

การพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของลูกค้า ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันโมบาย
แบงก์กิ้ง TTB Touch ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม
DIGITAL TECHNOLOGY SKILLS DEVELOPMENT OF CUSTOMER THAT
INFLUENCES THE DECUSION TO USE APPLICATION TTB TOUCH TMB
THANACHART BANK PUBLIC COMPANY LIMITED OF NAKHON PATHOM

นภาพร พุกสุวรรณ

บทคัดย่อ

การศึกษารั้ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาการพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของลูกค้าธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม ที่ใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง TTB Touch (2) เพื่อศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง TTB Touch ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม (3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง TTB Touch ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม (4) เพื่อแสวงหาความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของลูกค้ากับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง TTB Touch ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม

รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยวิธีใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นลูกค้าธนาคารทหารไทยธนชาติ เขตจังหวัด นครปฐม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ โดยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ทดสอบสมมติฐานโดยสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่การวิเคราะห์ ทดสอบที(t-Test) การวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว(One way Analysis of Variance) และทำการเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยใช้วิธี Least-Significant Different (LSD) โดยกำหนดระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลจากศึกษาตามวัตถุประสงค์คือ(1)การพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของลูกค้า ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม ที่ใช้แอปพลิเคชัน โบบายแบงก์กิ้ง TTB Touch พบว่าด้านการเข้าถึง เทคโนโลยีดิจิทัล ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้านการสร้าง ด้านการเข้าใจ และ ด้านการใช้ พบว่าส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้วยระดับมากที่สุด ตามลำดับ (2) กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้อัปพลิเคชัน โบบายแบงก์กิ้ง TTB Touch ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม พบว่า ด้านการประเมินผลหลังการตัดสินใจ ด้านการตัดสินใจ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการรับรู้ปัญหาและ ด้านการประเมินทางเลือกพบว่าส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้วยระดับมากที่สุด ตามลำดับ (3) ปัจจัยส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจใช้อัปพลิเคชัน โบบายแบงก์กิ้ง TTB Touch ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม พบว่ามีความไม่แตกต่างกันทุกด้าน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และ ปัจจัยส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจใช้อัปพลิเคชัน โบบายแบงก์กิ้ง TTB Touch ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม พบว่ามีความแตกต่างกันทุกด้าน ได้แก่ รายได้เฉลี่ย/เดือน การทำธุรกรรมทางการเงิน (4) ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของลูกค้ากับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้อัปพลิเคชัน โบบายแบงก์กิ้ง TTB Touch ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม พบว่า การพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้อัปพลิเคชัน โบบายแบงก์กิ้ง TTB Touch ทุกด้าน ได้แก่ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจ และด้านการประเมินผลหลังการตัดสินใจ

บทนำ

ปัจจุบันระบบการทำธุรกรรมทางการเงินของประเทศไทยได้ก้าวสู่ยุคดิจิทัลอย่างทันสมัยและรวดเร็ว ซึ่งถือว่ามีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ที่ต้องการทำธุรกรรมทางการเงินอย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยเฉพาะในรูปแบบของการออนไลน์ ซึ่งธนาคารทหารไทยชนชาติ ก็เป็นสถาบันทางการเงินที่ให้บริการและให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทางด้านต่างๆ ทั้งแผนเศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยปัจจุบันต่างมีการแข่งขันทางสถาบันทางการเงินค่อนข้างสูง และด้วยสภาพของความเป็นอยู่ของคนส่วนใหญ่ที่มีความเร่งรีบของยุคดิจิทัลเพราะความทันสมัยต้องมาก่อนเป็นอันดับต้นๆ และเมื่อมีการทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารผู้ใช้บริการต่างก็ต้องการความสะดวกและรวดเร็ว โดยในแต่ละวันทางสถาบันทางการเงินก็ไม่สามารถคาดการณ์ถึงความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างชัดเจน และด้วยข้อจำกัดของเวลาในการให้บริการอาจทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเมื่อสถานการณ์เกิดขึ้น จึงส่งผลทำให้ธนาคารทหารไทยชนชาติ มีการประยุกต์และพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของการบริการ Mobile Banking มาอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นการสร้างความรวดเร็วในการทำธุรกรรมทางการเงินให้เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตของคนในยุคปัจจุบันมากยิ่งขึ้น

โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) เป็นแอปพลิเคชันที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างดี ซึ่งเป็นช่องทางทางการเงินที่มีความสะดวกผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟนหลากหลายประเภท การให้บริการ Mobile Banking ดำเนินการผ่านระบบที่เรียกว่าระบบโมบายเพย์เมนต์ (Mobile payment system) โดยโอเปอเรเตอร์มีระบบการจัดการเงินเสมือนภายในและระบบที่สามารถเชื่อมต่อกับทางธนาคาร ซึ่งนิยามใน Practice notes ของ ICT Regulation Toolkit ได้ให้คำจำกัดความของระบบ Mobile payment ไว้ว่าเป็นหนึ่งในรูปแบบของการให้บริการทางการเงินที่มีการใช้เวลาใช้งาน (Airtime) หรือระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Money) เพื่อการชำระค่าสินค้าและบริการ ในทางธุรกิจเห็นว่า การให้บริการเสริมดังกล่าวมี โอกาสประสบความสำเร็จมาก เนื่องจากเกิดความต้องการของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ผู้ให้บริการได้ให้ความสำคัญกับการเพิ่มช่องทางหารายได้จากการบริการต่าง ๆ โดยเน้น Mobile Operator ในตลาดเพื่อเพิ่มช่องทางให้บริการทางการเงินควบคู่ไปกับบริการเดิม ถือเป็นช่องทางใหม่ที่สามารถสร้างรายได้ มูลค่าเพิ่มและความภักดีของลูกค้า เช่น บริการ โอน รับเงิน โดยไม่ต้องมีเลขบัญชีและรับชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ (อรรถพล สาขิตคณิตกุล , 2558)

ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา รูปแบบการชำระเงินของไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ Digital Payment อย่างชัดเจน ซึ่งหนึ่งในปัจจัยสำคัญของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมาจากความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการวางรากฐานถนนการชำระเงินของไทยด้วยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ ทั้งการพัฒนาระบบพร้อมเพย์ การพัฒนามาตรฐาน Thai QR Code เพื่อการชำระเงิน รวมถึงการวางเครื่องรับบัตร เพื่อขยายบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ให้แพร่หลายมากยิ่งขึ้น

แนวโน้มการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลจากความสนใจของผู้ใช้บริการที่นิยมมากในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ที่เพิ่มสูงขึ้น รวมถึงการใช้บริการโอนเงิน และการตัดบัญชีอัตโนมัติผ่านบริการทางธนาคาร ทางอินเทอร์เน็ต และสมาร์ทโฟนที่มีการเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งปัจจัยที่ช่วยให้ผู้ใช้บริการหันมาใช้บริการชำระเงินทางระบบอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เพราะขั้นตอนชัดเจน มีความสะดวกและรวดเร็ว ค่าธรรมเนียมที่ถูกลง

การซื้อขายสินค้าออนไลน์ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องมากยิ่งขึ้น โดยมีการชำระเงินผ่านทาง Mobile Banking การชำระเงินผ่านบัตรเครดิตและเดบิตและชำระเงินโดยการตัดบัญชีอัตโนมัติผ่านบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ปี พ.ศ. 2557 การชำระเงินค่าสินค้าและบริการรวมทั้งชำระบิลต่าง ๆ ผ่าน Internet Banking มีมูลค่าสูงถึง 607 พันล้านบาท / เดือน คิดเป็นสัดส่วนสูงสุดถึง ร้อยละ 84.30 ของมูลค่าการทำรายการทั้งหมด รองลงมา คือการใช้บัตรเครดิต การใช้บริการตัดบัญชี ธนาคารผ่าน Mobile Banking และการใช้บัตรเดบิตมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 9.60, 5.90 และ 0.30 ตามลำดับ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2558)

นอกจากนี้ทางธนาคารทหารไทยชนชาติ เดินหน้าพัฒนาบริการด้านดิจิทัลแบงก์กิ้งที่เป็นมิตรและรู้ใจ เพื่อช่วยสร้างชีวิตทางการเงินที่ดีขึ้นให้กับคนไทย ล่าสุดได้เพิ่มฟีเจอร์ใหม่บนแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง ttb touch ช่วยให้กับลูกค้าสามารถทำธุรกรรมออนไลน์ได้สะดวก และง่ายยิ่งขึ้น

