

การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคาร
ไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์

THE ACCEPTANCE OF FINANCIAL TECHNOLOGY SCB EASY APPLICATION
OF CUSTOMERS OF SIAM COMMERCIAL BANK PUBLIC COMPANY LIMITED
SEACON SQUARE SRINAKARIN BRANCH

ชยานันท์ ศรีสกุลกาญจน์
สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

Chayanan Srisakulkarn

E-mail: 6214060119@rumail.ru.ac.th

Management, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand.

Corresponding author

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ 1.เพื่อศึกษาลักษณะประชากรส่วนบุคคล 2.เพื่อนำข้อมูลพฤติกรรมยอมรับโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) ของกลุ่มการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ 3.เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ 4.เพื่อศึกษาลักษณะประชากรส่วนบุคคลเปรียบเทียบกับยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY 5.เพื่อศึกษาพฤติกรรมยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ใช้ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติ (t-test) และสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

การศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ผู้ที่มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี จำนวน ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพอิสระ ผู้มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท พฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ พบว่า การใช้อุปกรณ์หรือแหล่งเทคโนโลยี คือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ใช้บริการทางโทรศัพท์มือถือซึ่งสะดวกกว่า

การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน SCB EASY โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านคุณภาพข้อมูล ส่งผลต่อ การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ รองลงมาคือ ด้านคุณภาพระบบ กลุ่มตัวอย่างมีระดับความเห็นต่อการยอมรับเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ด้านคุณภาพระบบ พบว่า SCB EASY มีรูปแบบที่ดึงดูดใจในการใช้งาน มากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะประชากรส่วนบุคคล ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ ประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่างกัน ส่งผลต่อ การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ส่วนด้านพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน SCB EASY ประกอบด้วย แหล่งที่ใช้เทคโนโลยีทางการเงิน ระยะเวลาที่เคยใช้เทคโนโลยีทางการเงิน สถานที่ใช้บริการ แอปพลิเคชัน SCB EASY ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ในการ ทำธุรกรรมประเภทใดบ้าง ความถี่ในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY รู้จักบริการแอปพลิเคชัน SCB EASY จากแหล่งข้อมูลใดบ้าง ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ ที่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: แอปพลิเคชัน SCB EASY, การยอมรับ

ABSTRACT

This independent research has a purpose: To study the characteristics of the individual population ,To bring data on the mobile banking application acceptance behavior of the financial technology acceptance group, SCB EASY application of the customers of Siam Commercial Bank Public Company Limited, Seacon Square Srinakarin Branch, To study the acceptance of financial technology, SCB EASY application of

customers of Siam Commercial Bank Public Company Limited, Seacon Square Srinakarin Branch, To study individual demographic characteristics compared with the acceptance of financial technology, SCB EASY Application , To study financial technology adoption behavior, SCB EASY application.

The sample used in this research is customers of Siam Commercial Bank Public Company Limited, Seacon Square Srinakarin Branch. The questionnaire was used as a tool for data collection. The statistics used for data analysis were descriptive statistics such as percentage, frequency, mean and standard deviation. And inferential statistics such as statistics (t-test) and statistics of one-way translations (one-way ANOVA).

Studies have shown that Most of the samples were female than males. People aged between 30 - 39 years. Number of people who have a bachelor's degree. Self-employed Earnings higher than 50,000 baht.

The behavior of financial technology adoption of SCB EASY application among customers of Siam Commercial Bank Public Company Limited, Seacon Square Srinakarin Branch, found that the use of equipment or technology resources is the sample group, most of them are those who use the service via mobile phone which is convenient.

The acceptance of financial technology, SCB EASY application of customers of Siam Commercial Bank Public Company Limited, Seacon Square Srinakarin Branch The overall behavior of using SCB EASY applications was at a high level. Information quality affects the acceptance of financial technology, SCB EASY application of customers of Siam Commercial Bank Public Company Limited, Seacon Square Srinakarin Branch, followed by system quality. The sample group had a level of opinion on the acceptance of money. SCB EASY application in terms of system quality found that SCB EASY had the most attractive form of use.

