

THE NEW VIRTUAL BANK AND ITS ADVANTAGES ON THAI FINANCIAL

Thitipunt PESLAPUNT^{1*} and Pattaragitt NETINIYOM¹

1 Faculty of Business Administration, Kasetsart University, Thailand; Thitipunt.p@ku.th (Corresponding Author)

ARTICLE HISTORY

Received: 20 June 2024

Revised: 4 July 2024

Published: 19 July 2024

ABSTRACT

This research aims to 1) study the implementation of branchless commercial banks to address issues of financial inclusion and accessibility to financial services with financial institutions, 2) examine the advantages and disadvantages, as well as potential solutions to various problems that may arise after the adoption of branchless commercial banking services, and 3) investigate the factors that would sustainably enable branchless commercial banks to provide services and foster market competition for the greatest benefit to Thai society. The study found that introducing virtual banks to Thailand would help individuals with low incomes access financial services more broadly, but service providers must be fair, transparent, and accountable, operating under appropriate supervision to ensure a balanced financial market. Moreover, that technology must demonstrate its benefits in practical use in order to garner interest and acceptance from people.

Keywords: Virtual Bank, Financial Inclusion, Mobile Banking

CITATION INFORMATION: Peslapunt, T., & Netiniyom, P. (2024). The New Virtual Bank and Its Advantages on Thai Financial. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(7), 48

การจัดตั้งธนาคารพาณิชย์ไร้สาขา และข้อดีต่อตลาดการเงินไทย

ฐิติพันธุ์ เปสลาพันธ์^{1*} และ ภัทรกิตติ์ เนตินิยม¹

1 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย มหาลัยเกษตรศาสตร์; Thitipunt.p@ku.th (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อวิเคราะห์และระบุปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการทางการเงินผ่านช่องทาง Virtual Bank 2) เพื่อเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของการใช้บริการทางการเงินผ่าน Virtual Bank กับการใช้บริการผ่านธนาคารแบบดั้งเดิม 3) เพื่อศึกษาและนำกรณีศึกษาจากประเทศที่ประสบความสำเร็จในการใช้ Virtual Banking มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา Virtual Banking ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า การนำ Virtual bank มาเปิดให้บริการที่ประเทศไทยจะช่วยให้ผู้ที่ไม่มีรายได้ต่ำสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้อย่างทั่วถึง แต่ผู้เปิดให้บริการจะต้องมีความเป็นธรรม โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ โดยอยู่ภายใต้การกำกับดูแลที่เหมาะสมให้เกิดสมดุลในตลาดการเงิน และที่มากกว่านั้นเทคโนโลยีนั้นต้องแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ต่อการใช้งาน จึงจะสามารถทำให้ผู้คนสนใจและยอมรับได้

คำสำคัญ: ธนาคารพาณิชย์ไร้สาขา, การเข้าถึงบริการทางการเงิน, โมบายแบงก์กิ้ง

ข้อมูลการอ้างอิง: ฐิติพันธุ์ เปสลาพันธ์ และ ภัทรกิตติ์ เนตินิยม. (2567). การจัดตั้งธนาคารพาณิชย์ไร้สาขา และข้อดีต่อตลาดการเงินไทย. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(7), 48

บทนำ

ความเหลื่อมล้ำเป็นปัญหาโครงสร้างที่มีต้นเหตุจากความไม่เท่าเทียมในระดับการเงินและการกระจายความมั่งคั่ง ปัญหานี้สามารถเกิดขึ้นได้ทั้งในประเทศที่กำลังพัฒนาและประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยเฉพาะในภูมิภาคของแอฟริกาและเอเชีย เปรียบเทียบกับยุโรปและออสเตรเลีย การวิจัยจาก World Bank ระบุว่าอัตราความไม่เท่าเทียมทางการเงินสูงขึ้นในภูมิภาคดังกล่าว (World Bank, 2022)

การแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำทางการเงินมีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่ง เช่นนโยบายการเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงบริการทางการเงินผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อเพิ่มโอกาสให้กับผู้มีรายได้น้อยในพื้นที่ชนบทในการใช้บริการทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ (Ozili, 2021) ผลลัพธ์จากมาตรการเหล่านี้เป็นการเพิ่มอัตราการเข้าถึงบริการทางการเงินจากการศึกษาของ World Bank พบว่าอัตราการเข้าถึงบริการทางการเงินเพิ่มขึ้นตั้งแต่ พ.ศ.2554 ถึง 2564 โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก (World Bank, 2022)

การเข้าถึงบริการทางการเงิน (financial inclusion) เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ประชากรที่อยู่ในพื้นที่ชนบทหรือมีรายได้น้อยสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้ง่ายขึ้น ซึ่งทำให้พวกเขามีความรู้และความสามารถในการบริหารจัดการรายได้และรายจ่าย เพิ่มโอกาสในการออมและลงทุนเพื่อเพิ่มสภาพคล่องของเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของประชากรในระยะยาว (Hussain et al., 2024)

