

ปัญหาการธนาคารออนไลน์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชัน

Mobile Banking ของผู้บริโภค

Online Banking Problems Affecting Satisfaction Mobile Banking

Application of Consumers

ปกัสสร สมนึก

Papassorn somnuk

บทคัดย่อ

การวิจัยตามวัตถุประสงค์คือ (1)เพื่อศึกษาปัญหาของระบบธนาคารออนไลน์(2)เพื่อศึกษาความพึงพอใจ ในการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างได้จากผู้มาใช้บริการที่ใช้งาน แอปพลิเคชัน จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า t test, ค่า F- test, ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD, ค่า Chi-Square (χ^2)

ผลงานวิจัย

จากการวิจัยสรุปได้ว่า ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาโท อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 21,001 – 30,000 บาท

ผลการศึกษาปัญหาการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking พบว่า ช่วงเวลาที่ผู้บริโภคใช้งาน แอปพลิเคชัน Mobile Banking ส่วนใหญ่เป็นเวลาช่วง 12.01-18.00 น. ธุรกรรมส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภคใช้งานบน แอปพลิเคชัน Mobile Banking ได้แก่ การชำระบิลอื่น ๆ โดยใช้งานบนสัญญาณของระบบสัญญาณโทรศัพท์ ได้แก่ ระบบ 4G ใช้งานในระบบโทรศัพท์ของโทรศัพท์ สมาร์ทโฟน ได้แก่ ระบบ IOS (ใช้ได้เฉพาะโทรศัพท์ IPHONE , IPAD) เกิดปัญหาการใช้งานแล้วระบบของธนาคารแจ้งเตือนระบบของธนาคารมีการขัดข้อง ประสบกับปัญหาช่วงวันที่ไม่สามารถทำธุรกรรมสำเร็จอยู่ในช่วงเวลาสิ้นเดือน ปริมาณจำนวนที่ทำธุรกรรมล้มเหลว เดือนละ 1-2 ครั้ง เมื่อใช้งานไม่สำเร็จผู้ใช้งานจะลองทำใหม่ทันทีหลังจากระบบขัดข้อง ส่วนใหญ่ผู้ใช้มีปัญหาในขั้นตอนที่ทำธุรกรรมแล้วเกิดขัดข้อง ขณะกำลังจะโอนเงินสำเร็จ

ระดับความพึงพอใจในการให้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Bankingของผู้บริโภค ในภาพรวมในระดับพึงพอใจมาก โดย ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด และอีก 4 ด้านมีค่าเฉลี่ยในระดับพึงพอใจมาก เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการ ตามลำดับ

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) ผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) ปัญหาของการใช้แอปพลิเคชัน Mobile Banking ด้านช่วงเวลาที่ทำธุรกรรม ด้านระบบโทรศัพท์ที่ใช้งาน ด้านระบบสัญญาณที่ใช้งาน ด้านช่วงวันที่ผู้ใช้งานเข้าใช้แล้วเกิดปัญหา ด้านปริมาณจำนวนครั้งที่ทำธุรกรรมล้มเหลว ด้านเมื่อใช้งานไม่สำเร็จท่านทำอย่างไร ด้านธุรกรรมที่ทำแล้วล้มเหลว มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในระหว่างใช้งาน และขั้นตอนที่ทำธุรกรรมแล้วล้มเหลวไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: แอปพลิเคชัน Mobile Banking, ความพึงพอใจในบริการ, คุณภาพการบริการ

Abstract

The objective research was (1) to study problems of the online banking system (2) to study Online Banking Problems Affecting Satisfaction Mobile Banking Application of Consumers according to personal factors. The sample was obtained from 400 users. The tools used for data collection were questionnaires. The statistics used in the research were frequency, percentage, mean, standard deviation and t-test. F- test, LSD Method and Chi-Square (χ^2)

Research results

From the research it can be concluded that the results of the study of general data of the sample showed that most of the consumers were female, aged 31-40 years, with a master's degree, occupation of private company employee and average monthly income was 21,001 - 30,000 baht.

* นักศึกษาโครงการพิเศษ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (Visionary Leaders) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

** อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

The results of the Mobile Banking application problem study found that the time when most of the Mobile Banking application was used by the consumer was 12.01-18.00 hrs. Mobile Banking applications include other bill payments using the signal of the phone signal system, such as 4G system, use in the phone system of smart phones, such as IOS system (only available for IPHONE, IPAD phones). Used, the banking system alerts the bank's system was interrupted. Experiencing the problem of the date that the transaction cannot be completed in the end of the month, the transaction volume fails 1-2 times a month, when the user fails, the user will try again immediately after the system crash. Most of the users have problems with the transaction process and then crash while the money is being transferred successfully