ส่วนด้านปัญหาของการใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้ง ttb touch ที่ จะช่วยให้ผู้ใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผ่าน WiFi หรือ 4G ซึ่งมีการออกแบบมาให้ผู้ใช้บริการใช้งานได้ง่ายและมีฟังก์ชันที่ครอบคลุมในการทำธุรกรรมการเงินที่หลากหลาย ด้วยระบบความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพดีที่สุดในมุมมองของผู้ใช้บริการจริงยังเห็นถึงความซับซ้อนยุ่งยากของแอปพลิเคชัน ทำให้เกิดความเข้าใจยากในการใช้งานของผู้บริการและในบางช่วงเวลาของการใช้งานผ่าน Mobile Banking เกิดความขัดข้องจึงทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะระบบที่มีความครอบคลุมในหลายฟังก์ชัน อาจจะทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึง

แอปพลิเคชันได้ยาก ยิ่งเป็นยุคเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัย ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบจึงมีความจำเป็นที่ต้องการความสะดวกและไม่มีความยุ่งยากซับซ้อนจนเกินไป เพื่อที่จะช่วยให้ผู้ให้บริการเกิดความไว้วางกับทางธนาคารในการใช้แอปพลิเคชันที่มีคุณภาพและยังสามารถรักษฐานลูกค้าของทางธนาคารได้อย่างต่อเนื่อง (ดร.ชาติชาย พยุหนาวีชัย , 2563)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยในเรื่องการพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของลูกค้า ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน โฆษณาเบงก์กิ้ง TTB Touch ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม อันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพ Mobile Banking ttb touch

รวมถึงเป็นแนวทางในการสร้างกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อทางธนาคารผู้ให้บริการในการนำผลวิจัยครั้งนี้ไปปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการให้บริการ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธนาคารและสอดคล้องคลึงกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด

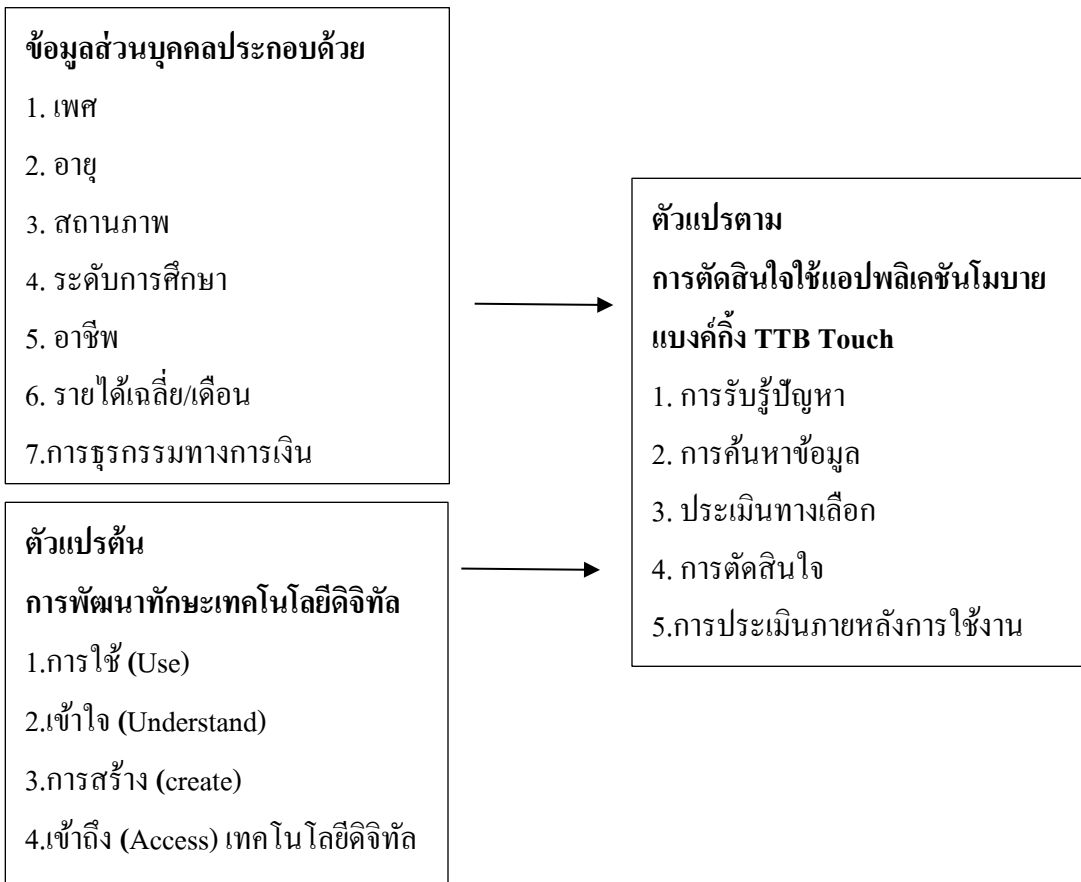
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของลูกค้า ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม ที่ใช้แอปพลิเคชัน โฆษณาเบงก์กิ้ง (TTB Touch)
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชัน โฆษณาเบงก์กิ้ง (TTB Touch) ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน โฆษณาเบงก์กิ้ง (TTB Touch) ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม
4. เพื่อแสวงหาความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของลูกค้ากับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชัน โฆษณาเบงก์กิ้ง (TTB Touch) ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม

สมมุติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน โบบายเบงค์กิ้ง TTB Touch ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม แตกต่างกัน
2. การพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของลูกค้ำมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน โบบายเบงค์กิ้ง TTB Touch ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของลูกค้า ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้ง TTB Touch ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม โดยมีขอบเขตการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มลูกค้าของธนาคารที่ใช้แอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้ง TTB Touch ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม
2. ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีทั้งหมด 402 คน จากกลุ่มลูกค้าธนาคาร ที่ตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้ง TTB Touch ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา เริ่มดำเนินการศึกษาตั้งแต่ เดือน สิงหาคม-ตุลาคม พ.ศ.2564 เป็นระยะเวลา 3 เดือน

นิยามศัพท์เฉพาะ

ทักษะเทคโนโลยีดิจิทัล หมายถึง ทักษะในการนำเครื่องมือ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีอยู่ในปัจจุบัน อาทิ คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ แท็บเล็ต โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และสื่อออนไลน์ มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการสื่อสาร การปฏิบัติงาน และการทำงานร่วมกัน หรือใช้เพื่อพัฒนากระบวนการทำงาน หรือระบบงานในองค์กรให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพ

ผู้ใช้บริการ หมายถึง ลูกค้าของทางสถาบันทางการเงินที่เข้ามาใช้บริการทำธุรกรรมในด้านต่าง ๆ แอปพลิเคชัน Application หมายถึง โปรแกรมที่อำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ที่ออกแบบมาสำหรับ Mobile (โมบาย) Teblet (แท็บเล็ต) หรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ ที่เรารู้จักกัน ซึ่งในแต่ละระบบปฏิบัติการจะมีผู้พัฒนาแอปพลิเคชันขึ้นมามากมายเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน ซึ่งจะมีให้ดาวน์โหลดทั้งฟรีและจ่ายเงิน ทั้งในด้านการศึกษา ด้านการสื่อสารหรือแม้แต่ด้านความบันเทิงต่าง ๆ เป็นต้น

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึงกระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากหลายๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณาหรือประเมินอย่างดีแล้วว่า เป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย

กระบวนการตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการในการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการ และการประเมินหลังการซื้อ

โมบายแบงก์กิ้ง หมายถึง ช่องทางในการให้บริการกับผู้ใช้บริการสามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารไร้สายได้ด้วยตนเองและมีความสะดวกทุกที่ทุกเวลา

TTB Touch หมายถึง ระบบ Mobile Banking ของธนาคารทหารธนชาติไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อลูกค้าบุคคล หรือ ลูกค้าธุรกิจ เพื่อใช้ช่องทางนี้ในการติดตามข้อมูลบัญชี และธุรกรรมการเงินต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ผ่านมือถือสมาร์ทโฟนทุกเครือข่าย (4G/3G/Edge & WIFI) พร้อมระบบรักษาความปลอดภัย 256 Bit)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นแนวทางในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร(Documentary Research) แนวคิดทฤษฎี และศึกษาผลงานงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของลูกค้า ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้ง TTB Touch ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม โดยมีขั้นตอนการดำเนินวิจัยดังนี้

1. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ตัวแปรต้น คือ การพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัล ได้แก่ การใช้ การเข้าใจ การสร้าง การเข้าถึง และตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้ง TTB Touch ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล ประเมินทางเลือก การตัดสินใจ การประเมินผลหลังการใช้

2. ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 402 ชุด โดยการใช้วิธีสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการแบบ Non Probability Sampling จากกลุ่มลูกค้าของธนาคาร