The results of the hypothesis testing showed that the individual population characteristics Siam Commercial Bank Public Company Limited, Seacon Square Srinakarin Branch This includes gender, age, education level, occupation, income. Different factors affect the adoption of financial technology, SCB EASY applications. SCB EASY application behavior is comprised of financial technology sources. The period of time that financial

technology has been used. What types of transactions does SCB EASY application use for SCB EASY application? How often do you use the SCB EASY application service from which sources? Different Affect the acceptance of financial technology, SCB EASY application among customers of Siam Commercial Bank Public Company Limited, Seacon Square Srinakarin Branch. Different.

Keywords: SCB EASY APPLICATION, ACCEPTANCE.

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันนี้อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทกับวิถีชีวิตของทุก ๆ คนในโลกและเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การติดต่อสื่อสารของผู้บริโภคที่สามารถใช้ได้ทุกสถานที่และทุกเวลาได้อย่างสะดวกมากขึ้น และใช้บริการหรือซื้อสินค้าต่าง ๆ ผ่านอินเทอร์เน็ต ความสามารถของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตส่งผลให้องค์กรต่าง ๆ มีการปรับกระบวนการดำเนินงานและการให้บริการด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตผ่านช่องทางออนไลน์และแอปพลิเคชันใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้สามารถใช้บริการได้ทุกที่ทุกเวลา เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ ลดค่าใช้จ่ายและควบคุมต้นทุนขององค์กรได้ภาคการเงินการธนาคารเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีการปรับองค์กรสู่ธุรกิจดิจิทัลที่มีการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเพื่อให้บริการทางการเงินกับผู้ใช้บริการ เช่น อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) และโมบายแบงก์กิ้ง ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ใช้ในการพัฒนาโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Phone) หรือสมาร์ทโฟน (Smart Phone) มีความสามารถเพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเปิดและทำรายการผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่เหล่านี้เพิ่มสูงมากขึ้น ธนาคารพาณิชย์ไทยได้มีการปฏิรูปกระบวนการดำเนินงานและได้ปรับปรุงการพัฒนาแอปพลิเคชันใหม่หรือโมบายแบงก์กิ้งมาให้บริการกับผู้ใช้บริการทางการเงิน เพื่อให้ใช้งานง่าย เพิ่มความสะดวก ประหยัดเวลาและลดค่าใช้จ่ายในการใช้บริการที่หลากหลาย เช่น บริการเกี่ยวกับข้อมูล การทำรายการทางการเงินต่าง ๆ เป็นต้น (ศิริลักษณ์ วิจารณ์กิจอำนวย, 2562)

เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตของคนเรามากขึ้น แทบจะเป็นปัจจัยตัวหนึ่ง ๆ ที่ใช้ในดำเนินอยู่ในชีวิตประจำวัน มีส่วนสำคัญยิ่งที่ทำให้ชีวิตประจำวันของคนเปลี่ยนแปลงไป การใช้เทคโนโลยีนั้นจะทำให้เกิดความสะดวก สบาย รวดเร็ว จากข้อมูลพบว่า คนไทยมีสัดส่วนการใช้งาน mobile Banking จากผู้ใช้งาน Internet ทั้งหมดในประเทศ เป็นที่ 1 ของโลก ถือว่าเป็นความสำเร็จของผู้ที่เกี่ยวข้องทั้ง

ภาครัฐบาล เอกชนทั้งรายใหญ่ รายย่อย และสถาบันการเงินต่าง ๆ ที่ร่วมมือกัน และทำให้มีคนไทย ผู้ใช้บริการตอบสนองได้เป็นอย่างดี และได้ตำแหน่งการใช้งานเป็นที่ 1 ของโลก ซึ่งแท้จริงแล้ว Mobile Banking ธนาคารมีการพัฒนาค่อนข้างไว แต่ราว ๆ 2-3 ปีที่ผ่านมาภาครัฐเข้าสนับสนุนและธนาคารรายใหญ่ก็ให้ความสำคัญส่งผลให้ Mobile Banking เป็นที่รู้จักกันมากขึ้นดึงดูดให้ผู้ให้บริการ หันมาสนใจที่จะใช้เทคโนโลยี ดังกล่าว ทดแทนการเข้ามาทำธุรกรรมที่ธนาคารเพียงอย่างเดียว จากข้อมูล ณ. เดือน ม.ค. 2562 มีสัดส่วนผู้ให้บริการ Mobile Banking มากถึง 74% ต่อจำนวนประชากรผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งมากกว่า ประเทศ สวีเดนที่มีการใช้อายุ 71% และเกาหลีใต้ 66% (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562)

