

FACTORS AFFECTING THE USE OF THE MOBILE BANKING APPLICATIONS OF THE ELDERLY IN BANGKOK

Suphisara DECHACHART¹ and Thana SOMPORNSEEM²

1 Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand; suphisara.de@ku.th

2 Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand; thana.s@ku.ac.th

ARTICLE HISTORY

Received: 2 June 2023

Revised: 21 June 2023

Published: 3 July 2023

ABSTRACT

The objective of this research was to study the general information about mobile banking application in Thailand and factors affecting the use of the mobile banking applications by older people in Bangkok. The study used questionnaires to gather information from a sample of 400 people aged 60 to 80 years old. The samples were divided into two groups which are who have used and never used the mobile banking application. The data was analyzed by Chi-square statistic at a significance level of 0.05 and Logit model. The results from Chi-square statistic revealed that: 1) Personal factors including age, education levels, monthly income, and consumer behavior such as influencers, frequency, process duration and banks were associated with the use of mobile banking applications. 2) Knowledge factors such that, financial literacy and digital literacy were related to the use of mobile banking applications. 3) The 7Ps marketing mix, particularly process, were relevant to the decision to use mobile banking applications. According to the Logit model, the results showed that an increase in the digital literacy was associated with an increase in the probability of use of mobile banking applications. In addition, the process in the marketing mix had a statistically significant positive effect on the decision to use mobile banking applications.

Keywords: mobile banking application, older people, consumer behavior, marketing mix, logit model

CITATION INFORMATION: Dechachart, S., & Sompornseem, T. (2023). Factors Affecting the Use of the Mobile Banking Applications of the Elderly in Bangkok. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 1(7), 40

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ของผู้สูงอายุใน เขตกรุงเทพมหานคร

ศุภิสรา เตชะชาติ¹ และ ธนา สมพรเสริม²

1 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์; suphisara.de@ku.th

2 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์; thana.s@ku.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปของการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันในประเทศไทย และปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการทางการเงินผ่านโมบาย แบงก์กิ้งแอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพฯ โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ถึง 80 ปี แบ่งเป็นกลุ่มที่ใช้โมบาย แบงก์กิ้ง และไม่เคยใช้ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติไคสแควร์โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และแบบจำลองโลจิสติก ผลการศึกษาโดยใช้สถิติไคสแควร์ พบว่า 1) ปัจจัยทางด้านบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ย ในส่วนของปัจจัยทางด้านพฤติกรรม ได้แก่ บุคคลที่มีส่วนในการเลือกใช้ ความถี่ ระยะเวลา และธนาคาร มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง 2) ปัจจัยทางด้านความรู้ ได้แก่ ความรู้ทางการเงิน และความรู้ด้านโมบาย แบงก์กิ้ง มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยเฉพาะด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อกลุ่มที่ใช้และไม่ใช้ที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสติก พบว่า การมีความรู้ด้านโมบาย แบงก์กิ้งที่เพิ่มขึ้นจะเพิ่มโอกาสการใช้โมบาย แบงก์กิ้งที่สูงขึ้นสุดท้าย ปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อผู้สูงอายุในการเพิ่มโอกาสใช้บริการทางการเงินผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: โมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน, ผู้สูงอายุ, ปัจจัยทางด้านพฤติกรรม, ส่วนประสมการตลาด, แบบจำลองโลจิสติก

ข้อมูลการอ้างอิง: ภิสรา เตชะชาติ และ ธนา สมพรเสริม. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 1(7), 40

บทนำ

ในปัจจุบันความก้าวหน้าในด้านเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์มือถือที่เคยเป็นเพียงอุปกรณ์สื่อสารเท่านั้น แต่ในปัจจุบันโทรศัพท์มือถือได้กลายมาเป็นสมาร์ทโฟนที่สามารถเข้าถึงสื่อโซเชียลมีเดีย หรือสื่อบันเทิงต่างๆ ได้กลายมาเป็นเครื่องมือในการทำธุรกรรมส่วนใหญ่ของชีวิตประจำวันทั้งสะดวก รวดเร็ว ลดขั้นตอนที่ยุ่งยาก และประหยัดค่าใช้จ่าย ตลอดจนเข้าถึงโลกออนไลน์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง พฤติกรรมของผู้ใช้บริการปัจจุบันที่ปรับเปลี่ยนไปตามการปรับตัวนำเสนอสินค้าและบริการของผู้ประกอบการที่ต้องเดินหน้าตามเทคโนโลยีที่เติบโตในแต่ละอุตสาหกรรม การทำธุรกรรมทางการเงินก็สามารถทำได้ง่ายขึ้นโดยธนาคารมีการพัฒนาเพื่อรองรับวิถีชีวิตของผู้ใช้บริการในปัจจุบัน ซึ่งวิวัฒนาการของธนาคาร เรียกว่า ดิจิตอลแบงก์ คือการใช้บริการธนาคารในการทำธุรกรรมกับธนาคารโดยลูกค้าไม่จำเป็นต้องมาธนาคาร เช่น การให้บริการทาง โทรศัพท์ การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางตู้เอทีเอ็ม อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น และได้มีการใช้บริการอย่างเป็นประจำในปัจจุบัน โดยเฉพาะในช่วงของการแพร่ระบาดของ Covid-19 ที่ทำให้มีการใช้บริการดิจิตอลแบงก์ก็ยิ่งมากขึ้นอย่างเป็นนัยสำคัญ