การเข้าถึงบริการทางการเงินสามารถแบ่งเป็น 4 กลุ่มหลัก ตามระดับการให้บริการ โดยมีการพัฒนาช่องทางการให้บริการอย่างต่อเนื่องผ่าน mobile banking และ internet banking ซึ่งเป็นวิธีการที่ช่วยเพิ่มความสะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงิน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2567)

การนำเสนอธนาคารพาณิชย์ไร้สาขา (Virtual bank) ในรูปแบบที่ให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์เป็นสัญลักษณ์ของการพัฒนาธุรกิจธนาคารที่ปรับตัวให้เข้ากับความต้องการใหม่ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2567) ดังนั้นการพัฒนาและการใช้เทคโนโลยีในการเข้าถึงบริการทางการเงินมีบทบาทสำคัญในการลดความเหลื่อมล้ำทางการเงินและส่งเสริมการเศรษฐกิจที่ยั่งยืนในท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การทบทวนวรรณกรรม

ธนาคารเสมือน (Virtual bank) เป็นธนาคารแนวคิดใหม่ที่กำลังเกิดขึ้น เป็นระบบธนาคารรูปแบบหนึ่งที่มุ่งใช้ความแข็งแกร่งทางด้านเทคโนโลยีและข้อมูลจำนวนมากมาใช้ในการดำเนินการกับลูกค้ามากขึ้น ยังคงเป็นธนาคารซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทย และกระทรวงการคลัง โดยจะมีส่วนในการพิจารณาใบอนุญาต ตรวจสอบคุณสมบัติที่มีทั้ง 3 ข้อหลัก ได้แก่ ระบบการเงินแบบธนาคาร ระบบเทคโนโลยีที่มีความแม่นยำถูกต้อง ระบบการจัดการข้อมูลที่มีทั้งคุณภาพและปริมาณที่มากพอ อีกทั้งยังมีการพิจารณาถึงระบบการควบคุมความเสี่ยงอีกด้วย (Mongkolsol, 2024)

การที่ธนาคารไร้สาขาไม่จำเป็นต้องมีพนักงานจะส่งผลดีแต่กับทั้งตัวธนาคารในด้านต้นทุน และกับประชาชนทั่วไปจะได้ประโยชน์อะไรจากการมีอยู่ของนวัตกรรมด้านการเงินนี้ ที่จะช่วยให้เกิดการเข้าถึงสินเชื่อได้มากขึ้น จากเดิมที่ประชาชนบางกลุ่มต้องกู้หนี้ยืมสิน หรือให้โอกาสให้กับ Virtual Bank ที่มีกลไกหลักในการพิจารณาสินเชื่อจาก พฤติกรรมการเงินของลูกค้า ซึ่งธนาคารจะมีข้อมูลที่นำเชื่อถืออยู่ในมือ หัวใจสำคัญคือ ไม่ได้พิจารณาจากเอกสารต่างๆ อย่างธนาคารพาณิชย์แบบเดิม และด้วยต้นทุนทางการเงินที่น้อยกว่า จึงมีการคาดการณ์กันว่า Virtual Bank จะมีดอกเบี้ยเงินฝากสูง ขณะที่ดอกเบี้ยเงินกู้จะต่ำกว่าธนาคารปกติ ซึ่งธนาคารเสมือนจะเป็นทางเลือกที่สำคัญต่อผู้ทำธุรกรรมทางการเงินของประชาชนทั่วไป (Mongkolsol, 2024)

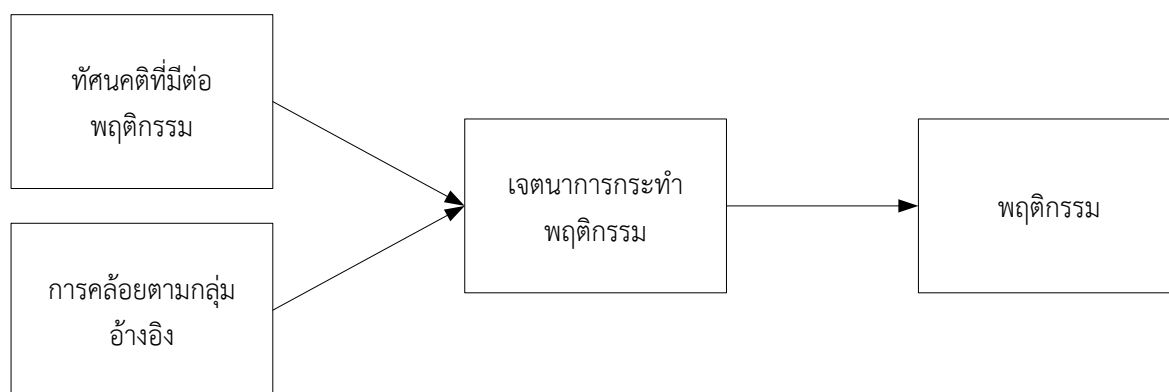
เมื่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นโดยเป็นผลมาจากนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ทำให้รูปแบบการดำเนินธุรกิจเปลี่ยนไปด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Disruption) และการนำเทคโนโลยีมาใช้กับระบบธนาคาร (Financial Technology) ได้ส่งผลให้มีการเข้ามาเร่งการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี และระบบเศรษฐกิจโลก ทำให้หลายประเทศ