ธนาคารต่าง ๆ ต่างพัฒนารูปแบบธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-banking) โดยนำโปรแกรมประยุกต์สำหรับการใช้งาน (Application) บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ใช้งานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยธนาคารสามารถได้รับประโยชน์จากต้นทุนการดำเนินงานที่ต่ำกว่าด้วยการให้บริการธนาคารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งใช้พนักงานน้อยลงและมีสาขาน้อยลง ส่วนมุมมองของลูกค้าจะได้รับประโยชน์จากความสะดวกรวดเร็ว และบริการตลอด 24 ชั่วโมง ทั้งนี้การให้บริการของธนาคารพาณิชย์ที่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้บนโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นมุ่งเน้นเพื่อสร้างความสะดวกสบายของลูกค้าและความพึงพอใจของลูกค้า และยังมีข้อดีหลายอย่าง เช่น ความเร็วในการทำธุรกรรมที่รวดเร็วขึ้นและการลดค่าธรรมเนียม (ปาสี คล้ายเพ็ชร, 2562) อย่างไรก็ตามแม้ว่าประเทศไทยจะมีผู้ใช้โมบายแบงก์กิ้งเพิ่มขึ้น แต่ความแตกต่างของการยอมรับและพฤติกรรมการใช้โมบายแบงก์กิ้งของแต่ละคน โดยเฉพาะลูกค้า ก็กลายมาเป็นอุปสรรคสำคัญ เนื่องจากคนในแต่ละช่วงอายุจะมีบุคลิก ทัศนคติ และพฤติกรรมที่แตกต่างกัน (ธัญนันท์ วีรภัทรรุ่งโรจน์, 2559; นพจกรณ์ สายะโสภณ และพัชรหทัย จารุทวีผลบุญกุล, 2561) จึงเป็นความท้าทายอย่างยิ่งที่ธนาคารของไทยจะพัฒนาระบบโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชันให้สามารถเข้าถึงทุกคนได้ในแต่ละช่วงอายุ

ดังนั้น เพื่อสร้างความเข้าใจในประเด็นดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมุ่งที่จะศึกษา “การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ ” ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่ทำธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ เพื่อให้ธนาคารนำผลการศึกษาไปปรับปรุงการให้บริการโมบายแบงก์กิ้งให้เหมาะสมกับเจนเรชั่นต่าง ๆ และยังเป็น การนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพราะโมบายแบงก์กิ้ง คือ ตัวช่วยสำคัญที่จะเข้ามาอำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงินให้เกิดขึ้นได้ทุกที่และทุกเวลา ตลอดจนยังเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้แก่ธนาคารในยุค ดิจิทัลด้วย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์

3. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์

4. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ t-test anova 6 ข้อ

5. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้ ที่มีผลต่อการยอมรับยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์

ขอบเขตของงานวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ ได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ที่ทำธุรกรรมทางการเงินกับสถาบันทางการเงินผ่านระบบออนไลน์

2. ขอบเขตด้านตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วยลักษณะประชากร, การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ, พฤติกรรมที่รับรู้ว่าการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ของกลุ่มการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ การตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชัน SCB EASY

3. ระยะเวลาในการวิจัยครั้งนี้ เริ่มตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ - เมษายน พ.ศ 2564

สมมติฐานการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการความพึงพอใจในการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ ลักษณะส่วนบุคคลประกอบด้วย

1.1 เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการความพึงพอใจในการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ที่แตกต่างกัน

1.2 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการความพึงพอใจในการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ที่แตกต่างกัน

1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการความพึงพอใจในการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ที่แตกต่างกัน

1.4 อาชีพที่แตกต่าง ส่งผลต่อการการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการความพึงพอใจในการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ที่แตกต่างกัน