โมบาย แบงก์กิ้ง (Mobile Banking) เป็นการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เคลื่อนที่ที่สามารถนำติดตัวไปใช้งานในสถานที่ต่างๆ ได้ง่ายๆ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เป็นต้น โดยจะต้องเชื่อมต่อเข้ากับระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับธนาคารออนไลน์ โดยการทำธุรกรรมทางการเงินในยุคปัจจุบันเรียกว่าสะดวกสบาย ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้มากมาย และสามารถทำได้ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วในยุคปัจจุบัน ซึ่งแต่ละธนาคารต้องคอยพัฒนาและปรับปรุงโมบาย แบงก์กิ้ง ให้มีความน่าสนใจ ใช้งานได้ง่าย และคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้เข้ามาใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้งของธนาคารตนเอง ซึ่งกลุ่มคนส่วนใหญ่ที่มีการใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้งจะเป็นกลุ่มคนที่อยู่ในช่วงวัย 25-34 ปี (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563)

ปัจจุบันประชากรโลกกำลังมีอายุสูงขึ้นอย่างรวดเร็วในปี 2563 โลกของเรามีประชากรรวมทั้งหมด 7,795 ล้านคน โดยมี “ผู้สูงอายุ” ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป 1,050 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 14 ของประชากรทั้งหมด โดยในปี 2563 ประเทศไทยมีประชากรรวม 66.5 ล้านคน ประชากรผู้สูงอายุของประเทศไทยได้เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็วมาก โดยในปี 2563 ผู้สูงอายุได้เพิ่มจำนวนเป็น 12 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 18 ของประชากรทั้งหมด และประเทศไทยกำลังจะกลายเป็น “สังคมสูงอายุอย่างสมบูรณ์” ภายในปี 2565 (เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์, 2563) ผู้เชี่ยวชาญด้านประชากรศาสตร์ได้ระบุว่าประเทศไทยจะมีสัดส่วนผู้สูงอายุสูงมากกว่า 1 ใน 5 ของประชากรทั้งหมดไม่ต่างจากสังคมญี่ปุ่นในปัจจุบัน (ศิริศักดิ์ เชยคำแหง, 2562)

จากข้อมูลข้างต้นทำให้เห็นได้ว่าเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันโดยเฉพาะในด้านของการทำธุรกรรมทางการเงินคือโมบาย แบงก์กิ้งที่ปฏิเสธไม่ได้ว่าทุกคนต้องเคยใช้บริการ แต่อาจยังมีคนบางกลุ่มที่ยังมีความลังเลหรือไม่มั่นใจที่จะเลือกใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้ง อาทิ กลุ่มผู้สูงอายุ จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) เพื่อศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปของการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อตระหนักถึงความสำคัญและความต้องการของกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุเพื่อที่จะก่อให้เกิดรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการด้านการเงินที่มีความเป็นมิตร ใช้งาน สะดวกต่อกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อขยายฐานธนาคารให้เติบโตยิ่งขึ้น

การทบทวนวรรณกรรม

ความรู้ที่มีเกี่ยวกับการเงิน หมายถึง การศึกษาถึงการใช้ทรัพยากรต่างๆที่อยู่อย่างจำกัดให้ได้ ประโยชน์สูงสุดมีส่วนช่วยใน การกำหนดนโยบายทางการเงิน กฎหมายภาษีอากร กฎหมายแพ่งและ พาณิชย์ และข้อกำหนดต่างๆจากรัฐบาลใน การทำ ธุรกิจกระบวนการคิดและพฤติกรรมของมนุษย์ และรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การรวบรวมข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์และตัดสินใจ และสถิติช่วยในการศึกษาการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจในอดีตและแนวโน้มของธุรกิจในอนาคตเรามีความรู้ทางการเงินมากเพียงพอโดยใช้ข้อมูลหรือสื่อการเรียนรู้ต่างๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน อย่างน้อยก็เป็นภูมิคุ้มกันให้กับตัวเราเองและคนในครอบครัวให้สามารถจัดการทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ปิยพร พันธุ์ผล, 2559)

