ Application Thanchart Connect โดยรวมไม่ต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานครสามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยที่เกี่ยวกับรูปแบบการให้บริการ , ประเภทและลักษณะการให้บริการ , ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานครสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาผลการวิจัยพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานครโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณา พบว่า ความถี่ในการใช้งานอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การให้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application เป็นช่องทางที่สามารถลดข้อจำกัดในเรื่องของเวลาและสถานที่ เพราะสามารถให้บริการ ได้ทุกที่ ทุกเวลา มีความถี่ในการทำธุรกรรมมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิด ของ Pavlou (2003) ; Chircu and Kauffman (2000) ที่นำเสนอว่าการทำธุรกรรมสามารถลดการเสียเวลาตรวจสอบรายละเอียด หากลูกค้ามีความไว้วางใจยิ่งมากเท่าใดยิ่งจะลดต้นทุนธุรกรรม เวลา และความพยายามลดลง ท้ายที่สุดทำให้เกิดประสบการณ์ที่ดีในมุมมองของผู้ใช้บริการและสอดคล้องกับงานวิจัยของ Venkatesh et al (2012) ที่พบว่าในบางครั้งการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานโมบายแบงก์ก็จะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการกระตุ้นให้เกิดความตั้งใจในการใช้บริการรวมทั้งการเพิ่มบริการที่ครอบคลุมความต้องการของผู้ใช้งานซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้ผู้ใช้ใช้บริการชำระเงินผ่านระบบเพิ่มมากขึ้น

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 คนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ ต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect โดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า พฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ไม่ว่าจะอายุเท่าไร มีพฤติกรรมการใช้ โดยรวมไม่ต่างกัน ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ (ปวีตรา สอนดี (2560) จากหนังสือฐานเศรษฐกิจ (2556)) ซึ่งจากผลการสำรวจของนิลสัน พบว่า กลุ่มอายุ 25-39 เป็นกลุ่มหลักที่มีการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์มากที่สุด โดยมีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้น โดย กลุ่มรองลงมาคือกลุ่มผู้สูงอายุ 40 ปีขึ้นไป นอกจากนี้พฤติกรรมของกลุ่มผู้สูงอายุยังมีความน่าสนใจโดยที่ผู้สูงอายุเหล่านี้มีเงินสำหรับใช้จ่าย ฟุ่มเฟือยและใช้จ่ายเฉลี่ยแล้วมากกว่าคนวัยอื่น ๆ ในสินค้าเกือบทุกรายการ เช่น อาหาร บันเทิง ของใช้ส่วนตัวและสินค้าสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของ(พุทธวรรณ แก้วเกตุ, 2556) อ้างในเฉลิมพงษ์ ลินลา (2562) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แบ่ง

ประเภทของการใช้งานว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ ยังเป็นพื้นที่ในการให้ตนเองได้แสดงตัวตน แสดงความชื่นชอบในสิ่งที่เหมือนกัน ค้นหาความรู้ร่วมกัน

2.2 คนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect โดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า พฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ไม่ว่าจะอยู่ในระดับการศึกษาใดมีพฤติกรรมการใช้โดยรวมไม่ต่างกัน ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิด Stavins (2002) พบว่า การเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงิน แบบอิเล็กทรอนิกส์แต่ละชนิดของผู้บริโภค ได้แก่ เอทีเอ็ม, การฝากเงินโดยตรง, การชำระเงินโดยตรง, บัตรเครดิต, บัตรเดบิต, การโอนเงินอิเล็กทรอนิกส์, และinternet banking ส่วนมากปรับเปลี่ยนตามระดับการศึกษาแต่ไม่มีรูปแบบปัจจัยกระทบที่แน่นอนตายตัว ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ (สิริสุตา รอดทอง (2556) ศึกษาเรื่องความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มสมาร์ตโฟนระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่ เป็นไปตามสมมติฐาน ทั้งนี้ ตลาดแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือในประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่องและเป็นโอกาสของนักพัฒนาแอปพลิเคชันและคอนเทนต์ที่มีความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ สามารถออกแบบแอปพลิเคชันเพื่อรองรับความต้องการการใช้งานของกลุ่มคนในยุคปัจจุบันที่มีความต้องการที่หลากหลาย ยังผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว และแพร่หลายผ่านแอปพลิเคชัน ดังนั้น ระดับการศึกษา จึงไม่มีผลต่อความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชัน

2.3 คนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพ ต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect โดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า พฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ไม่ว่าจะอาชีพใดๆ มีพฤติกรรมการใช้ โดยรวมไม่ต่างกัน ทั้งนี้ไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ(Kotler & Keller, 2009, p.255) อังใน(เกศวิฑู ทิพยศ (2557)) คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมีแนวคิด ค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ แตกต่างกัน เช่น นักบัญชีจะยึดถือความถูกต้อง กฎระเบียบ ความเป็นจริง ในขณะที่นักการตลาดจะ คิดถึงโอกาส การคิดนอกกรอบ เพื่อให้ขายสินค้าให้ได้มากที่สุด การยอมรับของคน 2 กลุ่มนี้ก็จะแตกต่างกันออกไป ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ หทัยกาญจน์ วรธนสิทธิโชค (2551) วิจัยเรื่องการยอมรับบริการซื้อขายกองทุนรวม ทางอินเทอร์เน็ตของผู้ลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท และเคยใช้บริการซื้อขายกองทุนรวมทางอินเทอร์เน็ต มีการยอมรับบริการในภาพรวมและขึ้นเกิดความสนใจต่างกัน ความสามารถและทักษะรวมทั้งคุณลักษณะของนวัตกรรมมีผลต่อกระบวนการยอมรับบริการซื้อขายกองทุนรวมทางอินเทอร์เน็ต

2.4 คนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ ต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect โดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า พฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ไม่ว่าจะรายได้เฉลี่ยเท่าไร มีพฤติกรรมการใช้โดยรวมไม่ต่างกัน ทั้งนี้ไม่สอดคล้องกับแนวคิด อุดุลย์ จาตุรงค์กุล(2545) ที่ กล่าวว่ารายได้เป็นสิ่งสำคัญ เพราะแบบแผนการใช้จ่ายขึ้นอยู่กับรายได้ที่คนได้รับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ภัทรา มหามงคล (2554)) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ

3. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานครสามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยที่เกี่ยวกับรูปแบบการให้บริการมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า การพัฒนาออกแบบแอปพลิเคชันที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้บริการง่ายต่อการใช้งานและเกิดความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิด(Kraljic & Pestek, 2016) ทำให้สถาบันทางการเงินรวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ควรหาปัจจัยที่จะมาเป็นแนวทางเพื่อช่วยรักษาระดับ การตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มาใช้งานจริง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Venkatesh et al (2012) ที่พบว่าในบางครั้งการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน โฆษณาแบบกึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการกระตุ้นให้เกิดความตั้งใจในการใช้บริการของผู้ใช้บริการ

3.2 ปัจจัยที่เกี่ยวกับประเภทและลักษณะการให้บริการมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรจะมีประเภทและลักษณะบริการใหม่ๆที่หลากหลายเพื่อรองรับความต้องการในการใช้บริการของผู้ใช้บริการในสังคมปัจจุบัน ให้เหมาะสมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่เนื่องจากธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดความรวดเร็ว และสะดวกสบายในการทำธุรกรรมมากขึ้นและประหยัดทรัพยากร ทั้งนี้สอดคล้อง/ไม่สอดคล้องกับแนวคิด ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538, น. 335-345) ได้ให้ความหมายคำว่านวัตกรรม (Innovation) คือ กระบวนการที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และเปลี่ยนแปลงความคิดนั้น เป็นผลิตภัณฑ์ บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2543, น. 35) ที่กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบไปด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมี อรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาลูกค้าจึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

3.3 ปัจจัยที่เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า การให้บริการทางการเงินที่ครบและครอบคลุม สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ต้องมีความน่าเชื่อถือทั้งในด้านภาพลักษณ์ ด้านชื่อเสียง เพื่อก่อให้เกิดความเชื่อมั่น รวมถึงการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม โปร่งใส ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Ndubisi (2007) พบว่า ความไว้วางใจเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการสร้างความภักดี และมีความสัมพันธ์ ในเชิงบวกกันระหว่าง ความไว้วางใจและ ความภักดี ของลูกค้า ในการสร้าง ความมั่นใจของลูกค้า และการส่งมอบ คุณภาพการบริการนำไปสู่องค์กรที่ ส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นความไว้วางใจของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถวรรณ เรืองรองกนิ (2557), ความรู้ความเข้าใจและความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความภักดีในการเลือกใช้บริการ Netbank ของลูกค้าธนาคารกรุงไทยในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า

ธนาคารควรสนับสนุนการสร้างความเชื่อมั่นในด้านความซื่อสัตย์สุจริตในเรื่องการทำให้ลูกค้าเกิดประสบการณ์การใช้บริการธนาคารควรสนับสนุนการสร้างความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือในเรื่องธนาคารควรจัดอบรมให้กับพนักงานได้เรียนรู้ว่าธนาคารได้ใช้เทคโนโลยีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐานสูงอะไรบ้าง ในการป้องกันข้อมูลที่สำคัญและเป็นความลับของลูกค้า เพื่อให้พนักงานสามารถแนะนำหรือให้ข้อมูลเหล่านี้เพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