Consumers' Satisfaction level of Mobile Banking Application Service Overall, at a high satisfied level, the product side was the average at the highest level and the other four aspects were the high satisfied level. In descending order: physical aspect, price, promotion, personnel, distribution channel. And the process side, respectively

The hypothesis testing found that (1) Satisfaction Mobile Banking Application of Consumers different when different group of gender, age, educational attainment, occupation and average income at significant of 0.05 level. (2). Problems of using the Mobile Banking application for the time of transaction, The phone system in use, active signal system in terms of the date that the user has entered system and there was a problem number of failed transactions, what do they do when used application was not successful and the failed transactions had affecting satisfaction Mobile Banking Application of Consumers at significant of 0.05 level. And found that the process of the failed transaction had no effect on consumer satisfaction of the consumer's Mobile Banking application at significant of 0.05 level.

Keywords: *Mobile Banking Application, Service Satisfaction, Service Quality.*

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญ

ในยุคปัจจุบันเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมของโลกได้ก้าวกระโดดพัฒนาไปอย่างก้าวไกล ทำให้สมดุลการใช้ชีวิตของมนุษย์ต้องปรับเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ ธรรมชาติและเทคโนโลยี่ที่

มีการพัฒนาให้ล้ำสมัยยิ่งขึ้น เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้าน การศึกษา ที่นักเรียน นักศึกษา หรือผู้ใช้ข้อมูลมีการใช้เทคโนโลยีในการค้นหาเอกสาร ค้นหาบทความ รวมไปถึงการค้นหาความรู้หรือคำตอบและเป็นการศึกษาที่ไร้ขีดจำกัด ไม่ว่าจะใครก็สามารถสืบค้นข้อมูล ได้ และไม่ใช่ว่าแค่ด้านการศึกษาแต่เทคโนโลยียังเข้ามามีบทบาทในเรื่องการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ไปถึง การใช้ชีวิตประจำวันเช่น เราใช้การสื่อสารติดต่อธุรกิจ ผ่านทางโทรศัพท์ และใช้คอมพิวเตอร์ในการทำงานหรือสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีมีอัตราสูงขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา เทคโนโลยี ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในด้านการเงิน การธนาคาร

เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างไรกับเส้นทางการเงิน ธนาคาร ในปัจจุบันประชากรในประเทศไทยโดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ต้องยอมรับว่า แอปพลิเคชัน Mobile Banking เปลี่ยนชีวิตในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา เทคโนโลยีทางการเงินได้เริ่มจากโทรศัพท์ในยุคก่อนที่เวลาเราจะทำธุรกรรม สอบถามยอดเงินหรือเติมเงิน โทรศัพท์เราสามารถกระทำได้โดยการส่งการด้วย SMS ที่เราพิมพ์คำสั่ง ผ่านข้อความที่ประกอบไปด้วยเลขท้าย 4 ตัวของเลขบัญชีที่เราใช้งานอยู่ แต่ในยุคสมัยนี้กลายเป็น smart phone, Computer, Tablet และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ที่มีบทบาทในการทำหน้าที่แทนเจ้าหน้าที่ ธนาคาร

นับตั้งแต่ที่ธนาคารในประเทศไทย ได้มีการพัฒนาระบบกันมาอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งมาถึงยุค ดิจิตอล ทำให้มีการแพร่กระจายการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างหลายรูปแบบ หลายช่องทางแตกต่างกันออกไป โทรศัพท์เคลื่อนที่ในยุคดิจิตอลส่วนใหญ่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ ข้อมูลสามารถเข้าถึงได้ง่ายดาย ธนาคารจึงประสบกับปัญหาที่ลูกค้าหายไปจากสาขา ไม่มาใช้บริการเหมือนเดิม โดยในยุคหนึ่งธนาคาร เป็นพื้นที่ ที่คนจะต้องต่อแถวเรียงกันเข้า โดยเฉพาะในช่วงสิ้นเดือน ไปถึงต้นเดือน ที่ลูกค้าจะมาทำ ธุรกรรมถอนเงิน(ในวันเงินเดือนออก) หรือชำระบิลบัตรเครดิตในวันที่ครบดิล รวมไปถึงบิลค่าบริการ อื่นๆที่ทางธนาคารรับชำระ ลูกค้านิติบุคคลทำการโอนข้ามธนาคารเพื่อใช้หมุนเวียนในธุรกิจ รวมไปถึง การโอนเงินต่างประเทศเป็นต้น ธนาคารต่างๆในประเทศไทยจึงปรับตัวให้เข้ากับยุคที่เปลี่ยนไปโดยการ ผลิตช่องทางที่จะสามารถให้ผู้ใช้งานเข้าธนาคารโดยง่ายขึ้น โดยสิ่งนั้นถูกเรียกว่า แอปพลิเคชัน (Application)