โมบาย แบงก์กิ้ง หมายถึง ตัวช่วยรูปแบบหนึ่งในการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบดิจิทัล ซึ่งสามารถทำได้แบบออนไลน์ ทำให้ไหนเวลาใดก็ได้ เป็นรูปแบบบริการหนึ่งของยุคดิจิทัลและสังคมไร้เงินสด ซึ่งในปัจจุบันโมบาย แบงก์กิ้งเป็นการทำธุรกรรมกับธนาคารพาณิชย์ผ่านช่องทางเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยสามารถโอนเงิน สอบถามยอดเงิน ชำระค่าสินค้าและบริการ ขอรายการเดินบัญชี เป็นต้น (สัจจาภรณ์ ไชยเสนา, 2560)

นวัตกรรมทางการเงิน หมายถึง ในปัจจุบันนวัตกรรมทางการเงิน (Fintech) ได้เข้ามามีบทบาทต่อธุรกิจต่างๆ ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย โดยถูกแทรกซึมเข้าไปอยู่ในแทบจะทุกกิจกรรมของการใช้ชีวิต ทั้งในด้านการชำระค่าสินค้า การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตและเครดิต การให้สินเชื่อผ่านระบบโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันสำหรับการซื้อของผ่านช่องทางออนไลน์ (บลจ.ทิสโก้, 2564)

ส่วนประสมการตลาด หมายถึง แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ(Service Mix) ของ Philip Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งประกอบด้วย 7 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคคล 6) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 7) ด้านกระบวนการ การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง เป็นพฤติกรรมเชิงสังคม เนื่องจากมนุษย์แต่ละคนจะมีระดับของการยอมรับเทคโนโลยีได้ต่างกัน มีนักวิชาการในต่างประเทศที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมของบุคคลทั่วไป และค้นพบว่า เราสามารถแบ่งกลุ่มคนทั่วไปกับทัศนคติและพฤติกรรมในการยอมรับสิ่งใหม่ๆ ออกได้เป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มคนล้ำสมัย กลุ่มคนนำสมัย กลุ่มคนทันสมัย กลุ่มคนตามสมัย และกลุ่มคนล้าสมัย (เรวัต ตันตยานนท์, 2560)