3.4 ปัจจัยที่เกี่ยวกับความปลอดภัยมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ในปัจจุบันยังไม่มีความปลอดภัยที่ดีพอโดยผู้ใช้บริการต้องการให้ระดับความปลอดภัยอยู่ในระดับที่สามารถเชื่อได้ว่าขั้นตอนการทำธุรกรรม และการส่งข้อมูลส่วนบุคคลจะปลอดภัยจากผู้ไม่ประสงค์ ดี ดังนั้นจึงต้องมีการพัฒนาด้านความปลอดภัยของระบบให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิด ของ (Schierz, Schilke & Wirtz, 2009) ผู้บริโภคจำเป็นต้องมีการรับรู้ถึงความปลอดภัย (Perceived Security) ในการใช้บริการ โดยเฉพาะเมื่อเป็นการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่มีความเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว ความเป็นส่วนตัว และข้อมูลการทำธุรกรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนันทา หลบภัย (2559) ศึกษาเรื่อง การรับรู้ถึงความปลอดภัย ประโยชน์การใช้งาน และความง่ายในการใช้งานที่มีผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์ กล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสาร เคลื่อนที่ให้ความสำคัญกับความไว้วางใจ ที่ผู้ให้บริการสามารถสร้างความเชื่อมั่นถึงการให้บริการที่มีความปลอดภัย ซึ่งหากผู้ใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ที่มีความไว้วางใจจะมีการเลือกใช้ระบบนั้น และเกิดเป็นความตั้งใจใช้งานในที่สุด

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อใช้ให้เป็นประโยชน์และเป็นแนวทางสำหรับองค์กรกลุ่มธนาคารผู้ให้บริการ Application Mobile Banking

ปัจจัยส่วนบุคคล

จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า คนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect โดยรวมไม่ต่างกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร มีข้อเสนอแนะดังนี้

- รูปแบบการให้บริการ

จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยเกี่ยวกับรูปแบบการให้บริการ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น องค์กรต้องมีการพัฒนารูปแบบในการให้บริการ โดยทางธนาคารและนักพัฒนาระบบแอปพลิเคชันควรจะต้องวางแผนและเร่งพัฒนารูปแบบการให้บริการให้ดีขึ้นและน่าดึงดูดให้ผู้บริการมาใช้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาตัวแปรอื่นๆที่อาจจะมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มเติม อาทิ เช่น ด้านความพึงพอใจ , ด้านการตัดสินใจ, ด้านค่านิยม เป็นต้น
2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะคนในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น ดังนั้น ควรขยายขอบเขตด้านประชากรให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น อาทิ เช่น คนในเขตอื่นๆ หรือ ในจังหวัดอื่น ๆ หรือคนตามภาคต่างๆ เพื่อให้ได้ความแตกต่างและข้อสรุปที่เหมาะสมและได้ผลการวิจัยที่หลากหลายมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ชยพล เมฆหมอก. (2559). พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อปลากะพงของผู้บริโภค ในห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัสพระราม 2 เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร. ค้นหาค้นหาเมื่อ 19 พฤษภาคม 2563, จาก <https://e-research.siam.edu/kb/2013-12-20-05-58-432/>
- ณภัทร อติคุณธนิน. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. ค้นหาค้นหาเมื่อ 19 พฤษภาคม 2563, จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3386/1/napat_atik.pdf
- ปวีตรา สอนดี. (2560). การยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) ของกลุ่มผู้ใช้งาน ที่มีอายุ 40-60 ปี. ค้นหาค้นหาเมื่อ 19 พฤษภาคม 2563, จาก <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3149/1/pawitra.sorn.pdf>
- สุนันทา หลบภัย. (2559). การรับรู้ถึงความปลอดภัย ประโยชน์การใช้งาน และความง่ายในการใช้งานที่มีผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ค้นหาค้นหาเมื่อ 19 พฤษภาคม 2563, จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1984/1/sunanta_lobp.pdf
- อรวรรณ เรืองรองกรวิน. (2557). ความรู้ความเข้าใจและความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความภักดีในการเลือกใช้บริการ Netbank ของลูกค้าธนาคารกรุงไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ค้นหาค้นหาเมื่อ 19 พฤษภาคม 2563, จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1861/1/orawan_raun.pdf
- อรสุภา จันทรวงษ์. (2561). อิทธิพลของความไว้วางใจและประสบการณ์ของการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ขยายความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลครอบข้าง การตั้งใจใช้บริการ และการใช้งาน

จริง. ค้นหาเมื่อ 19 พฤษภาคม 2563, จาก <file:///D:/Download/230226-Article%20Text-773115-1-10-20191218.pdf>