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ คือ การนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ 1) นายสาขยนต์ สระทองโหม ตำแหน่ง : ผู้จัดการเขตนครปฐม 2) นางสาวสาวปฐภา ศรีวิไล ตำแหน่ง : ผู้จัดการสาขานครปฐม 3) นางสมปราณา ปัญญาธงชัย ตำแหน่ง: ผู้ช่วยผู้จัดการสาขานครปฐม ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Context

validity) แล้วนำผลมาพิจารณาคะแนนของผู้เชี่ยวชาญในแต่ละข้อมาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC)

4. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของแบบสอบถาม รายชื่อโดยการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient alpha) ของ Cronbach ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .919

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ สถิติ t-test และ One way ANOVA

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.0 และเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 50.0 มีช่วงอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.3 สำเร็จการศึกษาระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 35.1 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 60.2 อาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 30.8 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.1 และส่วนใหญ่ทำธุรกรรมโอนเงินไปบัญชีอื่น ๆ ผ่านแอปพลิเคชัน คิดเป็นร้อยละ 37.3

การวิเคราะห์การพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของลูกค้า

ด้านการใช้ (Use) โดยรวม อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.59, SD = 0.357 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด สามารถใช้งาน Internet Banking ได้อย่างถูกต้อง และปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63, SD = 0.559 สามารถเข้าไปดาวน์โหลด แอปพลิเคชัน TTB Touch ได้อย่างสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62, SD = 0.629 ทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน TTB Touch เมนูการใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62, SD = 0.600 สามารถตั้งค่าการใช้งานแอปพลิเคชัน TTB Touch ได้ตามต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57, SD = 0.616 และสามารถใช้อุปกรณ์สื่อสาร เช่น โทรศัพท์, แท็บเล็ต ทำธุรกรรมได้ด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50, SD = 0.682 ตามลำดับ

ด้านการเข้าใจ (Understand) โดยรวม อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.62, SD = 0.355 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ สามารถทำความเข้าใจ การใช้งานแอปพลิเคชัน TTB Touch ผ่านเมนูการใช้งานได้ด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64, SD = 0.538 พนักงาน

ธนาคารได้ให้คำแนะนำการใช้งานแอปพลิเคชัน และสามารถนำไปใช้งานได้ถูกต้องและเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63, SD = 0.582 ศึกษาข้อมูลการใช้งานแอปพลิเคชัน TTB Touch ผ่านคู่มือการใช้งานของธนาคารได้อย่างถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62, SD = 0.557 และนำเอาทักษะความรู้การใช้งานของตนเองที่มีอยู่ นำมาปรับใช้กับแอปพลิเคชัน TTB Touch มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60, SD = 0.596 ตามลำดับ

ด้านการสร้าง (Create) โดยรวม อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.63, SD = 0.389 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ สามารถสร้างปฏิทินธุรกรรม ตั้งค่าการทำธุรกรรมการเงินได้ล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66, SD = 0.564 สามารถสร้างการแชร์สลิปการโอนเงินผ่านช่องทางอื่น ๆ ได้ เช่น LINE, Messenger, Email มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62, SD = 0.584 และสามารถสร้าง QR Code ของตนเอง เพื่อใช้ในการรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62, SD = 0.571 ตามลำดับ

การเข้าถึง (Access) เทคโนโลยีดิจิทัล ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยรวม อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.69, SD = 0.334 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ สามารถสมัครใช้บริการได้ที่สาขาของธนาคารที่ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77, SD = 0.487 สามารถเข้าถึงแอปพลิเคชัน TTB Touch เชื่อมต่อผ่าน Internet Wifi มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70, SD = 0.502 และสามารถเข้าถึงแอปพลิเคชัน โหมบายแบงก์กิ้ง TTB Touch ผ่าน Username และ Password ที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63, SD = 0.559 ตามลำดับ

การวิเคราะห์การตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันโหมบายแบงก์กิ้ง TTB

ด้านการรับรู้ปัญหา (Problems awareness) โดยรวม อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.67, SD = 0.411 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ การใช้แอปพลิเคชัน โหมบายแบงก์กิ้ง TTB Touch ทำให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสาขา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68, SD = 0.558 และการเลือกใช้อุปกรณ์แอปพลิเคชัน โหมบายแบงก์กิ้ง TTB Touch เป็นช่องทางในการติดตามข้อมูลบัญชี และทำธุรกรรมการเงินต่าง ๆ ซึ่งสามารถตอบโต้ลูกค้าได้อย่างแท้จริง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67, SD = 0.572 ตามลำดับ