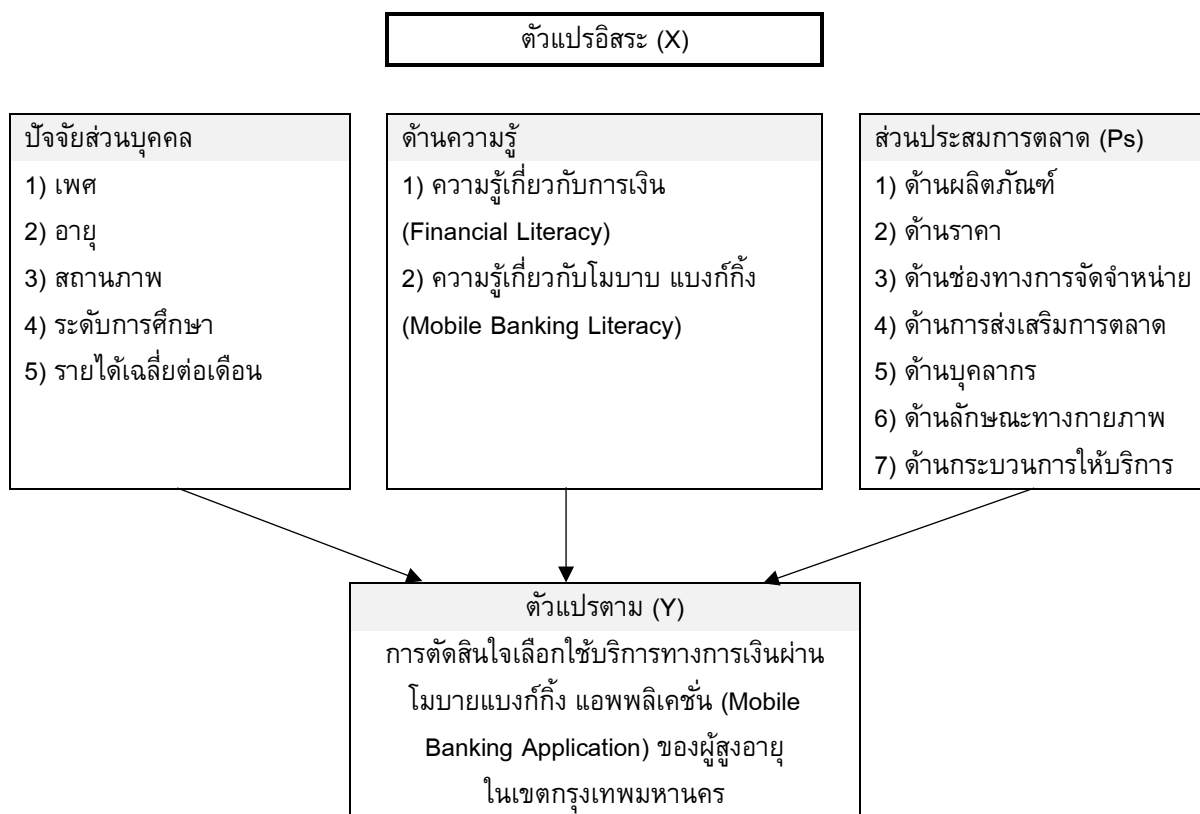
ความหมายของผู้สูงอายุ หมายถึง “ผู้สูงอายุ” หรือบางคนเรียกว่า “ผู้สูงวัย” เป็นคำที่บ่งบอกถึงตัวเลขของอายุว่ามีอายุมาก โดยพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานให้ความหมายของคำว่า คนแก่ คือ มีอายุมาก หรือ อยู่ในวัยชรา ส่วนองค์การสหประชาชาติ ได้ให้นิยามว่า “ผู้สูงอายุ” คือ ประชากรทั้งเพศชายและ เพศหญิงซึ่งมีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป โดยเป็นการนิยามนับตั้งแต่อายุเกิด ส่วนองค์การอนามัยโลกยังไม่มีการให้นิยามผู้สูงอายุ โดยมีเหตุผลว่าประเทศต่างๆ ทั่วโลก มีการนิยามผู้สูงอายุต่างกัน ทั้งนิยามตามอายุเกิด ตามสังคม วัฒนธรรม และสภาพร่างกาย (มนัญญา ภูแก้ว, 2546) โดยผู้สูงอายุจะมีปัญหาในหลายๆด้าน เนื่องจากความชราภาพเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2564)

สมมติฐานการวิจัย

- 1) ปัจจัยทางด้านบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลกับการใช้และไม่ใช้ บริการทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันด้วยการใช้สถิติ Person Chi-Square
- 2) ข้อมูลทางด้านพฤติกรรม ได้แก่บุคคลที่มีส่วนในการเลือกใช้ ความถี่ ระยะเวลา และธนาคาร มีผลกับการใช้และไม่ใช้บริการทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันด้วยการใช้สถิติ Person Chi-Square
- 3) ข้อมูลทางด้านความรู้ ได้แก่ ความเข้าใจที่มีต่อความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) และ ความรู้โมบาย แบงก์กิ้ง (Mobile Banking Literacy) กับการใช้และไม่ใช้บริการทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ด้วยการ ใช้สถิติ Person Chi-Square

4) การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน โดยใช้แบบจำลองโลจิสติก (Logit Model)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การสำรวจ (Survey) ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60-80 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีการใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้ง และไม่เคยใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง ที่ใช้สมาร์ทโฟน จำนวน 400 ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัย แบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบในการศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และมีการทดสอบความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) โดยรวมมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (Nunnally, 1978) ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาไปทดลองใช้ (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด ก่อนที่จะนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูล และ ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยแบบอิสระ (Independent Sample t-test) ตัวแปรคุณภาพ 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Chi-Square) และการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิสติก (Logit model) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 53.50) เป็นผู้สูงอายุระดับต้น โดยจะเป็นช่วงอายุ 65-70 ปี (ร้อยละ 40.80) มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 80) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 72.80) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-50,000 บาท (ร้อยละ 48.30)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการทางการเงินผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าหน้าที่ธนาคารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ (35.71) ในส่วนของวัตถุประสงค์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการมากที่สุด คือการฝาก ถอน โอนเงิน / ชำระค่าสินค้าและบริการ (ร้อยละ 36) โดยเลือกใช้ผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟนมากที่สุด (ร้อยละ 95.36) ซึ่งความถี่ในการใช้บริการแอปพลิเคชัน คือ 6-10 ครั้ง/สัปดาห์ (ร้อยละ 45.36) ในส่วนของธนาคารที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการมากที่สุดคือ ธนาคารกรุงไทย (ร้อยละ 37.14)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยไม่ใช้บริการทางการเงินผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน พบว่า หากต้องใช้บริการบุคคลที่จะมีอิทธิพลในการเลือกใช้ ส่วนใหญ่จะเลือกเป็นคนในครอบครัวมากที่สุด ร้อยละ (45.83) เหตุผลที่ไม่เลือกใช้บริการมากที่สุดคือการที่แอปพลิเคชันไม่มีความปลอดภัยและกลัวข้อมูลรั่วไหล (ร้อยละ 33.6) โดยจะใช้บริการผ่านช่องทางมากที่สุด คือ ไปใช้บริการที่สาขาของธนาคาร (ร้อยละ 91.67) มีความถี่ในการใช้บริการคือ 1-5 ครั้ง/สัปดาห์ (ร้อยละ 80) และมีธุรกรรมทางการเงินที่ใช้บริการมากที่สุด คือ การฝาก ถอน โอนเงิน/ชำระค่าสินค้าและบริการ (ร้อยละ 70.83) ส่วนธนาคารที่ใช้บริการมากที่สุดคือธนาคารกรุงเทพ (ร้อยละ 30)

ผลการทดสอบสมมติฐาน จากตารางที่ 1 พบว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับการใช้และไม่ใช้บริการทางการเงินผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ในส่วนของระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการใช้และไม่ใช้บริการทางการเงินผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตารางที่ 2 พบว่า บุคคลที่มีส่วนในการเลือกใช้ ความถี่ ระยะเวลา และธนาคาร มีความสัมพันธ์กับการใช้และไม่ใช้บริการทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากตารางที่ 3 พบว่า พบว่า ความเข้าใจที่มีต่อความรู้ทางการเงิน และ ความรู้โมบาย แบงก์กิ้ง กับการใช้และไม่ใช้บริการทางการเงินผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน มีความสัมพันธ์กับการใช้และไม่ใช้บริการทางการเงินผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยทางด้านความถี่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านความรู้โมบาย แบงก์กิ้ง มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการทางการเงินผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ณ ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 99 ส่วนปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการทางการเงินผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานกับปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	สถิติที่ใช้	ค่าสถิติ	Sig.
อายุ	Chi-Square	45.258	0.000***
ระดับการศึกษา	Chi-Square	10.340	0.016**
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Chi-Square	16.133	0.003**

หมายเหตุ: ***, **, * มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99, 95, 90 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานกับปัจจัยทางด้านพฤติกรรม

ปัจจัยด้านพฤติกรรม	สถิติที่ใช้	ค่าสถิติ	Sig.
บุคคลที่มีส่วนในการเลือกใช้	Chi-Square	21.616	0.001***
ความถี่	Chi-Square	53.744	0.000***
ระยะเวลา	Chi-Square	156.340	0.000***
ธนาคาร	Chi-Square	156.340	0.000***

หมายเหตุ: ***, **, * มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99,95,90 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานกับปัจจัยทางด้านความรู้ ความเข้าใจ

ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจ	สถิติที่ใช้	ค่าสถิติ	Sig.
ความรู้ทางการเงิน	Chi-Square	45.782	0.000***
ความรู้โมบาย แบงก์กิ้ง	Chi-Square	261.854	0.000***

หมายเหตุ: ***, **, * มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99,95,90 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน โดยใช้แบบจำลองโลจิสติก (Logit Model)

Variable	Coefficient	S.E.	Wald	Sig.	Exp(B)	Marginal Effect
Frequency	1.692	0.448	14.277	0.000***	5.431	0.2041
Place	1.317	0.651	4.092	0.043**	3.733	0.1597
Process	-2.150	0.791	7.391	0.007***	0.116	-0.2607
Mobile Banking Literacy	5.131	0.527	94.890	0.000***	169.189	0.8112
Constant	2.402	2.482	0.937	0.333	11.050	0.9170