แอปพลิเคชัน (Application) คือ โปรแกรมที่ใช้อำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ที่ออกแบบมา สำหรับ Mobile (โมบาย), Teblet (แท็บเล็ต) หรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ ซึ่งในแต่ละระบบปฏิบัติการจะมี ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันขึ้นมามากมายเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน ซึ่งจะมีให้ดาวน์โหลดทั้ง ฟรีและจ่ายเงิน ทั้งในด้านการศึกษา ด้านการสื่อสารหรือแม้แต่ด้านธนาคาร

แอปพลิเคชัน Mobile Banking เป็นผลจากการที่เทคโนโลยีมีการพัฒนาส่งผลให้โลกทางการเงินเกิดรูปแบบการให้บริการ ทางการเงินต่าง ๆ ที่สามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้งานและตอบสนองกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ โดยความโดดเด่นและประโยชน์การใช้งานของแอปพลิเคชัน Mobile Banking (มีความสะดวก) โดยความสะดวกนี้เนื่องจากในสมัยก่อนหากจะทำธุรกรรมถอน โอน ฝาก จ่ายหรือการทำธุรกรรมอื่น ๆ ผู้บริโภคจะต้องเดินทางไปยังธนาคารเท่านั้นเพื่อใช้บริการ ซึ่งธนาคารแต่ละเขตจะมีได้เพียงเขตละไม่กี่สาขา ส่งผลให้อาจต้องเดินทางระยะไกลและอาจเกิดความไม่สะดวก(รวดเร็ว) ความรวดเร็วเกิดจากการที่ผู้บริโภคไม่ต้องรอเวลา ไม่ต้องใช้เวลาในการเดินทาง ไม่ต้องใช้เวลาในการรอคิว ไม่ต้องเขียนข้อมูลต่าง ๆ บนกระดาษของธนาคาร (มีความปลอดภัย) ปลอดภัยจากการโดนชิงทรัพย์ ดังข่าวที่ออกในยุคก่อนว่าคนโดนปล้นจากการถอนเงิน ซึ่งในปัจจุบันข่าวลักษณะนี้แทบไม่ค่อยได้ยินในสังคม แอปพลิเคชัน Mobile Banking มีความปลอดภัยจากรหัสที่ผู้ใช้งานเป็นคนตั้ง และมีความปลอดภัยจากสิ่งภายนอก ไม่ต้องถือเงินสด สิ่งเหล่านี้ที่กล่าวมาผู้ใช้งานสามารถทำได้โดยแค่เพียงใช้งานผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต เป็นต้น โดยผู้บริโภคมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการให้บริการและ Mobile Banking เพราะสะดวกสบายกว่า และสามารถทำธุรกรรมได้อย่างรวดเร็วตลอดเวลาด้วยตนเองโดยไม่ต้องไปที่สาขาของธนาคาร ปัจจุบันวิถีชีวิตของคนเปลี่ยนไป ปัจจุบันนี้ทั่วโลกมีผู้ใช้งานโมบายแบงกิ้งแอปพลิเคชันทั่วโลกรวมทั้งสิ้น 1.2 พันล้านคน สมาร์ทโฟนกลายเป็นธนาคารบนมือถือให้กับผู้ใช้งานทุกคน โดยในปี 2019 สถิติที่อ้างอิงประเทศไทยเป็นประเทศที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดจากการจัดอันดับ มีสัดส่วนผู้ให้บริการ Mobile Banking มาก มากถึง 74 % มากถึง 74% ต่อจำนวนประชากรผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ทำให้ประเทศไทยเป็นแชมป์โลกแซงหน้ากลุ่มผู้นำเดิมอย่างสวีเดน (71%) และ เกาหลีใต้ (66%)

แอปพลิเคชัน Mobile Banking สามารถทำให้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคง่ายขึ้น ง่ายขึ้นจากได้แก่

1. จากเคยปรับสมุด ในปัจจุบันทำเพียงกดเข้า แอปพลิเคชัน Mobile Banking เพื่อเช็คยอดเงินคงเหลือในบัญชี
2. ผู้บริโภคสามารถโอนเงินข้ามธนาคารให้แก่บุคคลอื่น หรือตนเองโดยที่ไม่เสียค่าธรรมเนียมในการโอนข้ามเขตหรือข้ามธนาคาร
3. ผู้บริโภคสามารถชำระค่าใช้บริการต่าง ๆ เช่น บัตรเครดิต, สินเชื่อ, ค่าโทรศัพท์, เชื้อค่าน้ำมัน รวมไปถึงชำระค่าน้ำ, ไฟ

4. ผู้บริโภคสามารถ สแกนชำระค่าบริการต่างๆจากร้านค้า เช่น ร้านอาหาร ร้านขายเสื้อผ้า ทั้งในห้างสรรพสินค้าชั้นนำและตลาดทั่วไป เพียงกดเข้า แอปพลิเคชัน Mobile Banking แล้วกดสแกนบาร์โค้ด ก็สามารถชำระเงินได้เพียงไม่กี่ขั้นตอน