อนุญาตให้มีการจัดตั้งธนาคารพาณิชย์ในรูปแบบที่เป็นธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลเท่านั้น (Digital-Only Bank) หรือ Virtual Bank ขึ้น ซึ่งต่างจาก Digital Bank ในปัจจุบัน โดย Virtual Bank เป็นธนาคารพาณิชย์ที่ไม่มีสาขาให้ลูกค้าเข้าไปใช้บริการ ทุกกระบวนการให้บริการจะผ่านช่องทางดิจิทัลเท่านั้น ผู้กำกับดูแลจะกำหนดให้ Virtual Bank มีลักษณะแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์และบริบทของแต่ละประเทศแตกต่างกันไป (SCB ไทยพาณิชย์, 2023)

ในฝั่งของธนาคารไทยพาณิชย์ก็มีการปรับตัวสู่การเป็น Digital Bank เติมรูปแบบ เพื่อให้เท่าทันกับการมาของ Virtual Bank ไม่ว่าจะเป็นการปรับโครงสร้างระบบงานเพื่อสนับสนุนการให้บริการทางการเงินดิจิทัล การนำเทคโนโลยี และ AI เข้ามาเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร การมีพันธมิตรด้านการเงินและเทคโนโลยีดิจิทัลที่แข็งแกร่ง โดยมียุทธศาสตร์ในการเป็น Digital Bank ที่เป็นอันดับหนึ่งด้านการบริหารความมั่งคั่ง พร้อมมอบประสบการณ์การให้บริการที่เชื่อมถึงกันอย่างไร้รอยต่อในทุกช่องทาง ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้ทั้งทางออนไลน์ สาขา และจุดบริการ Self Service ต่างๆ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ Digital Bank with Human Touch ที่ทำให้ธนาคารรู้จักลูกค้าผ่านข้อมูล และเข้าใจลูกค้าผ่านความรู้สึก (SCB ไทยพาณิชย์, 2023)

ในมุมมองทางวิชาการมีความพยายามในการทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคที่จะยอมรับและตัดสินใจกระทำพฤติกรรมบางอย่าง โดยแนวคิดที่ใช้ในการทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนหนึ่งจะได้รับมาจากการศึกษาพฤติกรรมผ่านแนวคิดทางวิทยาศาสตร์อย่าง “พฤติกรรมศาสตร์” (behavioral science) โดยทฤษฎีเหล่านี้ถูกพัฒนาขึ้นต่อเนื่องโดยกลายเป็นส่วนหนึ่งของการประยุกต์ใช้เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจ อาทิเช่น การตัดสินใจของบุคคลในการซื้อสินค้าและบริการ (อนุวัตร จุลินทร และคณะ, 2562) โดยแนวคิดที่นักวิชาการได้นำมาพัฒนาเป็นทฤษฎีเกิดจากการเรียนรู้คิด (Cognitive approach) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวบุคคลนั้นกระทำสิ่งใด ๆ หรือตอบสนองผ่านการกระทำจากสิ่งที่เร้าเข้ามา โดยมีกระบวนการทางสมองของมนุษย์ที่ศึกษาและทำความเข้าใจ จำ และรับรู้ ผ่านข่าวสารข้อมูลและสิ่งเร้าต่าง ๆ (วิลาสลักษณ์ ชวัลลล, 2537) ภายใต้การศึกษามนุษย์ผ่านพฤติกรรมศาสตร์ และกระบวนการเรียนรู้ มีหลายทฤษฎีที่ถูกพัฒนาขึ้นจากแนวคิดดังกล่าว เช่น ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) และทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ซึ่งแนวคิดทฤษฎีเหล่านี้มักจะเป็นที่นิยมในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior) และความตั้งใจของบุคคลที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรม (behavioral intention) และยังมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม เช่น ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory) ซึ่งสะท้อนถึงระดับความเข้าใจของบุคคลต่อเทคโนโลยีว่ามีความสอดคล้องกับประสบการณ์หรือความต้องการของผู้ใช้งาน โดยในส่วนนี้ผู้วิจัยจะรวบรวมทฤษฎีที่นิยมใช้ในการศึกษาร่วมกับการยอมรับเทคโนโลยีและความก้าวหน้า ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดของธนาคารเสมือนซึ่งเป็นเทคโนโลยีใหม่ที่ยังไม่เป็นที่คุ้นเคยของผู้บริโภค

ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) โดย Fishbein and Ajzen (1975) เป็นทฤษฎีที่มีรากฐานมาจากการเรียนรู้คิด (Cognitive approach) โดยมีแบบจำลองที่นำเสนอถึงความคิดพื้นฐานที่ว่า พฤติกรรมของมนุษย์มีการกระทำโดยมีความตั้งใจและแบบแผน โดย Fishbein and Ajzen (1975) ระบุว่า การกระทำของตัวบุคคลนั้นเกิดจากเหตุผล โดยมีการประมวลผลจากสิ่งต่าง ๆ ทั้งเป็นข้อมูลที่ชัดเจน (explicit) และไม่ชัดเจน (implicit) มาพิจารณา ก่อนที่ตัวบุคคลจะมีความตั้งใจกระทำพฤติกรรมใด ๆ (อนุวัตร จุลินทร และคณะ, 2562) โดยทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลได้นำเสนอเจตนาการกระทำพฤติกรรมของตัวบุคคลที่จะก่อให้เกิดการกระทำนั้น ๆ (behavioral intention/behavior) เกิดจากทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (Attitude toward the behavior) และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective norm)



ภาพที่ 1 ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action)

ที่มา: ปรับปรุง Fishbein and Ajzen (1975)

ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (Attitude toward the behavior) คือ การรับรู้ที่เกิดจากการประเมินของตัวบุคคลที่มีต่อพฤติกรรม ซึ่งเกิดจากความเชื่อที่เกี่ยวกับพฤติกรรมดังกล่าว (Behavioral belief) ซึ่งระดับการประเมินนั้นจะสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งทางบวกและทางลบ เช่น ความชอบ ความไม่ชอบที่มีต่อพฤติกรรม กล่าวคือ ถ้าตัวบุคคลมีความเชื่อและประเมินผลต่อผลที่ตามมาของพฤติกรรมในด้านบวก ตัวบุคคลจะแสดงทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรม ในขณะที่ถ้าตัวบุคคลมีความเชื่อและประเมินผลต่อผลที่ตามมาของพฤติกรรมในด้านลบ จะแสดงให้เห็นถึงทัศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรม

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective norm) คือ การรับรู้ของตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับความต้องการและความคาดหวังของสังคมที่มีอิทธิพลต่อตัวบุคคล ซึ่งเกิดจากความเชื่อที่เกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (Normative belief) โดยกลุ่มอ้างอิงสามารถเป็นได้ทั้งกลุ่มคนใกล้ชิดของตัวบุคคลเอง ได้แก่ ครอบครัว สามัญชน เพื่อน หรืออาจจะเป็นผู้ที่ใกล้เคียงตัวบุคคลนั้นแต่มีอิทธิพลต่อตัวบุคคล เช่น เพื่อน ผู้บังคับบัญชา หรืออาจจะรวมไปถึงบุคคลอื่นที่มีอิทธิพลต่อความคิดของตัวบุคคล เช่น บุคคลที่ถูกชื่นชมโดยตัวบุคคลเอง โดยความตั้งใจเชิงพฤติกรรมใดๆ จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลประเมินว่ากลุ่มอ้างอิงที่กล่าวมานั้นมีอิทธิพลต่อตัวบุคคลในการแสดงพฤติกรรม โดยแนวโน้มพฤติกรรมของตัวบุคคลจะถูกแสดงมากขึ้น เมื่อกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อการให้ตัวบุคคลแสดงพฤติกรรม ในขณะที่ความตั้งใจจะไม่เกิดขึ้นเมื่อกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลดังกล่าวไม่ต้องการให้บุคคลนั้นๆ แสดงพฤติกรรม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) เพื่อทำความเข้าใจในเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการทางการเงินผ่านช่องทาง Virtual Bank รวมถึงข้อดีและข้อเสียของการใช้บริการดังกล่าวเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารแบบดั้งเดิม การวิจัยจะใช้วิธีการศึกษาเชิงกรณีศึกษา (Case Study) โดยพิจารณากรณีศึกษาจากประเทศที่มีการใช้งาน Virtual Bank อย่างเป็นทางการแล้ว โดยข้อดีของการศึกษาเชิงกรณีศึกษาจะทำให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายและลึกซึ้ง ช่วยให้เข้าใจในเชิงลึกเกี่ยวกับประสบการณ์ของผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Virtual Bank จากบริบทที่เคยเกิดขึ้นจากประเทศที่ได้นำธนาคารเสมือนไปใช้จริง โดยการวิจัยเชิงกรณีศึกษาจะช่วยให้สามารถเจาะลึกถึงประสบการณ์จริงและผลกระทบที่เกิดขึ้นในบริบทที่หลากหลายของแต่ละประเทศ