1.5 รายได้ที่แตกต่าง ส่งผลต่อการการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการความพึงพอใจในการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ที่แตกต่างกัน

2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมที่แตกต่างกันใช้ที่มีผลต่อการยอมรับยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการความพึงพอใจในการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ ที่แตกต่างกัน

2.1 แหล่งที่ใช้เทคโนโลยีทางการเงินแตกต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการความพึงพอใจในการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ ที่แตกต่างกัน

2.2 ระยะเวลาที่เคยใช้เทคโนโลยีทางการเงินแตกต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการความพึงพอใจในการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ ที่แตกต่างกัน

2.3 สถานที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY แตกต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการความพึงพอใจในการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ ที่แตกต่างกัน

2.4 ใช้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking ในการทำธุรกรรมประเภทที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน แอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ ที่แตกต่างกัน

2.5 ความถี่ในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY แตกต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ ที่แตกต่างกัน

2.6 รู้จักบริการแอปพลิเคชัน SCB EASY จากแหล่งข้อมูลแตกต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ ที่แตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลเป็นข้อมูลในการวางแผนการยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) ของกลุ่มการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์

2. เพื่อนำข้อมูลพฤติกรรมการใช้แผนการยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) ของกลุ่มการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์

3. ทำให้ทราบเกี่ยวกับข้อมูลการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ ประกอบด้วย ด้านคุณภาพข้อมูล ด้านคุณภาพระบบด้านคุณภาพการบริการ ด้านคุณภาพการบริการ

4. ทำให้ทราบระดับความสำคัญของการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

5. ทำให้ทราบระดับความสำคัญของการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ จำแนกตามพฤติกรรมการใช้

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง

โรเจอร์ และชูเมคเกอร์ (Rogers & Shoemaker, 1971) ให้ความหมายของการ ยอมรับว่า เป็นกระบวนการทางจิตใจของบุคคลแต่ละคนที่เริ่มต้นตั้งแต่การรับรู้ข่าวเกี่ยวกับ นวัตกรรม หรือเทคโนโลยี หนึ่งๆ ไปจนถึงการยอมรับเอาเทคโนโลยีนั้น ๆ ไปใช้อย่างเปิดเผย

กระบวนการยอมรับนวัตกรรม (Innovation Adoption Process) เป็นกระบวนการที่บุคคลได้ศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม และนำมาวิเคราะห์ ประมวลเปรียบเทียบกับความต้องการ ศักยภาพและบริบทของตนเอง ปรัชญาหรือและขอความเห็นจากบุคคลรอบข้าง ตลอดจนการทดลองใช้นวัตกรรมในบริบทของตนเองก่อนจะมีการตัดสินใจ ซึ่งกระบวนการตั้งแต่บุคคลได้รู้จักนวัตกรรม จนถึงการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม อย่างไรก็ตาม บุคคลแต่ละคนอาจมีขั้นตอนการตัดสินใจในการยอมรับที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทัศนคติ ประสพการณ์เดิม ความต้องการและความจำเป็น รวมทั้งกระบวนการแพร่ำนวัตกรรมนั้น ๆ จากการศึกษานักวิจัยด้านการแพร่ำนวัตกรรม พบขั้นตอนและกระบวนการยอมรับนวัตกรรมที่หลากหลายรูปแบบ โดยรูปแบบที่เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางคือ แนวคิดของ Rogers (2003)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐวุฒิ เปรมปราชญ์ และอัจฉรา ปันทรานูนวงศ์ (2557) กล่าวถึงปัจจัยด้านคุณสมบัติในการยอมรับนวัตกรรมบนสมาร์โฟนด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ไว้ว่า ประโยชน์จากการใช้นวัตกรรม เป็นประโยชน์ที่ได้รับจากความสะดวกสบาย ด้านการรับรู้ความง่ายถึงปัจจัยด้านคุณสมบัติประโยชน์ เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) ในประเด็นสะดวกในการใช้งานและในประเด็นความพึงพอใจ ในด้านความเข้ากันได้ มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับตนในด้านความต้องการของบุคคล ด้านคุณสมบัติความซับซ้อน (Complexity)