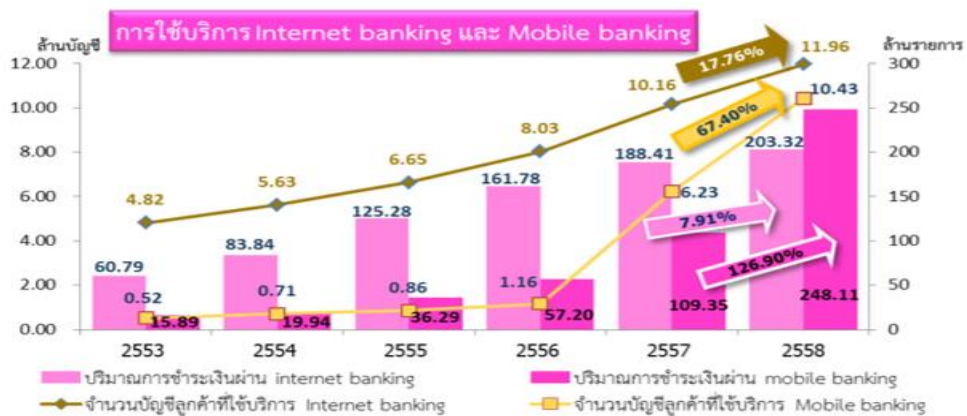
5. ผู้บริโภคสามารถถอนเงิน โดยไม่ใช้บัตรเอทีเอ็ม เพียงแค่ใช้รหัสหรือในบางธนาคารใช้การสแกนคิวอาร์โค้ด จากโทรศัพท์ผ่านจอตู้เอทีเอ็ม

6. ผู้บริโภคสามารถเปิดบัญชีได้ด้วยตนเองผ่าน แอปพลิเคชัน Mobile Banking

7. ผู้บริโภคสามารถเปิด สั่งซื้อ-ขาย-สับเปลี่ยน กองทุน ได้ด้วยตนเอง ผ่านแอปพลิเคชัน Mobile Banking

8. ผู้บริโภคสามารถดูข้อมูลผลิตภัณฑ์ของทางธนาคารได้แอปพลิเคชัน Mobile Banking โดยไม่ต้องเดินทางไปยังสาขาธนาคาร

โดยธุรกรรมที่พบส่วนมากในกลุ่มผู้บริโภคได้แก่ การเช็คยอดเงิน รองลงมาคือการ โอนเงิน เดิมเงินและชำระบิล



ภาพที่ 1 จำนวนการใช้บริการ Internet Banking และ Mobile Banking
ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทยระบุว่าจำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ Internet Banking ณ สิ้นปี 2558 มีจำนวน 11.96 ล้านบัญชีเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.76 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2557 ซึ่งมีจำนวน 10.16 ล้านบัญชี ในขณะที่จำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ Mobile Banking ณ สิ้นปี 2558 มีจำนวน 10.43 ล้าน

บัญชีเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 67.40 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2557 ซึ่งมีจำนวน 6.23 ล้านบัญชี

(https://www.gsb.or.th/getattachment/8d7a5d95-b808-49b4-a8717f985f1f7d38/2IN_hotissue-Digital_bank_detail.aspx)

อ้างอิงจากผลสำรวจเผย 81.9 % คน กทม. ใช้บริการทางการเงินแบบออนไลน์ (Mobile Banking App) 5 ธนาคารยอดนิยม โดยส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นในการให้บริการทางการเงินแบบออนไลน์ของธนาคารพาณิชย์ แต่ทว่าขึ้นชื่อว่าเทคโนโลยีก็ต้องย่อมมีการขาดประสิทธิภาพการใช้งาน ธนาคารพาณิชย์ รวมไปถึงธนาคารของทางภาครัฐเองก็มีการปรับปรุง พัฒนา แอปพลิเคชัน ของธนาคารตัวเองกันอย่างเรื่อยมานับจากวันที่ แอปพลิเคชัน Mobile Banking เริ่มเป็นที่นิยมและเป็นฐานลูกค้าชั้นดี แอปพลิเคชัน Mobile Banking มีข้อจำกัดในตัวอยู่หลายอย่าง ตัวอย่างได้แก่

1. การโอนเงิน คือ การโอนเงินที่ไม่สามารถโอนเงินในจำนวนมากได้ ธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่มีข้อจำกัดในการทำธุรกรรมโอนเงินข้ามธนาคาร จำนวนในการ โอนเงินอยู่ที่จำนวน 200,000-500,000 ต่อวัน (แต่ละธนาคารมีข้อจำกัดแตกต่างกัน) ต่างจากการทำธุรกรรมโอนเงินที่สาขาของธนาคารที่สามารถโอนเงินในจำนวนไม่จำกัด ขึ้นอยู่กับเจ้าของเงิน