ผู้วิจัยเลือกข้อมูลจะใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ได้แก่ Google Scholar แหล่งข้อมูลที่จะใช้ประกอบด้วยรายงานวิจัยจากสถาบันวิจัยที่มีชื่อเสียง บทความวิชาการที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ และใช้ข้อมูลจากข่าวสารเกี่ยวกับ Virtual bank ผ่านทางเว็บไซต์ โดยกระบวนการคัดเลือกข้อมูลจะ

ประกอบด้วย การเลือกประเทศที่มีการใช้งาน Virtual Bank อย่างเป็นทางการ การรวบรวมข้อมูลจะครอบคลุมด้านต่าง ๆ เช่น ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการ Virtual Bank ประสบการณ์ของผู้ใช้ ข้อดีและข้อเสียของการใช้บริการ และผลกระทบต่อระบบการเงินของประเทศนั้นๆ

การคัดเลือกประเทศจะพิจารณาจากการที่ประเทศนั้นมีการใช้งาน Virtual Bank มาเป็นระยะเวลานานพอที่จะมีข้อมูลและผลการศึกษา โดยการใช้ข้อมูลทุติยภูมิช่วยประหยัดเวลาและทรัพยากรและได้ข้อมูลที่ตรงกับความต้องการ คือ กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับธนาคารเสมือนในประเทศที่มีการใช้งานจริง ผู้วิจัยจะเลือกกรณีศึกษาจากประเทศที่กำลังพัฒนา และประเทศที่พัฒนาแล้วเพื่อตรวจสอบถึงความแตกต่างและสอดคล้องกันในบริบท เนื่องจากว่า การยอมรับเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับธนาคารดิจิทัลไม่สามารถอธิบายได้ด้วยเพียงแค่ข้อมูลจากผู้บริโภค แต่ต้องคำนึงถึงปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรม เช่น โครงสร้างพื้นฐาน ค่านิยมทางสังคมที่ต่างกัน

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจะทำโดยการศึกษาและรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ Virtual Bank ในประเทศที่ถูกเลือก ที่มาของข้อมูลจะถูกสืบค้นจากคลังสารสนเทศดิจิทัล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และ Google Scholar และสืบค้นข่าวที่เกี่ยวข้องกับ Virtual Bank ผ่านเว็บไซต์

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยวิเคราะห์และระบุปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการทางการเงินผ่านช่องทางธนาคารเสมือนโดยศึกษาจากกรณีของประเทศเกาหลีใต้ จีน และอังกฤษ โดยพบว่า ปัจจัยหลักที่ส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการทางการเงินผ่าน Virtual Bank คือ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ ความสะดวกสบายในการใช้งาน ความเร็วในการทำธุรกรรม และความสามารถในการเข้าถึงบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยสิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นจากกรณีศึกษาของ Kakao Bank และ WeBank ที่มีระบบนิเวศน์ที่เชื่อมโยงกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในจีนและเกาหลีใต้ ส่งผลให้เกิดการรับรู้ถึงความสะดวกสบายในการใช้งาน รวมทั้งความสามารถในการออกสินเชื่อที่รวดเร็ว ส่งผลให้เกิดประโยชน์ที่ได้รับมากขึ้นแทนที่จะต้องรอก่อนอนุมัติจากธนาคาร ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยี อย่างเช่น TAM (Davis, 1989) และ UTAUT (Venkatesh et al., 2003) ที่อธิบายว่า ผู้ใช้จะยอมรับเทคโนโลยีเมื่อพบว่าเทคโนโลยีนั้นมีประโยชน์ต่อการใช้งาน และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Windasari et al. (2022) ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคต่อธนาคารดิจิทัลในกลุ่มคนรุ่นใหม่และพบว่ามีความง่ายต่อการใช้งานจะทำให้ธนาคารดิจิทัลเป็นที่น่าสนใจและส่งผลต่อการนำไปใช้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kraiwanit et al. (2024) ที่กล่าวว่า กลยุทธ์ในการนำ Virtual Banking มาปรับใช้ในสภาวะเศรษฐกิจดิจิทัลจะช่วยยกระดับชีวิตคุณภาพประชาชน ช่วยให้ประชาชนเข้าถึงบริการทางการเงินได้อย่างเต็มรูปแบบ จะเห็นได้จากกรณีของ WeBank และ MyBank ที่สามารถดำเนินการให้สินเชื่อที่รวดเร็วกับธุรกิจขนาดกลางและเล็กที่มีข้อจำกัดด้านการเข้าถึงการให้บริการทางการเงิน