หมายเหตุ: ***, **, * มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99,95,90 ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากปัจจุบันความก้าวหน้าในด้านเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้บริการ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ มากมาย โดยเฉพาะด้านการเงิน ที่ได้มีวิวัฒนาการของธนาคาร เรียกว่า ดิจิตอลแบงก์กิ้งเกิดขึ้นมา เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการทั้งหลาย แต่อาจยังมีคนบางกลุ่มที่ยังได้เข้าถึงหรือได้ใช้บริการ โดยเฉพาะกลุ่มของผู้สูงอายุ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจและเห็นความสำคัญในเรื่องดังกล่าว จึงได้ทำการศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง เพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่จะส่งผลทำให้เกิดการเลือกใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้ง และเพื่อที่จะเสนอแนะหรือหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่อไปในอนาคต ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษตามวัตถุประสงค์การศึกษา ได้ดังนี้

1) ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปของการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ในประเทศไทยจากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ในประเทศไทย พบว่า การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านบริการโมบาย แบงก์กิ้ง จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย ระหว่างปี 2561 ถึง ปี 2565 มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และเติบโตมากขึ้นในทุกๆ ปี อย่างเห็นได้ชัด ไม่ว่าจะเป็นจำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ ปริมาณรายการ และมูลค่ารายการ ที่แสดงให้เห็นว่าบริการโมบาย แบงก์กิ้งเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนอย่างมากขึ้นเรื่อยๆ และมีแนวโน้มที่จะเติบโตมากขึ้นอีกในอนาคตข้างหน้า

ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสะดวกสบาย ในการทำธุรกรรมทางการเงินที่มากขึ้น โดยที่ไม่จำเป็นต้องไปรอคิวที่ธนาคารอีกต่อไป อีกทั้งยังสามารถทำธุรกรรมได้ตลอด 24 ชั่วโมง จากทุกทั่วมุมโลก เพียงแค่มีสมาร์ตโฟนและอินเทอร์เน็ต จึงสามารถสรุปได้ว่าวิถีชีวิตของคนไทยกำลังเข้าสู่โลกดิจิทัลแบบกึ่งๆ อย่างสมบูรณ์แบบ

2) ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการทางการเงินผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการทางการเงินผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุ จากการใช้ค่าสถิติไคสแควร์ พบว่า ปัจจัยทางด้านบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ในส่วนของปัจจัยทางด้านพฤติกรรม ได้แก่ บุคคลที่มีส่วนในการเลือกใช้ ความถี่ ระยะเวลา และธนาคาร มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน

ปัจจัยทางด้านความรู้ ได้แก่ ความเข้าใจที่มีต่อความรู้ทางการเงิน และ ความรู้โมบาย แบงก์กิ้ง มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน เช่นกัน สามารถสรุปได้ว่า ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และมีความรู้ ความเข้าใจทางการเงิน และ ความรู้โมบาย แบงก์กิ้ง ที่สูงกว่าจะมีโอกาสที่จะใช้บริการทางการเงินผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน มากกว่าผู้สูงอายุที่มีปัจจัยที่กล่าวมาอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า ในส่วนผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการทางการเงินผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุ จากการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้สูงอายุที่ใช้บริการทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน และไม่ใช้บริการทางการเงินผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน กับปัจจัยด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ส่วนใหญ่ด้านกระบวนการให้บริการ มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

จากผลการวิจัยข้างต้นและการศึกษา สามารถนำมากำหนดข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มโอกาสในการใช้บริการทางการเงินผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครได้ ดังนี้

1) ด้านความรู้ทางการเงิน_การมีความรู้ทางการเงิน จะเป็นการเพิ่มให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิต และมีการเงินที่มั่นคงขึ้น ดังนั้นภาครัฐที่เกี่ยวข้อง หรือภาคธนาคาร ควรมีการให้ความรู้ทางการเงินกับประชาชนทุกกลุ่มในการเข้าถึง และควรทำให้สามารถเข้าใจได้ง่ายเพื่อให้ประชาชนในบางกลุ่มที่ไม่ได้รับการศึกษาที่สูงหรือการศึกษาที่ไม่ได้เข้าถึงสามารถเข้าใจได้ด้วย อาทิ การสร้างแหล่งความรู้ตามชุมชน การสร้างสื่อการเรียนรู้ผ่านโทรทัศน์ หรือผ่านโซเชียลมีเดีย โดยนำเสนอให้ดูง่ายที่สามารถจำและนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง เพื่อให้ประชาชนมีความรู้และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน

2) ด้านความรู้โมบาย แบงก์กิ้ง_การมีความรู้โมบาย แบงก์กิ้ง จะเป็นการเพิ่มให้ประชาชนหันมาใช้บริการมากขึ้น ควรมีการทำสื่อโฆษณาที่เป็นการให้ความรู้และวิธีการใช้งานให้ประชาชนเข้าถึงได้ บอกถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการเลือกใช้บริการ โดยควรจะอธิบายให้เข้าใจได้ง่าย อาทิ การประชาสัมพันธ์ถึงบริการมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ว่าสร้างและพัฒนาขึ้นมาเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการใช้บริการ ทำให้ทุกคนสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่ ทุกเวลา ไม่ว่าจะเป็นการจ่าย โอน ถอน กดเงินไม่ใช้บัตร ตรวจสอบยอดเงินคงเหลือหรือยอดที่ค้างชำระ ก็สามารถทำได้อย่างสะดวกรวดเร็ว เพียงแค่มีอินเทอร์เน็ตกับคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ตโฟน และประชาสัมพันธ์ถึงความปลอดภัยของแอปพลิเคชันในการเข้าใช้งาน พร้อมทั้งควรบอกถึงข้อควรระวังในการทำธุรกรรมเพื่อไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของกลุ่มบุคคลผู้ไม่หวังดีหรือกลุ่มมิจฉาชีพได้

3) ด้านกระบวนการให้บริการ ในปัจจุบันยังมีกลุ่มบุคคลผู้ไม่หวังดี หรือกลุ่มมิจฉาชีพอยู่จำนวนมาก ทำให้บางครั้งผู้ใช้บริการจึงไม่มีความมั่นใจในการใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน เพราะกลัวในส่วนของข้อมูลรั่วไหล หรือเงินถูกถอนออกนอกบัญชีไป ดังนั้น ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง หรือภาคธนาคาร ควรมีการสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ และประชาสัมพันธ์ถึงความปลอดภัยของโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน หรือบอกข้อดีของการมีโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ที่จะได้สามารถตรวจสอบธุรกรรมอันน่าสงสัยได้อย่างทันท่วงที และควรมีขั้นตอนการทำธุรกรรมที่

ถูกต้องเพื่อให้การทำธุรกรรมเป็นไปอย่างถูกต้องและปลอดภัย นอกจากนี้แล้วยังควรมีการนำเสนอข้อห่วงกังวลหรือกลวิธีที่กลุ่มบุคคลผู้ไม่หวังดี หรือกลุ่มมิจฉาชีพ มักจะใช้ในการหลอกลวงผู้ใช้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการไม่หลงทำตามจนเกิดความเสียหาย โดยเฉพาะกับกลุ่มผู้สูงอายุที่อาจตกเป็นเหยื่อได้

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด_การสร้างเชื่อมั่นในการใช้เลือกบริการโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ผู้ใช้บริการมาเลือกใช้ นอกจากการประชาสัมพันธ์ถึงข้อดีและความปลอดภัยแล้ว ภาคราชการควรมีการเลือกบุคคลสำคัญที่ประชาชนรู้จัก มีความน่าเชื่อถือ มาประชาสัมพันธ์หรือณรงค์ให้มีการสมัครบริการโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน มาเป็นทางเลือกในการทำธุรกรรมที่จะสะดวกสบายและง่าย โดยไม่จำเป็นต้องไปรอคิวที่สาขา อาทิ นักแสดง ดารา บุคคลสำคัญของประเทศ เป็นต้น สุดท้ายนี้อาจมีการให้สิทธิพิเศษแก่ผู้ใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน เพื่อดึงดูดผู้ใช้บริการให้หันมาใช้บริการมากขึ้น เช่น เมื่อชำระสินค้าและบริการผ่านแอปพลิเคชัน จะได้ส่วนลด หรือ การสะสมแต้ม เพื่อไปร่วมในกิจกรรมต่างๆของธนาคารเพื่อลุ้นรับของรางวัลได้

5) ด้านลักษณะทางกายภาพ ความสำคัญของรูปแบบโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้ โดยเฉพาะกับผู้สูงอายุที่ต้องการให้โมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน มีความน่าเชื่อถือ น่าดึงดูด หรือมีรูปแบบที่เข้าถึงได้ง่าย อาทิ การทำรูปแบบให้ดูง่ายที่สุด การมีปุ่มสำหรับเลือกทำธุรกรรมที่ไม่มากจนเกินไป มีสีสันทันสามารถจดจำได้ง่ายเป็นเอกลักษณ์ มีช่องทางให้เลือกขนาดตัวหนังสือใหญ่เป็นพิเศษ หรือมีให้เลือกรูปแบบสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะในการให้ดูง่ายที่สุด ไม่ซับซ้อนจนเกินไป แต่สุดท้ายผู้สูงอายุอาจจะต้องมีการเรียนรู้และปรับตัวให้ทันเทคโนโลยีในปัจจุบัน ซึ่งอาจจะต้องมีการอธิบายโดยเป็นการพูดคุยเพื่อแก้ไขปัญหาให้ จึงควรมีช่องทางสำหรับผู้สูงอายุให้ติดต่อโดยเฉพาะเพื่อช่วยแนะนำและเสนอแนะแนวทางแก้ไขให้ โดยจะทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกอุ่นใจโดยไม่จำเป็นต้องรอรอบคกร หรือลูกหลานมาช่วยดูแลในการทำธุรกรรม และหากภาคราชการสามารถทำได้จะทำให้ผู้สูงอายุอยากที่จะเลือกมาใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างแน่นอน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) สำหรับในส่วนของการศึกษาทั่วไปของการใช้บริการทางการเงินผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน มีการรวบรวมสถิติของการใช้บริการผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ว่าแต่ละปีมีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นกี่ราย ซึ่งถือว่าสามารถมองเห็นได้ชัดว่ามีการเพิ่มขึ้นของผู้ใช้บริการอย่างเห็นได้ชัดทุกปี ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรจะมีการเก็บสถิติหรือการค้นคว้าว่าในแต่ละระดับช่วงอายุที่มีการใช้บริการเพิ่มมากขึ้นว่าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มช่วงอายุใด อาชีพใด ระดับการศึกษาใด ระดับรายได้เฉลี่ยใด และธนาคารใด ที่มีการเพิ่มขึ้นของผู้ใช้บริการมากที่สุด เพื่อที่จะนำผลจากการศึกษามาวิเคราะห์เปรียบเทียบ ในการเข้าถึงปัญหาและวิธีการแก้ไข เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องและภาคธนาคารที่จะสามารถวิเคราะห์ในการให้บริการของกลุ่มผู้ใช้งานให้ดียิ่งขึ้นไปในอนาคต

2) สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์ การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเชิงลึก ดังนั้นจึงควรมีศึกษาหรือการเข้าไปสัมภาษณ์ถึงปัญหาด้านการเข้าถึงบริการทางการเงินผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ว่าปัจจัยที่สำคัญที่แท้จริงเป็นปัจจัยด้านใดในการตัดสินใจไม่เลือกใช้บริการ รวมถึงสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลเพิ่มเติม อาทิ อาชีพปัจจุบัน สถานที่ทำงาน โดยศึกษาจากกลุ่มผู้สูงอายุทั่วประเทศ เพื่อได้ข้อมูลที่เพิ่มมากขึ้นในการนำมาวิเคราะห์และพัฒนาโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ให้ครบและครอบคลุมปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้สูงอายุอย่างยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2564). *ปัญหาของผู้สูงอายุมีอะไรบ้าง*. สืบค้นจาก <https://www.dop.go.th/th/know/15/461>.
 เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์. (2563). *สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ.2563*. สืบค้นจาก <https://thaitgri.org/?p=39772>.
 บลจ.ทิสโก้. (2564). *เจาะธุรกิจ Fintech นวัตกรรมการเงินแห่งอนาคตของโลก*. สืบค้นจาก <https://www.tisco.co.th/th/advisory/2021-09-20-fintech-innovation-for-the-future2.html>.

- ปิยพร พันธุ์ผล. (2559). ความรู้ทางการเงิน (*Financial Literacy*). สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/599745>.
- มนัญญา ภูแก้ว. (2546). พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. ๒๕๔๖. สืบค้นจาก https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/elaw_parcy/ewt_dl_link.php?nid=1536.
- เรวัต ตันตยานนท์. (2560). การยอมรับเทคโนโลยีในบริบทของสังคม. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/116042>.
- ศิริศักดิ์ เขยคำแหง. (2565). ธนาคารเพื่อคนสูงวัยในอนาคตจะหน้าตาเป็นอย่างไร?. สืบค้นจาก <https://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/elder-banking.html>.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). พฤติกรรม Contactless Payment... ดันการใช้ Mobile Banking และ e-Wallet เติบโตต่อเนื่อง ท่ามกลางการแข่งขันที่เข้มข้น. *กระแสรายวัน*, 3131.
- สังจรรย์ ไชยเสนา. (2560). พฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารพาณิชย์. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management Analysis, Planing, Implementation, and Control*. Megda lena Hona, 2018. *Risk Capital in Unit-Linked Insurance Policies*. University of Wroclaw, Poland, 99-107.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2023 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).