2. การย่อยยอด คือ การที่โอนเงินจำนวนหนึ่งซึ่งเมื่อไปถึงปลายทาง จำนวนเงินจะถูกย่อยยอด อย่างเช่น โอนเงินจากต้นไปยังธนาคารปลายทาง จำนวน 200,000 บาท แต่เมื่อเงินไปถึงปลายทาง ผู้รับเงินจะพบว่า ยอดที่เข้าบัญชี คือ 50,000 บาท จำนวน 4 รายการ

3. เวลาเบรก คือ ทุกการทำงานต้องมีเวลาพัก อย่างเช่นมนุษย์ทำงานประจำก็ต้องมีเวลาพัก รับประทานอาหารเป็นของตัวเอง ระบบ แอปพลิเคชัน Mobile Banking ก็เช่นกัน มีเวลาพักการทำธุรกรรมที่ผู้ใช้งานทุกรายจะไม่สามารถทำธุรกรรมใด ๆ ได้ นอกจากการเช็คยอดเงิน โดยช่วงเวลาที่ไม่สามารถทำธุรกรรมได้คือช่วงเวลา 23.59 – 00.01 ซึ่งเป็นเวลาพักเบรกของแอปพลิเคชันเพียงไม่กี่นาที

4. ระบบการรองรับของโทรศัพท์มือถือ หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ระบบโทรศัพท์ในสมาร์ทโฟนส่วนใหญ่ในปัจจุบันมีสองระบบได้แก่ ios/android ซึ่งหากโทรศัพท์หรืออุปกรณ์ของผู้ใช้งานไม่สามารถ Update version การใช้งานของระบบอุปกรณ์ที่ใช้ให้ตรงกับระบบ version ของแอปพลิเคชัน Mobile Banking ก็จะทำให้ไม่สามารถเข้าใช้งานได้

ทุกระบบของเทคโนโลยีมีโอกาสระบบล่ม หรือขัดข้องได้เสมอ ไม่ว่าจะเป็นระบบไลน์ / facebook / IG ก็ต่างเคยระบบล่มกันมาแล้วทั้งนั้น ธนาคารก็เช่นกัน เคยประสบปัญหาล่มในทุกระบบ

จนผู้บริโภคต้องโทรร้องเรียนผ่านคอลเซ็นเตอร์และร้องเรียนถึงสาขาธนาคารว่า แอปพลิเคชันของธนาคารมีการขัดข้องเกิดขึ้น ขอให้ทำการแก้ไขโดยด่วน ซึ่งปัญหาเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค สาเหตุที่แอปพลิเคชันล่ม Mobile Banking ล่มนั้นเกิดจากปริมาณการทำธุรกรรมที่เข้ามาพร้อมๆกันเป็นจำนวนมาก แต่ทุกธุรกรรมต้องผ่านระบบ Swithching กลาง อันเดียวกัน ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องของธุรกรรม จึงทำให้เมื่อมีธุรกรรมจำนวนมากเข้ามาที่ธนาคารจึงจนระบบล่ม โดยสิ่งที่รองรับธุรกรรมเหล่านี้ก็คือ Core Banking หรือแกนกลางของธนาคาร เมื่อแกนกลางของธนาคารถูกบรรจุข้อมูลหลายๆส่งผลให้ผู้ใช้จำนวนมากทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชันไม่ว่าจะเป็นการโอนเงินข้ามธนาคาร,ชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆในหลากหลายผู้ค้าทำให้แกนกลางธนาคารไม่สามารถรับภาระเหล่านี้ได้ ระบบจึงล่ม

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ปัญหาของระบบธนาคารออนไลน์ และความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้บริโภค
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาปัญหาของระบบธนาคารออนไลน์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้บริโภค

3. สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 ความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้บริโภคแตกต่างกันเมื่อ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 2 ปัญหาของการใช้แอปพลิเคชัน Mobile Banking ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้บริโภค

4. ขอบเขตของงานวิจัย

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ ผู้ที่ใช้แอปพลิเคชัน Mobile Banking

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาภายใต้แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P'S) และแนวคิดเกี่ยวกับการความพึงพอใจ

5.ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ปัญหาของระบบธนาคารออนไลน์ และความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้บริโภค
2. ทราบถึงความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. ทราบถึงปัญหาของระบบธนาคารออนไลน์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้บริโภค
4. ได้แนวทางแก้ไขปัญหาของระบบธนาคารออนไลน์ เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้บริโภค