ด้านการค้นหาข้อมูล (Data acquisition) โดยรวม อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.68, SD = 0.339 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ สืบค้นข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ธนาคาร, Facebook เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71, SD = 0.510 สอบถามข้อมูลจากบุคคลใกล้ชิดเช่น เพื่อนสนิท คู่ค้าธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69, SD = 0.517 และสอบถามข้อมูลการใช้งานแอปพลิเคชัน โหมบายแบงก์กิ้ง TTB Touch กับพนักงานธนาคาร สามารถให้คำแนะนำการใช้งานได้ถูกต้อง ครบถ้วนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65, SD = 0.541 ตามลำดับ

ด้านการประเมินทางเลือก (Evaluate alternatives) โดยรวม อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.66, SD = 0.343 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ การบริการหลังการขาย มี Call Center ให้คำปรึกษาตลอด 24 ชม. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72, SD = 0.512 ลดต้นทุนการทำธุรกรรม และเพิ่มประสิทธิภาพการทำธุรกรรม ให้กับลูกค้ากลุ่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67, SD = 0.554 เปรียบเทียบสิทธิประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ตอบโจทย์ ครอบคลุมทุกปัญหาด้านการทำธุรกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66, SD = 0.547 ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารมีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63, SD = 0.552 และการทำธุรกรรมการเงินผ่านมือถือแบบครบวงจร ใช้งานได้ง่าย และเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62, SD = 0.604 ตามลำดับ

ด้านการตัดสินใจ (Decision) โดยรวม อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.71, SD = 0.335 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ ตัดสินใจจากคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ธนาคาร ที่ให้ข้อมูลการใช้งานได้ถูกต้อง ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76, SD = 0.475 ตัดสินใจจากบริการหลังการขายที่ตรงความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74, SD = 0.511 ตัดสินใจจากประโยชน์ที่ได้รับ และตอบโจทย์ครอบคลุมทุกปัญหาด้านธุรกรรมทางการเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70, SD = 0.526 และตัดสินใจจากภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65, SD = 0.564 ตามลำดับ

ด้านการประเมินผลหลังการตัดสินใจ (Evaluation after the decision) โดยรวม อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.73, SD = 0.334 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ จะใช้แอปพลิเคชัน โบบายแบงก์กิ้ง TTB Touch ต่อไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81, SD = 0.471 แนะนำ/บอกต่อบุคคลอื่นให้ใช้บริการ แอปพลิเคชัน โบบายแบงก์กิ้ง TTB Touch มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72, SD = 0.501 และมีความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน โบบายแบงก์กิ้ง TTB Touch มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67, SD = 0.517 ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของลูกค้า ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง TTB Touch ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม สามารถอภิปรายได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อ 1 เพื่อศึกษาการพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของลูกค้า ธนาคารทหารไทย ธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม ที่ใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง TTB Touch

ความคิดเห็นการพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของลูกค้า ค่าเฉลี่ยรวมที่ระดับความคิดเห็นมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ด้านการเข้าถึง เทคโนโลยีดิจิทัล ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้านการสร้าง ด้านการเข้าใจ มีด้านการใช้ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย นันธิดา ปฎิวรรณ (2563 หน้า 1933) กล่าวว่า การดำเนินการของรูปแบบการพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เป็นกระบวนการที่ดำเนินการต่อเนื่องเพื่อให้เกิดผลของการบริหารที่มีคุณภาพ โดยหลักการที่เรียกว่า วงจรคุณภาพ (PDCA) หรือวงจรเดมมิง เพื่อพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ใน 4 ทักษะ เพื่อพัฒนาทักษะการเข้าใจ (Understand) ทักษะการใช้ (Use) ทักษะการเข้าถึง (Access) ทักษะสร้าง (Create)

วัตถุประสงค์ข้อ 2 เพื่อศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้อุปกรณ์โมบายแบงก์กิ้ง TTB Touch ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม

ความคิดเห็นการตัดสินใจใช้อุปกรณ์โมบายแบงก์กิ้ง TTB Touch ค่าเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ ด้านการประเมินผล หลังการตัดสินใจ ด้านการตัดสินใจ ด้านการค้นหาข้อมูล มี ด้านการรับรู้ปัญหา และด้านการประเมินทางเลือก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย

เสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 192) กล่าวว่า “กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคว่าการที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าใดสินค้านั้นๆ นั้นจะต้องมีกระบวนการตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปจนถึงทัศนคติ หลังจากที่ได้ใช้สินค้าแล้ว ซึ่งสามารถพิจารณาเป็นขั้นตอนได้ ดังนี้ การมองเห็นปัญหาการแสวงหาภายใน การแสวงหาภายนอก การประเมินทางเลือกการตัดสินใจซื้อ ทัศนคติหลังการซื้อ”

วัตถุประสงค์ข้อ 3 . เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน โบบายเบงค์กิ้ง TTB Touch ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม

ปัจจัยส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน โบบายเบงค์กิ้ง TTB Touch พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ มีระดับความคิดเห็นต่อ การตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน โบบายเบงค์กิ้ง TTB Touch ที่ไม่แตกต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน โบบายเบงค์กิ้ง TTB Touch ที่แตกต่างกัน คือ รายได้ และการทำธุรกรรมทางการเงิน

วัตถุประสงค์ข้อ 4 เพื่อแสวงหาความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของลูกค้ำกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชัน โบบายเบงค์กิ้ง TTB Touch ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม

การพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของลูกค้ำกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชัน โบบายเบงค์กิ้ง TTB Touch โดยรวมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน โบบายเบงค์กิ้ง TTB Touch อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของลูกค้ำโดยรวมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน โบบายเบงค์กิ้ง TTB Touch ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจ และด้านการประเมินผลหลังการตัดสินใจ ในทิศทางกันในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. สามารถนำผลการศึกษาและวิจัยในเรื่อง การพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของลูกค้า ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน โบบายแบงก์กิ้ง TTB Touch ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดนครปฐม มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพในการใช้บริการและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

2. สามารถนำผลการศึกษาและวิจัยในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้แอปพลิเคชัน โบบายแบงก์กิ้ง TTB Touch มาใช้พัฒนาและแก้ไขบนแอปพลิเคชันให้ตรงความต้องการของลูกค้า

เอกสารอ้างอิง

นภคธ รมโพธิ์.2555.การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 1 .กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ หน้า 206-207

นัตยาพร เสมอใจ.(2556).พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 1). บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน) หน้า 33-34

รศ.สมคิด บางโม.(2562).องค์การและการจัดการ.บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน) หน้า 168

ณัฐพล ไชไพโรจน์ (2563).Digital Marketing Concept&Case Study ฉบับปรับมือ

New Normal หลัง COVID-19 (พิมพ์ครั้งที่2 ธ.ค.2563).นนทบุรี บริษัท.ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด หน้า 80

มณฑกานติ ชุมชวงศ์ (2563).การตลาดโรงแรม (พิมพ์ครั้งที่1 2562, พิมพ์ครั้งที่2 2563). สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, หน้า 56 – 57

เหมือนจิต จิตสุนทรชัยสกุล (2561).พฤติกรรมผู้บริโภคกับธุรกิจค้าปลีก บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน) หน้า 44-45

ชูชัย สมितिไกร (2562). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 7). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, หน้า 87 – 88

บาร්රอน, เจสัน (2563).The Visual MBA:เข้าใจ MBA อย่างทะลุปรุโปร่งด้วยภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 3). สายธุรกิจโรงพิมพ์ บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน), หน้า 110 - 111

Bill Aulet (2556).วิชาสร้างธุรกิจฉบับ MIT. สำนักพิมพ์วีเลิร์น, หน้า 162 - 163

พนิตสุภา ธรรมประมวล (2563).การตลาดบริการ **SERVICE MARKETING** (พิมพ์ครั้งที่ 2).
บริษัท พี.เอ.ลีฟวิ่ง จำกัด, หน้า 88 - 89

ผศ.ดร.อริสรา เษยานนท์ (2558).การจัดการที่พักตากอากาศ.บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด
(มหาชน) หน้า 168-169

ดร.ภิเชก ชัยนิรันดร์ (2552).**Marketing Click: กลเม็ดเคล็ดลับการตลาดออนไลน์.**
บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน) หน้า 172

Steve Anderson, Karen Anderson (2021).**โตอย่าง amazon คิดอย่าง BEZOS.**สำนักพิมพ์
เจนจ้พลัส สงวนลิขสิทธิ์ โดย บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน) หน้า 143