เทิดรัฐ แวกศักดิ์ (2556) กล่าวถึงปัจจัยด้านคุณสมบัติในการยอมรับนวัตกรรมบนสมาร์โฟน ด้านการรับรู้ความง่ายว่า หากผู้บริโภคเห็นว่าไม่มีความสลับซับซ้อนมากนัก (Simplicity) จะทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมได้ง่ายขึ้น และด้านความต้องการหากผู้บริโภคมีความต้องการซื้ออยู่แล้วจะทำให้ เกิดการยอมรับนวัตกรรมในทันที

วิยะดา ไทยเกิด (2557) กล่าวถึงปัจจัยด้านคุณสมบัติในการยอมรับนวัตกรรมบนสมาร์โฟน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ว่า คุณลักษณะด้านประโยชน์ที่เห็นได้ชัดเจน และสามารถเข้าถึงได้ มีผลทำให้ผู้บริโภคยอมรับนวัตกรรม ในด้านการรับรู้ความง่ายด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย และพร้อมใช้งาน ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดแรงจูงใจ และความต้องการที่จะใช้บริการเป็นประจำ ส่วนด้านความต้องการ หากเทคโนโลยีตอบสนองต่อ

ความต้องการในชีวิตประจำวัน หรือสามารถตอบสนอง Lifestyle ของผู้บริโภคได้จะทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมในเชิงบวกอย่างมาก

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยการวิจัยเชิงปริมาณ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากการใช้แบบสอบถามแบบกลุ่มโดยดำเนินการส่งแบบสอบถามผ่านทางสื่อออนไลน์ โดยดำเนินการส่งแบบสอบถามผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยสุ่มตัวอย่าง หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลได้แล้วนำมาข้อมูลที่ไปวิเคราะห์โดยใช้หลักการทางสถิติ

2. ข้อมูลทางทุติยภูมิเป็นการศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากการที่มีผู้รวบรวมข้อมูลไว้แล้ว เช่น บทความ ทฤษฎี งานวิจัย และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ Frequency ในการวิเคราะห์ข้อมูลตัวแปรลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation:SD) ในการวิเคราะห์ข้อมูล การยอมรับเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์

2. การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอ้างอิง

2.1 ใช้สถิติ t-test โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพื่ออธิบายและเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่ม 2 กลุ่มที่อิสระต่อกัน

2.2. ใช้สถิติ t-test One way ANOVA โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพื่ออธิบายและเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างโดยที่เป็นตัวแปรอิสระเป็น ข้อมูลกลุ่มที่มีมากกว่า 2 กลุ่มย่อยและตัวแปรทางเดียว

สรุปผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กล่าวคือ ประกอบด้วย เพศหญิง จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 65.9 และเพศชายจำนวน 140 คนคิดเป็นร้อยละ 34.1
2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 รองลงมาเป็นผู้ที่มีอายุ 20-29 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด คือ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0
3. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมาเป็นผู้ที่มีการศึกษาดำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5
4. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 44.9 รองลงมาคือ อาชีพพ่อบ้านแม่บ้านมีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7
5. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมา เป็นผู้ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 มีจำนวนน้อยที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ สามารถสรุปได้ดังนี้ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 30-39 ปี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชญญาพัทธ์ จงทวี (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ในเขต กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพอิสระและรายได้ 20,001-30,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกรัณธรรัตน์ รังสิยามณี (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ Mobile Banking กรณีศึกษาผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ เลือกใช้อุปกรณ์โดยโทรศัพท์มือถือ ระยะเวลาที่เคยใช้เทคโนโลยีทางการเงินส่วนมากมีประสบการณ์การใช้งาน 1 ปีขึ้นไป สถานที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ผู้ใช้บริการจะทำธุรกรรมที่บ้านโดยส่วนมากเนื่องจากคำนึงถึงความปลอดภัย ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ในการทำธุรกรรม เช็คยอดเงินในบัญชี โอนเงิน จ่ายบิล เนื่องจากลดค่าใช้จ่ายเรื่องค่าธรรมเนียมและสะดวก ในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ รู้จักบริการแอปพลิเคชัน SCB EASY จากแหล่งที่ธนาคารหรือพนักงานแนะนำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกรินทร์ รังสิยามณ (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ Mobile Banking กรณีศึกษาผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ดังนั้นผู้วิจัยเสนอว่า ผู้ประกอบการทางการเงินของธนาคารไทยพาณิชย์ ควรให้ความสำคัญในเรื่องเพศ เนื่องจากประชากรเพศหญิงมีจำนวนมากกว่าเพศชาย เพศหญิงมีกระบวนการตอบสนองที่รับรู้และการยอมรับในการทำธุรกรรมมือถือ มากกว่าเพศชาย เพศหญิงมีแนวโน้มการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY มากกว่าเพศชาย ซึ่งผู้ประกอบการทางการเงินของธนาคารไทยพาณิชย์สามารถนำข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลไปเป็นฐานข้อมูลเพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันในการทำธุรกรรมทางการเงินให้มีความดึงดูดใจให้ผู้ใช้งานยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น