อย่างไรก็ตามปัจจัยด้านจิตวิทยา สามารถครอบคลุมไปถึงปัจจัยที่คำนึงต่อประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ อย่างเช่น ค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าธนาคารแบบดั้งเดิม รวมไปถึงดอกเบี้ยเงินฝากที่สูง สามารถจูงใจให้ผู้ใช้บริการยอมรับถึงประโยชน์ที่ได้จากการเข้าถึงธนาคารเสมือน โดยกรณีศึกษาจากประเทศอังกฤษและจีนแสดงให้เห็นถึงโอกาสที่ผู้ใช้บริการเปลี่ยนถ่ายจากการใช้งานธนาคารพาณิชย์แบบดั้งเดิมไปสู่ธนาคารเสมือน เนื่องจากว่ามีค่าดำเนินการทำธุรกรรมที่ต่ำ มากไปกว่านี้ความไว้วางใจในแบรนด์ ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยทั้งนี้จะเห็นได้จากกรณีของประเทศจีนและเกาหลีใต้ โดยทั้งสองธุรกิจใหญ่ที่เข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมธนาคารเสมือนนั้นมาจากธุรกิจสารสนเทศและเทคโนโลยีที่ใหญ่ที่สุดในทั้งสองประเทศ ส่งผลให้ผู้ใช้มีความคุ้นเคยและมั่นใจต่อแบรนด์ที่เข้ามามีบทบาทต่อธุรกิจทางการเงิน จะเห็นได้จากจำนวนฐานลูกค้าของทั้งสองประเทศที่สูง ในขณะที่ด้านความไว้วางใจแบรนด์นั้น อาจจะอุปสรรคต่อกรณีศึกษาของประเทศอังกฤษ เนื่องจากว่าฐานลูกค้าของธนาคารเสมือนที่ต่ำกว่าและถึงแม้จะมาจากอุตสาหกรรมธนาคารโดยตรง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้ใช้ในอังกฤษยังไม่ยอมรับธนาคารเสมือนเท่าที่ควรเมื่อเทียบกับประเทศจีนและเกาหลีใต้

ยิ่งไปกว่านั้นความปลอดภัยของข้อมูล และความน่าเชื่อถือของเทคโนโลยีที่ใช้งานยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค จะเห็นได้จากกรณีศึกษาของประเทศจีนที่พบว่า ปัญหาหลักของผู้ใช้งานธนาคารดิจิทัลมาจากการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคต่อเทคโนโลยี ในขณะที่กรณีศึกษาจาก Starling Bank ในอังกฤษสะท้อนถึงความไม่โปร่งใสในการดำเนินงานรับมือความเสี่ยงเช่นการโกงของมิจฉาชีพ เมื่อเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของการใช้บริการทางการเงินผ่าน Virtual Bank กับการใช้บริการผ่านธนาคารแบบดั้งเดิม สามารถอธิบายถึงข้อดีของการใช้บริการผ่าน Virtual Bank ได้แก่ ความสะดวกสบายในการใช้งานผ่านมือถือหรือคอมพิวเตอร์ ค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า การทำธุรกรรมที่รวดเร็ว และการเข้าถึงบริการได้ทุกที่ทุกเวลา อย่างไรก็ตาม Virtual Bank ยังสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล

ในขณะที่ข้อเสียของการใช้บริการผ่าน Virtual Bank รวมถึงความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูล การถูกโจมตีทางไซเบอร์ และการขาดการให้บริการแบบตัวต่อตัว ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มรู้สึกไม่มั่นใจ นอกจากนี้ การแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อนหรือการขอคำปรึกษาอาจทำได้ยากกว่าธนาคารแบบดั้งเดิม

นอกเหนือจากปัจจัยทางจิตวิทยาแล้ว จะเห็นได้ถึงบทบาทของปัจจัยภายนอก (External factor) เช่นการสนับสนุนจากรัฐบาล การผ่อนปรนด้านกฎหมาย และโครงสร้างทางเทคโนโลยี มีส่วนสำคัญต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมธนาคารเสมือน ในประเทศจีน รัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในภาคการเงิน โดยเฉพาะหลังจากสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ที่ทำให้ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจในจีนต้องเปลี่ยนไปสู่ดิจิทัลมากขึ้น การสนับสนุนจากรัฐบาลช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในการใช้บริการ Virtual Bank ในกรณีของประเทศอังกฤษ การเปลี่ยนแปลงกฎหมายระบบธุรกรรมทางการเงิน (PSD2) ที่อนุญาตให้บุคคลภายนอกเข้าถึงอินเทอร์เฟซการเขียนโปรแกรมแอปพลิเคชันของธนาคารได้ เป็นตัวช่วยสำคัญในการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการใหม่ๆ สามารถเข้าสู่ตลาดการเงินได้ง่ายขึ้น การผ่อนปรนและปรับปรุงกฎหมายเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญในการส่งเสริมการเติบโตของ Virtual Bank กฎหมาย PSD2 ในยุโรป และการผ่อนปรนจาก FDA ในกรณีศึกษาของเกาหลีใต้ เป็นตัวอย่างที่ดีในการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรมทางการเงิน

อย่างไรก็ตามการมีโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีที่แข็งแกร่ง เช่น เครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วสูงและระบบการชำระเงินที่มีประสิทธิภาพ เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการให้บริการ Virtual Bank อย่างมีประสิทธิภาพ จะเห็นได้จากฐานลูกค้าของประเทศจีนและเกาหลีใต้สอดคล้องกับความสามารถในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และสมาร์ตโฟนจากจำนวนผู้ใช้ของแอปพลิเคชัน Kakao และ WeChat ในกรณีของจีน การนำเทคโนโลยีขั้นสูงเช่น AI, Big Data, และ Blockchain มาใช้ในการพัฒนาบริการ Virtual Bank ทำให้การดำเนินการทางการเงินมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

กรณีศึกษาจากประเทศอังกฤษและจีนแสดงให้เห็นถึงโอกาสที่ผู้ใช้งานเปลี่ยนถ่ายจากการใช้งานธนาคารพาณิชย์แบบดั้งเดิมไปสู่ธนาคารเสมือนเนื่องจากว่ามีค่าดำเนินการทำธุรกรรมที่ต่ำ มากไปกว่านั้นความไว้วางใจในแบรนด์ ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยทั้งนี้จะเห็นได้จากกรณีของประเทศจีนและเกาหลีใต้ โดยทั้งสองธุรกิจใหญ่ที่เข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมธนาคารเสมือนนั้นมาจากธุรกิจสารสนเทศและเทคโนโลยีที่ใหญ่ที่สุดในทั้งสองประเทศ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความคุ้นเคยและมั่นใจต่อแบรนด์ที่เข้ามามีบทบาทต่อธุรกิจทางการเงิน จะเห็นได้จากจำนวนฐานลูกค้าของทั้งสองประเทศที่สูง ในขณะที่ด้านความไว้วางใจแบรนด์นั้นอาจจะยังเป็นอุปสรรคต่อกรณีศึกษาของประเทศอังกฤษ เนื่องจากว่าฐานลูกค้าของธนาคารเสมือนที่ต่ำกว่าและถึงแม้จะมาจากอุตสาหกรรมธนาคารโดยตรง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้ใช้ในอังกฤษยังไม่ยอมรับธนาคารเสมือนเท่าที่ควรเมื่อเทียบกับประเทศจีนและเกาหลีใต้

ยิ่งไปกว่านั้นความปลอดภัยของข้อมูล และความน่าเชื่อถือของเทคโนโลยีที่ใช้งานยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค จะเห็นได้จากกรณีศึกษาของประเทศจีนที่พบว่าปัญหาหลักของผู้ใช้งานธนาคารดิจิทัลมาจากการ

รับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคต่อเทคโนโลยี ในขณะที่กรณีศึกษาจาก Starling Bank ในอังกฤษสะท้อนถึงความไม่โปร่งใสในการดำเนินงานรับมือความเสี่ยงเช่นการโกงของมิจฉาชีพ เมื่อเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของการใช้บริการทางการเงินผ่าน Virtual Bank กับการใช้บริการผ่านธนาคารแบบดั้งเดิม สามารถอธิบายถึงข้อดีของการใช้บริการผ่าน Virtual Bank ได้แก่ ความสะดวกสบายในการใช้งานผ่านมือถือหรือคอมพิวเตอร์ ค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า การทำธุรกรรมที่รวดเร็ว และการเข้าถึงบริการได้ทุกที่ทุกเวลา อย่างไรก็ตาม Virtual Bank ยังสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล

ในขณะที่ข้อเสียของการใช้บริการผ่าน Virtual Bank รวมถึงความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูล การถูกโจมตีทางไซเบอร์ และการขาดการให้บริการแบบตัวต่อตัว ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มรู้สึกไม่มั่นใจ นอกจากนี้ การแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อนหรือการขอคำปรึกษาอาจทำได้ยากกว่าธนาคารแบบดั้งเดิม

นอกเหนือจากปัจจัยทางจิตวิทยาแล้ว จะเห็นได้ถึงบทบาทของปัจจัยภายนอก (External factor) เช่นการสนับสนุนจากรัฐบาล การผ่อนปรนด้านกฎหมาย และโครงสร้างทางเทคโนโลยี มีส่วนสำคัญต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมธนาคารเสมือน ในประเทศจีน รัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในภาคการเงิน โดยเฉพาะหลังจากสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ที่ทำให้ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจในจีนต้องเปลี่ยนไปสู่ดิจิทัลมากขึ้น การสนับสนุนจากรัฐบาลช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในการใช้บริการ Virtual Bank ในกรณีของประเทศอังกฤษ การเปลี่ยนแปลงกฎหมายระบบธุรกรรมทางการเงิน (PSD2) ที่อนุญาตให้บุคคลภายนอกเข้าถึงอินเทอร์เฟซการเขียนโปรแกรมแอปพลิเคชันของธนาคารได้ เป็นตัวช่วยสำคัญในการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการใหม่ๆ สามารถเข้าสู่ตลาดการเงินได้ง่ายขึ้น การผ่อนปรนและปรับปรุงกฎหมายเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญในการส่งเสริมการเติบโตของ Virtual Bank กฎหมาย PSD2 ในยุโรป และการผ่อนปรนจาก FDA ในกรณีศึกษาของเกาหลีใต้เป็นตัวอย่างที่ดีในการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรมทางการเงิน

อย่างไรก็ตามการมีโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีที่แข็งแกร่ง เช่น เครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วสูงและระบบการชำระเงินที่มีประสิทธิภาพ เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการให้บริการ Virtual Bank อย่างมีประสิทธิภาพ จะเห็นได้จากฐานลูกค้าของประเทศจีนและเกาหลีใต้สอดคล้องกับความสามารถในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และสมาร์ตโฟนจากจำนวนผู้ใช้ของแอปพลิเคชัน Kakao และ WeChat ในกรณีของจีน การนำเทคโนโลยีขั้นสูงเช่น AI, Big Data, และ Blockchain มาใช้ในการพัฒนาบริการ Virtual Bank ทำให้การดำเนินการทางการเงินมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) สำหรับงานวิจัยในอนาคต ควรขยายขอบเขตของการวิจัยให้ครอบคลุมถึงปัจจัยที่หลากหลายมากขึ้น โดยศึกษาถึงระดับความตั้งใจในการยอมรับธนาคารเสมือนของผู้บริโภคในไทย รวมถึงการใช้ข้อมูลที่ทันสมัยและครอบคลุมทุกด้านของการให้บริการธนาคารเสมือน เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่แม่นยำและครอบคลุมในส่วนของผู้มองจากผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

- 2) การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายและครอบคลุมทุกกลุ่มประชากร จะช่วยให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนถึงความคิดเห็นและพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างแม่นยำมากขึ้น เช่น กรณีศึกษาอาจจะครอบคลุมถึงประเทศกำลังพัฒนาที่ริเริ่มนำธนาคารเสมือนมาใช้ในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2567). ถอดรหัส Virtual Bank ข้อมูลที่ผู้ให้และผู้ให้บริการควรรู้. สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/bot-magazine/Phrasiam-66-1/the-knowledge-66-1-2.html>.

วิลาสลักษณ์ ชวัลลี. (2537). พฤติกรรมศาสตร์ในแง่มุมมองของจิตวิทยา. วารสารพฤติกรรมศาสตร์, 1(1), 53-60.

- อนวัตร จุลินทร, ดุษฎี โยเหลา และ เพ็ชรรัตน์ ไสยสมบัติ. (2562). ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลและทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน: การนำไปประยุกต์ใช้ด้านธุรกิจ. *Humanities, Social Sciences and Arts*, 12(5), 128-145.
- SCB ไทยพาณิชย์. (2566). SCBX ยืนยันความพร้อมเข้าชิงใบอนุญาต Virtual Bank ประกาศจับมือ KakaoBank ธนาคารดิจิทัลที่ใหญ่ที่สุดในเกาหลีใต้ จัดตั้ง Consortium ใช้เทคโนโลยีสร้างบริการที่ดีต่อลูกค้า. สืบค้นจาก <https://www.scb.co.th/th/about-us/news/jun-2566/scbx-kakaobank.html>.
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 319-339.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. MA: Addison-Wesley.
- Hussain, S., Ahmad, T., Ullah, S., Rehman, A. U., & Shahzad, S. J. H. (2024). Financial inclusion and carbon emissions in Asia: Implications for environmental sustainability. *Economic and Political Studies*, 12(1), 88-104.
- Kraiwanit, T., Shaengchart, Y., Limna, P., Thetlek, R., & Moolngearn, P. (2024). The Strategy of Virtual Banking Adoption in the Digital Economy. *Corporate & Business Strategy Review*, 5(1), 264-272.
- Mongkolsol, A. (2024). *Things you should know about Virtual Bank, a branchless bank...how reliable is it?* Retrieved from <https://www.thaipbs.or.th/now/content/927>.
- Ozili, P. K. (2021). Financial inclusion research around the world: A review. In *Forum for Social Economics* (Vol. 50, No. 4, pp. 457-479). Routledge.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 27(3), 425-478.
- Windasari, N. A., Kusumawati, N., Larasati, N., & Amelia, R. P. (2022). Digital-only banking experience: Insights from gen Y and gen Z. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(2), 100170.
- World Bank. (2022). *The Little Data Book on Financial Inclusion 2022*. Washington, DC: World Bank.

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: © 2024 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).