6.นิยามศัพท์เฉพาะ

การให้บริการ Mobile Banking หมายถึง การทำธุรกรรมของธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งผู้ใช้ บริการจะต้องลงทะเบียนกับธนาคารก่อน เพื่อเปิดใช้บริการทางการเงิน โดยการให้บริการทางการเงิน ผ่าน Mobile Banking นั้น มีหลากหลายประเภท เช่น การโอนเงินระหว่างบัญชีธนาคาร การตรวจสอบ ยอดบัญชี การซื้อขายตราสารและกองทุน การตั้งระบบแจ้งเตือนอัตโนมัติ และการทำธุรกรรมชำระ เงินและชำระใบแจ้งหนี้ เป็นต้น

ปัจจัยประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะเฉพาะของบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับรายได้ และอาชีพ

ปัญหาของระบบธนาคาร หมายถึง การใช้งานบริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking ระบบขัดข้องระหว่างทำรายการ ไม่สามารถเข้าสู่ระบบเพื่อใช้งาน และทำธุรกรรมไม่สำเร็จ

ความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking หมายถึง ผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ดีต่อการใช้งานบริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking ทางออนไลน์ของธนาคาร ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ ส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นดัชนีชี้วัด

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาดซึ่งเป็น ปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจในการบริการให้กับผู้บริโภค ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) กระบวนการให้บริการ (Process)

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง แอปพลิเคชัน Mobile Banking

ราคา (Price) หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ แอปพลิเคชัน Mobile Banking

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ช่องทางการให้บริการทางการเงินหรือการให้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking

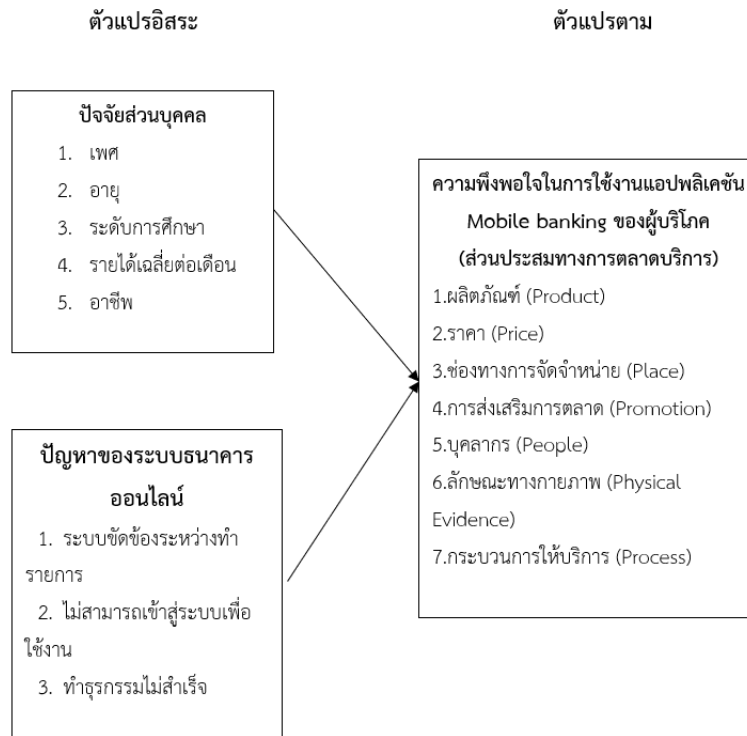
การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การให้ประชาสัมพันธ์หรือให้บริการด้านการตลาด ของแอปพลิเคชัน Mobile Banking

บุคลากร (People) หมายถึง เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน Mobile Banking

ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง ลักษณะการให้บริการที่ดี จอภาพง่ายหรือเมนู ของแอปพลิเคชัน Mobile Banking ง่ายต่อการใช้งาน

กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนการให้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ง่ายต่อการใช้งาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคที่เป็นคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เลือกใช้พื้นที่เป้าหมายคือ เขตกรุงเทพมหานคร ประชากรการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรที่ทำงานและใช้บริการ เป็นประชากรอายุระหว่าง 20 - 50 ปี

ผู้ศึกษาจึงใช้การคำนวณตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (1967) โดยสามารถให้ค่าความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญเท่ากับร้อยละ 95 ค่าความคลาดที่ยอมรับได้อยู่ที่ 0.05 ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ศึกษา 200 คน

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t test, F- test (One-Way ANOVA), ค่าความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD และ ค่า Chi-Square (χ^2)

ผลการวิจัย

จากการวิจัยสรุปได้ว่า ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาโท อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 21,001 – 30,000 บาท

ผลการศึกษาปัญหาการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking พบว่า ช่วงเวลาที่ผู้บริโภคใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking ส่วนใหญ่เป็นเวลาช่วง 12.01-18.00 น. ธุรกิจส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภคใช้งานบนแอปพลิเคชัน Mobile Banking ได้แก่ การชำระบิลอื่น ๆ โดยใช้งานบนสัญญาณของระบบสัญญาณโทรศัพท์ ได้แก่ ระบบ 4G ใช้งานในระบบโทรศัพท์ของโทรศัพท์มือถือ ได้แก่ ระบบ IOS (ใช้ได้เฉพาะโทรศัพท์ IPHONE , IPAD) เกิดปัญหาการใช้งานแล้วระบบของธนาคารแจ้งเตือนระบบของธนาคารมีการขัดข้อง ประสบกับปัญหาช่วงวันที่ไม่สามารถทำธุรกรรมสำเร็จอยู่ในช่วงเวลานั้นเดือน ปริมาณจำนวนที่ทำธุรกรรมล้มเหลว เดือนละ 1-2 ครั้ง เมื่อใช้งานไม่สำเร็จผู้ใช้งานจะลองทำใหม่ทันทีหลังจากระบบขัดข้อง ส่วนใหญ่ผู้ใช้มีปัญหาในขั้นตอนที่ทำธุรกรรมแล้วเกิดขัดข้อง ขณะกำลังจะโอนเงินสำเร็จ

ระดับความพึงพอใจในการให้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Bankingของผู้บริโภค ในภาพรวมในระดับพึงพอใจมาก โดย ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด และอีก 4 ด้านมีค่าเฉลี่ยในระดับพึงพอใจมาก เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการ ตามลำดับ

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

1) ผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) ปัญหาของการใช้แอปพลิเคชัน Mobile Banking ด้านช่วงเวลาที่ทำธุรกรรม ด้านระบบโทรศัพท์ที่ใช้งาน ด้านระบบสัญญาณที่ใช้งาน ด้านช่วงวันที่ผู้ใช้งานเข้าใช้แล้วเกิดปัญหา ด้านปริมาณจำนวนครั้งที่ทำธุรกรรมล้มเหลว ด้านเมื่อใช้งานไม่สำเร็จท่านทำอย่างไร ด้านธุรกรรมที่ทำแล้วล้มเหลว มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในระหว่างใช้งาน และขั้นตอนที่ทำธุรกรรมแล้วล้มเหลวไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ผลการศึกษาเรื่อง ปัญหาของระบบธนาคารออนไลน์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้บริโภค มีประเด็นที่สำคัญที่นำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้บริโภคกับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีความพึงพอใจ ในการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Sivesan and Karunanithy (2013) เรื่อง ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจธนาคารพาณิชย์ในศรีลังกา พบว่า ระดับรายได้ที่ แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่แตกต่าง กัน โดยกลุ่มคนที่มีระดับรายได้สูงจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการมากกว่ากลุ่มคนที่มีระดับรายได้ อื่น ๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kumbhar (2011) เรื่องปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ E-Banking ของธนาคารอินเดีย ที่พบว่า ประชากรศาสตร์มีผลต่อความ พึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ

ผลการศึกษาค้นความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาของการใช้แอปพลิเคชัน Mobile Bankingกับความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้บริโภค พบว่า ปัญหาของการใช้แอปพลิเคชัน Mobile Banking ด้านช่วงเวลาที่ทำธุรกรรม ด้านระบบโทรศัพท์ที่ใช้งาน ด้านระบบสัญญาณที่ใช้งาน ด้านช่วงวันที่ผู้ใช้งานเข้าใช้แล้วเกิดปัญหา ด้านปริมาณจำนวนครั้งที่ทำธุรกรรมล้มเหลว ด้านเมื่อใช้งานไม่สำเร็จท่านทำอย่างไร ด้านธุรกรรมที่ทำแล้วล้มเหลว มีผลต่อความพึงพอใจ

ของผู้บริโภคในการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในระหว่างใช้งาน และขั้นตอนที่ทำธุรกรรมแล้วล้มเหลว ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้แอปพลิเคชัน Mobile Banking เป็นผลจากการที่เทคโนโลยีมีการพัฒนาส่งผลให้โลกทางการเงินเกิดรูปแบบการให้บริการ ทางการเงินต่าง ๆ ที่สามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้งาน และตอบสนองกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ โดยความโดดเด่นและประโยชน์การใช้งานของแอปพลิเคชัน Mobile Banking มีความสะดวก ความรวดเร็วเกิดจากการที่ผู้บริโภคไม่ต้องรอเวลา ไม่ต้องใช้เวลาในการเดินทาง ไม่ต้องใช้เวลาในการรอคิว ไม่ต้องเขียนข้อมูลต่าง ๆ บนกระดาษของธนาคาร (มีความปลอดภัย) ปลอดภัยจากการโดนชิงทรัพย์ ดังข่าวที่ออกในยุคก่อนว่าคนโดนปล้นจากการถอนเงิน ซึ่งในปัจจุบันข่าวลักษณะนี้แทบไม่ค่อยได้ยินในสังคม แอปพลิเคชัน Mobile Banking มีความปลอดภัยจากรหัสที่ผู้ใช้งานเป็นคนตั้ง และมีความปลอดภัยจากสิ่งภายนอก ไม่ต้องถือเงินสด สิ่งเหล่านี้ที่กล่าวมา ผู้ใช้งานสามารถทำได้โดยแค่เพียงใช้งานผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต เป็นต้น โดยผู้บริโภคมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการให้บริการและ Mobile Banking เพราะสะดวกสบายกว่า และสามารถทำธุรกรรมได้อย่างรวดเร็วตลอดเวลาด้วยตนเองโดยไม่ต้องไปที่สาขาของธนาคาร สอดคล้องกับแนวคิดด้านความพึงพอใจในบริการ โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการของ Philip Kotler (2003) ที่ว่าธุรกิจบริการจะใช้ส่วนประสม การตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาครั้งนี้ที่พบ ผู้ใช้บริการความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

1. ธนาคารควรดูแลระบบให้เสถียรในช่วงที่ผู้บริโภคใช้งานในช่วง 12.01 น.-18.00 น.
2. ธนาคารควรพัฒนาระบบการให้บริการบนโทรศัพท์ให้สอดคล้องกับการใช้งานทั้งระบบ IOS และ Android ไม่ให้เกิดปัญหาการใช้งาน
3. ธนาคารควรพัฒนาระบบการให้บริการทุกระบบสัญญาณให้มีประสิทธิภาพเท่าเทียมกัน

4. ธนาคารควรแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างใช้งานในช่วงเวลา Peak Time ให้เกิดปัญหาน้อยที่สุด หรือเมื่อเกิดปัญหาควรแก้ไขให้เร็วที่สุดเพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายต่อธุรกิจ หรือนำระบบสำรองฉุกเฉินมาใช้ทดแทนให้เร็วที่สุด

5. ธนาคารควรพัฒนาระบบให้รองรับปริมาณการใช้งานในช่วงสิ้นเดือนเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาทำธุรกรรมไม่สำเร็จ

6. ธนาคารควรมีการตรวจสอบและแก้ไขระบบไม่ให้เกิดปัญหาการทำธุรกรรมล้มเหลว

7. ธนาคารควรมีข้อความแนะนำให้ผู้บริโภคดำเนินการเมื่อทำธุรกรรมบนโทรศัพท์ที่ไม่สำเร็จ

8. ธนาคารควรมีข้อความเพื่อให้ผู้บริโภคตรวจสอบและแนวทางแก้ไขกรณีที่เกิดปัญหาขณะทำธุรกรรมการโอนเงิน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัญหาการใช้บริการแอปพลิเคชัน Banking ทางออนไลน์ในระบบอื่น เช่น เพื่อได้ข้อมูลครอบคลุมเนื้อหาที่ศึกษา และได้แนวทางสำหรับธนาคารนำไปปรับปรุงระบบให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาปัญหาการใช้แอปพลิเคชัน Mobile Banking โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อได้ข้อมูลเชิงลึก และนำมาใช้เป็นข้อมูลสำคัญในการปรับปรุงระบบของธนาคารให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ธนาคารแห่งประเทศไทย. ผู้ใช้งาน Mobile Banking และ Internet Banking ในประเทศ

ไทยจากธนาคารแห่งประเทศไทย. สืบค้นจาก

https://www.bot.or.th/App/BTWS_STAT/statistics/ReportPage.aspx?reportID=688&language=th

Ibok, I. N., & Ikoh, I. M. (2013). Determinants of Customers Satisfaction with Internet

Banking Services. *British Journal of Arts and Social Sciences*. ISSN: 2046-9578.

Kotler, P. (2003). **Marketing Management**. (11th ed.) New Jersey: Pearson

Education.

- Kavitha, S., & Lakshmi, A. (2011). **Influence of Demographic Variables on Customer Satisfaction Regarding E-Banking: An Empirical Investigation.** Issues in Information Systems, 12 (1), 436-444.
- Kumari Kahandawa, & Janaka Wijayanayake. (2014). **Impact of Mobile Banking Services on Customer Satisfaction: A Study on Sri Lankan State Commercial Bank.** International Journal of Computer and Information Technology, 3(3).
- Kumbhar, V. M. (2011). **Customer's Demographic Profile and Satisfaction in E-Banking Services: A Study of Indian Banks.**
- Sivesan, S., & Karunanithy, M. (2013). **Personal Demographical Factors and their Influence on Customer Satisfaction from Customer Perspective.** European Journal of Business and Management, 5 (20).
- Yamane, Taro. (1967). **Statistics, An Introductory Analysis,** 2nd Ed., New York : Harper and Row.