จากผลการศึกษาพฤติกรรมใช้งานและการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของ ลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ พบว่าส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการบริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ในการทำธุรกรรมประเภทต่าง ๆ เช่น สอบถามยอดเงิน โอนเงิน ถอนเงินไม่ใช้บัตร จ่ายบิล ชื้อกองทุน ชื้อประกัน ทุกบริการฟรีค่าธรรมเนียม ซึ่งพบว่าผู้ใช้งานต่างคำนึงถึงค่าใช้จ่ายเป็นสำคัญ ดังนั้นปัจจัยเหล่านี้เป็นหลักสำคัญในการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY

จากผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ พบว่า ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับด้านคุณภาพข้อมูลการทำธุรกรรมก็จะมีเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ข้อมูลทุกอย่างจัดเก็บอย่างเป็นระบบที่ปลอดภัย โดยการออกแบบหรือจัดสร้างแอปพลิเคชัน SCB EASY นั้นรองรับการใช้งานกับอุปกรณ์สมาร์ตโฟนที่อยู่ในท้องตลาดในยุคปัจจุบัน ฟังก์ชันต่าง ๆ รับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของผู้ลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

พบว่า อายุแตกต่างกัน ส่งผลให้การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า ผู้ประกอบการทางการเงินของธนาคารไทยพาณิชย์ ควรให้ความสำคัญในเรื่องอายุ เพื่อตามสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ จำแนกตามพฤติกรรมใช้งานทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY พบว่า บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ในการทำธุรกรรมประเภทใดบ้างที่แตกต่างกัน ส่งผลให้การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน SCB EASY แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า ผู้ประกอบการทางการเงินของธนาคารไทยพาณิชย์ ควรให้ความสำคัญในเรื่องประเภททำธุรกรรมแอปพลิเคชัน SCB EASY แอปพบบู๊ก็เห็นยอดเงินในบัญชีและการเคลื่อนไหวบัญชีเงินเข้าเงินออกล่าสุด และถ้าเรามีการผูกบัตรเครดิตหรือวงเงินสินเชื่อหรือเงินกองทุนเอาไว้ในแอปด้วยมันก็จะแสดงยอดเหล่านั้นทั้งหมดขึ้นมาในหน้าแรก แยกเป็นแบบบอลลูกวงกลมสีต่าง ๆ บนหน้าจอ รวมถึงขนาดของวงกลมจะเล็กใหญ่ไปตามมูลค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ถ้าแค่จะเช็คยอดต่าง ๆ เหล่านี้ ล็อกอินเข้าแอปใช้เวลาไม่กี่วินาทีก็เห็นบนหน้าจอมือถือ และควรสอบถามผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรัณฐรัตน์ รังสิยามณ .(2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน กรณีศึกษาผู้ใช้บริการ ธนาคารไทยพาณิชย์ วิทยาลัยศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ปิยะวรรณ นิลอ่อน. (2563). การตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านสื่อออนไลน์ของประชากรในจังหวัดบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ศุภิสรา คุณรัตน์. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน แอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม