ดร.พิมพ์นารา หิรัญกสิ
ปัญจพัฒน์ ประสิทธิ์เดชสกุล
Pimnara.Hirankasi@krungsri.com
Punjaphut.Prasitdechsakul@krungsri.com
+662 296 6457

บริการธนาคารเพื่อผู้สูงอายุ ในยุคดิจิทัล

กระแสสังคมสูงอายุเป็นหนึ่งในกระแสหลัก (Megatrend) และเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลกรวมถึงไทยด้วย ซึ่งสัดส่วนของผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นทำให้ความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน ตลอดจนการดำเนินการของธนาคารเปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ การให้บริการทางการเงินแก่ผู้สูงอายุมีความท้าทายหลายประการ ทั้งที่เกิดจากความเสื่อมถอยของร่างกาย ความหลากหลายด้านรายได้และทรัพย์สิน ข้อจำกัดในการยืนยันตัวตนด้วยข้อมูล ตลอดจนความรู้สึกต่อต้านเทคโนโลยี ขณะที่ผู้สูงอายุมักต้องการผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่มีความเสี่ยงต่ำ เข้าใจได้ง่ายไม่ซับซ้อน สามารถสร้างรายได้เป็นรายเดือนและไม่จำกัดอายุผู้ใช้บริการ

ในอีกฟากหนึ่ง เทคโนโลยีซึ่งเป็นหนึ่งใน Megatrend และเคยเป็นเหมือนเส้นขนานกับผู้สูงอายุถูกนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้นในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 มาตรการจำกัดการออกนอกเคหสถานเพื่อควบคุมโรคระบาดในหลายประเทศกลายเป็นการสร้างโอกาสให้ผู้สูงอายุได้ลองใช้เทคโนโลยีมากขึ้น โดยเฉพาะการใช้ Mobile Banking และ Internet Banking ที่มีผู้สูงอายุจำนวนมากเริ่มเรียนรู้การใช้งานในช่วงเวลาดังกล่าว ดังนั้น โจทย์สำคัญของภาคธนาคารไทยในเวลานี้คือ ธนาคารควรปรับผลิตภัณฑ์ การบริการ การดำเนินงาน ตลอดจนโมเดลธุรกิจอย่างไรในยุคเทคโนโลยีที่ผู้สูงอายุครองเมืองเช่นนี้

เพื่อให้เข้าใจความต้องการของผู้สูงอายุชาวไทยให้ดีขึ้น วิจัยกรุงศรีได้ทำการสำรวจผู้ที่มีอายุเกิน 50 ปีจำนวน 152 คนผ่านช่องทางออนไลน์ในช่วงเดือนมิถุนายน – กรกฎาคม 2020 ซึ่งเป็นช่วงหลังจากการระบาดของโรคโควิด-19 พบว่าผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังคงมีรายได้และยังมีรายจ่ายที่ต้องจัดการ กว่าร้อยละ 96 ใช้โทรศัพท์มือถือบ่อยถึงบ่อยมาก โดยใช้งานแอปพลิเคชันส่งข้อความ (Chat) สูงสุด และกว่าร้อยละ 80 ใช้บริการ Mobile Banking อยู่แล้ว ทั้งนี้ ผู้สูงอายุที่เข้าใจผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินมักจะมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีด้วย โดยปัจจัยที่จะส่งเสริมให้ผู้สูงอายุใช้ Mobile Banking ได้แก่ความง่ายในการใช้งานและแคมเปญการตลาด ขณะที่ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคสำคัญคือความกังวลด้านความปลอดภัยและส่วนเชื่อมต่อกับผู้ใช้ (User Interface: UI) ที่ไม่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ

ผลจากแบบสอบถามผู้สูงอายุที่วิจัยกรุงศรีจัดทำเน้นย้ำว่าโจทย์สำคัญที่สุดในการจูงใจให้ผู้สูงอายุหันมาใช้เทคโนโลยีอย่าง Mobile Banking คือทำอย่างไรจะสามารถสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจ (Trust) ต่ออุปกรณ์ดิจิทัลที่ทันสมัยอย่างโทรศัพท์มือถือ ตลอดจนระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลที่มองไม่เห็น นอกจากนี้ ธนาคารอาจพิจารณาพัฒนา UI สำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะให้เป็นส่วนต่อขยายของแอปพลิเคชัน Mobile Banking ปกติ โดย UI ดังกล่าวอาจเน้นเฉพาะธุรกรรมที่ผู้สูงอายุมักใช้งานบ่อย ๆ มีหน้าตาที่ใช้งานง่าย และอาจสอดแทรกเกมไว้ในแอปพลิเคชัน Mobile Banking เพื่อส่งเสริม Cognitive Ability ตลอดจนความผูกพัน (Engagement) ของผู้สูงอายุต่อการใช้ Mobile Banking ได้อีกด้วย

เมื่อผู้สูงอายุครองโลก

Megatrend หรือกระแสใหญ่ที่เป็นบริบทของโลกในอนาคตที่สำคัญและไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ มีบทบาทและส่งแรงผลักดันขนาดใหญ่ที่พลิกโฉมภูมิทัศน์ของเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในระดับโลก นอกจากในภาพใหญ่แล้ว เราคงไม่สามารถปฏิเสธได้ว่า Megatrend เหล่านี้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในชีวิตประจำวันของเราด้วย อนึ่ง Megatrend ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีและการประยุกต์ใช้ดิจิทัล การเปลี่ยนขั้วทางการเมืองระหว่างประเทศ ไปจนถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร ล้วนแล้วแต่เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วทุกมุมโลก

ภาพที่ 1: Megatrends **ในปัจจุบัน**



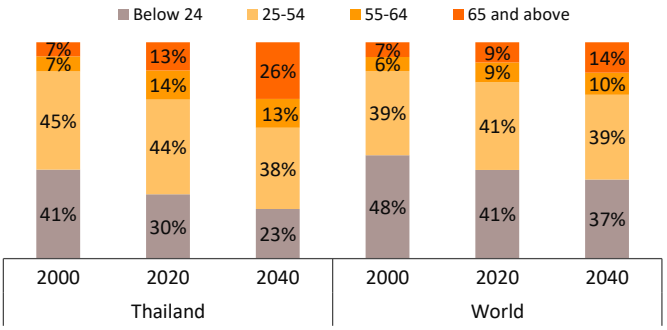
Source: Krungsri Research

สำหรับประเทศไทยแล้ว การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรซึ่งนำไปสู่การก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุ เป็นหนึ่งใน Megatrend สำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคม โดยมีสาเหตุจากอัตราการเกิดที่ลดลงประกอบกับอายุขัยที่ยืนยาวขึ้นจากการแพทย์ที่ก้าวหน้า ทั้งนี้ โดยนิยามขององค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) แล้ว ประเทศที่มีสัดส่วนประชากรที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไปสูงเกินกว่าร้อยละ 7[1/] ของจำนวนประชากรทั้งหมดก็จะจัดว่าเป็น “สังคมสูงอายุ” หรือ Aging Society และหากสัดส่วนดังกล่าวสูงถึงร้อยละ 14[2/] และร้อยละ 20 ประเทศนั้นๆ จะเข้าสู่ภาวะ “สังคมสูงอายุโดยสมบูรณ์” (Aged Society) และสังคมสูงอายุอย่างเต็มที่ (Superaged Society) ตามลำดับ

จากข้อมูลของ UN คาดว่าในปี 2020 ประชากรไทยที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไปนั้นจะมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 13 ทำให้ไทยใกล้เข้าสู่ความเป็นสังคมสูงอายุโดยสมบูรณ์แล้ว และในอีก 20 ปีข้างหน้า ผู้สูงอายุที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไปจะมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าหรือราวร้อยละ 26 ของประชากรทั้งหมด สอดคล้องกับการคาดการณ์ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (สสช.) เมื่อปี 2018 ซึ่งคาดว่าประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ในปี 2021 และอีก 10 ปีต่อมาประเทศไทยจะมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปในสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 28

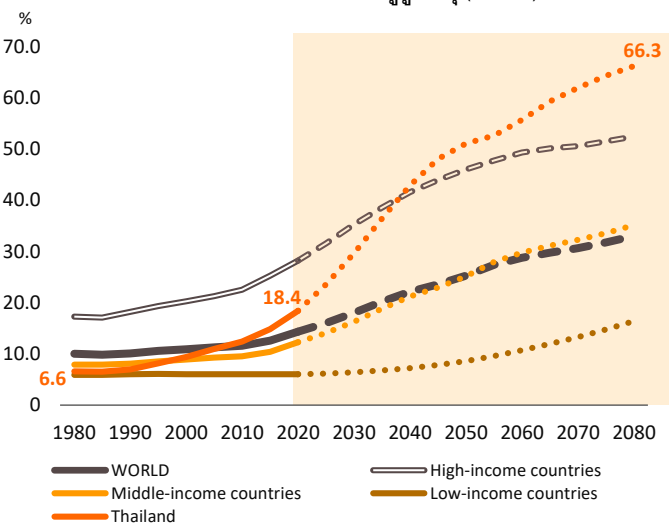
สัดส่วนผู้สูงอายุที่เพิ่มสูงขึ้น ย่อมส่งผลให้อัตราการพึ่งพิงของผู้สูงอายุ (Aged Dependency Ratio) หรืออัตราส่วนผู้สูงอายุต่อประชากรในวัยแรงงานอาจสูงขึ้นมาก โดยจากการคาดการณ์ของ UN พบว่าอัตราส่วนจำนวนประชากรที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไปต่อประชากรวัยแรงงานของไทยในปี 2020 อยู่ที่ร้อยละ 18.4 ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของโลกและของประเทศที่มีรายได้ปานกลาง หรืออาจกล่าวได้ว่าปัจจุบันผู้สูงอายุในไทย 1 คนพึ่งพาประชากรวัยแรงงานราว 5.4 คน โดยตัวเลขดังกล่าวเพิ่มขึ้นในอัตราเร่งตั้งแต่ปี 2010 เป็นต้นมาซึ่งคล้ายคลึงกับประเทศรายได้สูง และหากตัวเลขดังกล่าวยังคงเร่งตัวเหมือนในปัจจุบัน **ภายในปี 2050 ประเทศไทยจะมีจำนวนผู้สูงอายุถึงครึ่งหนึ่งของประชากรวัยแรงงาน หรืออาจกล่าวได้ว่าผู้สูงอายุ 1 คนพึ่งพาประชากรวัยแรงงานเพียง 2 คน และในปี 2080 จำนวนผู้สูงอายุจะมากถึง 2 ใน 3 ของประชากรวัยแรงงาน**

ภาพที่ 2: คาดการณ์สัดส่วนประชากรไทยและโลก จำแนกตามกลุ่มอายุ (ปี)



Source: UN World Population (2019), Krungsri Research

ภาพที่ 3: อัตราการพึ่งพิงของผู้สูงอายุ (ร้อยละ)



Source: UN World Population (2019), Krungsri Research

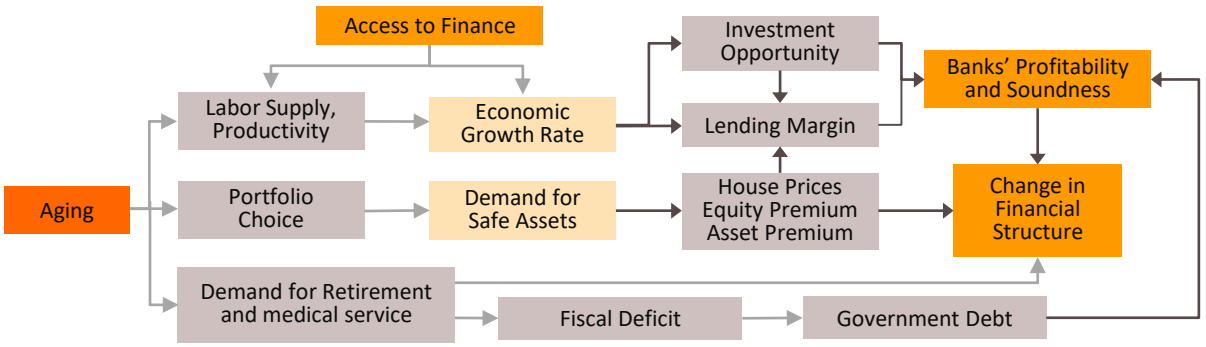
ในสังคมที่มีผู้สูงอายุเป็นจำนวนมากนั้น นอกจากจะมีกำลังแรงงานที่ลดลงแล้ว การใช้จ่ายภายในบางหมวดหมู่อาจเปลี่ยนแปลงไปจากกำลังซื้อของผู้สูงอายุที่แตกต่างจากคนหนุ่มสาวอีกด้วย โดยในประเทศที่พัฒนาแล้ว อาทิ ในสหภาพยุโรปที่ประชากรราวร้อยละ 20 มีอายุ 65 ปีขึ้นไป ผู้สูงอายุเหล่านี้เป็นประชากรกลุ่มใหญ่ที่มีการใช้จ่ายมหาศาลและช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการใช้จ่ายในด้านบริการทางการแพทย์ การพักผ่อนหย่อนใจ และกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมต่างๆ เนื่องจากมีเวลาว่างมากกว่าคนวัยหนุ่มสาว โดยเงินที่ผู้สูงอายุเหล่านี้ใช้จ่ายนั้นมาจากเงินออมจากการทำงานและเงินสวัสดิการจากรัฐบาล[3/] อย่างไรก็ตาม ในกรณีของประเทศกำลังพัฒนาเช่นประเทศไทย จากตัวเลข ณ ปี 2018 ผู้สูงอายุในไทยถึง 3.9 ล้านคนหรือกว่าหนึ่งในสามของผู้สูงอายุทั้งหมดยังคงต้องทำงานอยู่ ทั้งเพื่อหารายได้เสริมและเป็นกำลังหลักในการหาเลี้ยงครอบครัว หรืออาจกล่าวได้ว่า**ผู้สูงอายุในไทยจำนวนมากแม้จะอยู่ในวัยที่พ้นจากวัยทำงานแล้วแต่ยังขาดความมั่นคงทางการเงินเพื่อใช้ชีวิตในยามเกษียณ**

นอกจากสังคมสูงอายุจะส่งผลกระทบต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจแล้ว ยังมีผลต่อลักษณะของสินค้าและบริการที่จะเป็นที่ต้องการอีกด้วย โดยเฉพาะสินค้าและบริการที่จะช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถใช้ชีวิตได้อย่างสะดวกสบาย มีสุขภาพดี สามารถพึ่งพาตัวเองได้อย่างมีอิสระ ในปัจจุบันเราจึงได้เห็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อดูแลผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นหุ่นยนต์ที่ช่วยดูแลผู้สูงอายุ หรืออุปกรณ์อัจฉริยะที่ใช้สวมใส่ (Smart wearables) ที่สามารถวัดชีพจรและสามารถเรียกรถพยาบาลได้โดยอัตโนมัติ อย่างไรก็ตาม **สำหรับในภาคการเงินแล้ว สินค้าและบริการที่ตั้งใจออกแบบมาเพื่อผู้สูงอายุโดยเฉพาะยังมีอยู่อย่างค่อนข้างจำกัด อีกทั้งการใช้เทคโนโลยีในภาคการเงินเพื่อผู้สูงอายุยังเป็นไปได้ยาก เนื่องจากอุปสรรคสำคัญคือ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีของผู้สูงอายุที่ยังอยู่ในระดับต่ำ**

1/ บางประเทศใช้หลักเกณฑ์สัดส่วนจำนวนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 10 สำหรับสังคมสูงอายุ
2/ บางประเทศใช้หลักเกณฑ์สัดส่วนจำนวนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 สำหรับสังคมสูงอายุโดยสมบูรณ์
3/ สวทช (2019) “Silver Economy เศรษฐกิจผู้สูงวัย”

นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรย่อมส่งผลต่อการดำเนินการของธนาคาร ทั้งในแง่ของบุคลากรที่จะมีอายุเฉลี่ยที่สูงขึ้นเช่นเดียวกับสัดส่วนของลูกค้าของธนาคารที่เป็นผู้สูงอายุที่จะเพิ่มมากขึ้นและอาจก้าวขึ้นมาเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีสัดส่วนใหญ่สุดในเวลาอีกไม่นาน ซึ่งจะส่งผลต่อโมเดลธุรกิจของธนาคารตลอดจนการประเมินความเสี่ยง โดยในปี 2017 กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund: IMF) ได้ศึกษากรณีของประเทศญี่ปุ่นซึ่งจัดว่าเป็นสังคมสูงอายุอย่างเต็มที่มาตั้งแต่ปี 2005 และในปี 2020 มีสัดส่วนประชากรที่อายุ 65 ปีขึ้นไปถึงร้อยละ 28 ด้วยลักษณะทางภูมิประชากรศาสตร์ (Demographics) ดังกล่าว ความต้องการสินเชื่อจึงลดลงขณะที่ปริมาณเงินฝากเพิ่มสูงขึ้น ทำให้สัดส่วนของสินเชื่อต่อเงินฝาก (Loan-to-Deposit ratio) ของธนาคารในญี่ปุ่นลดลงประมาณร้อยละ 1.0-1.5 ต่อปี หรืออาจจะกล่าวได้ว่า**บทบาทของภาคการธนาคารญี่ปุ่นในฐานะเป็นตัวกลางทางการเงินจะลดลงเรื่อยๆ และทำให้รายได้ดอกเบี้ย** (Net interest income) **ค่อยๆ หายไป ดังนั้น ธนาคารพาณิชย์ในญี่ปุ่นจึงอาจต้องปรับเปลี่ยนโมเดลธุรกิจ เหลือเพียงบทบาทในการอำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงิน ตลอดจนเป็นผู้ถือครองตราสารทางการเงินจำนวนมากเพื่อการลงทุนในฐานะผู้จัดการความมั่งคั่งแลกกับรายได้ค่าธรรมเนียมจากลูกค้า (ภาพที่ 4)**

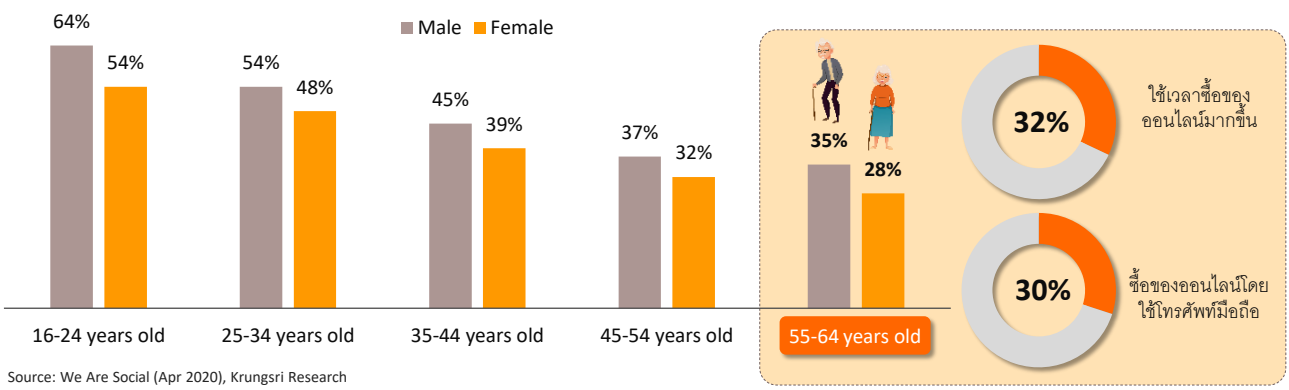
ภาพที่ 4: ผลกระทบของสังคมสูงอายุต่อภาคการธนาคาร กรณีประเทศญี่ปุ่น



Source: IMF (2017), Krungsri Research

ก่อนหน้านี้ สังคมที่มีผู้สูงอายุเป็นจำนวนมากมักถูกมองว่าเป็นสังคมที่เฉื่อยชาและขาดพลวัตร เนื่องจากผู้สูงอายุมักไม่ค่อยยอมเปิดใจรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เช่นในกรณีของประเทศญี่ปุ่น การที่มีสัดส่วนผู้สูงอายุเป็นจำนวนมากทำให้สังคมญี่ปุ่นยังคงต้องพึ่งพาเงินสดอยู่ในระดับสูง (Cash-based society) และไม่สามารถประยุกต์ใช้นวัตกรรมในการชำระเงินได้อย่างเต็มที่ ไม่ว่าจะเป็นการชำระเงินด้วย QR Code หรือแม้กระทั่งบัตรเครดิต/เดบิต ที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในซีกโลกตะวันตก **อย่างไรก็ตาม การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 หรือโรคโควิด-19 ที่ทำให้ประชาชนต้องจำกัดการเดินทางออกนอกเคหสถาน โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่มีความเสี่ยงสูงต่อการติดเชื้ออย่างรุนแรง เป็นโอกาสที่ดีที่ทำให้ผู้สูงอายุและคนที่ไม่กล้าใช้เทคโนโลยีก่อนหน้านี้ ได้ลอง "เปิดใจ" และให้โอกาสแก่เทคโนโลยีเหล่านี้มากขึ้น** จากการสำรวจของ We Are Social เมื่อเดือนเมษายน 2020 ที่ทำการสำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก[4/] ที่มีอายุระหว่าง 16-64 ปี พบว่าในเดือนเมษายน 2020 ซึ่งเป็นจุดสูงสุดของการระบาดระลอกแรกของโรคโควิด-19 นั้น ผู้บริโภคทุกกลุ่มอายุมีการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น โดยกลุ่มที่มีอายุมากที่สุดในกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจซึ่งมีอายุ 55-64 ปี ราวๆ ร้อยละ 30 (เพศชายร้อยละ 35 และเพศหญิงร้อยละ 28) ใช้เวลากับการใช้สื่อสังคมมากขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว นอกจากนี้ผู้สูงอายุที่ใช้อินเทอร์เน็ตร้อยละ 32 ยอมรับว่าได้ใช้เวลามากขึ้นในการซื้อของผ่านช่องทางออนไลน์ โดยผู้สูงอายุร้อยละ 30 ได้ใช้โทรศัพท์มือถือในการซื้อของออนไลน์ (ภาพที่ 5) ซึ่งการเปิดใจยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในครั้งนี้ ในที่สุดแล้วอาจกลายเป็นภาวะปกติใหม่ (New Normal) ในการใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่งจะเป็นโอกาสที่ดีของภาคธนาคารที่จะเริ่มชักจูงให้ผู้สูงอายุหันมาลองใช้บริการออนไลน์ โดยเฉพาะ Internet Banking และ Mobile Banking ที่จะช่วยประยัดต้นทุนในการทำธุรกรรมให้กับทั้งลูกค้าและธนาคาร

ภาพที่ 5: ผู้ใช้อินเตอร์เน็ตที่ใช้เวลาบนสื่อเครือข่ายสังคม และใช้งานอินเตอร์เน็ตอื่นๆ มากขึ้นในช่วงโควิด-19 จากรายงานการสำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ตโดย We Are Social เมื่อเดือนเมษายน 2020



Source: We Are Social (Apr 2020), Krungsri Research

4/ ออสเตรเลีย บราซิล แคนาดา จีน ฝรั่งเศส เยอรมนี อินเดีย อิตาลี ญี่ปุ่น นิวซีแลนด์ ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ แอฟริกาใต้ สเปน สหราชอาณาจักร และสหรัฐฯ

จะเห็นได้ว่าการก้าวสู่สังคมสูงอายุในยุคดิจิทัลเป็นทั้งโอกาสและความท้าทายของเศรษฐกิจในหลายภาคส่วน รวมถึงภาคการธนาคารด้วย ดังนั้น เวลานี้จึงเป็นโอกาสอันดีที่ธนาคารจะเริ่มตั้งคำถามว่า ธนาคารควรปรับผลิตภัณฑ์และการบริการอย่างไร ในยุคเทคโนโลยีที่ผู้สูงอายุครองเมืองเช่นนี้

เพราะเป็นคนแก่จึงเจ็บปวด: ความท้าทายของความชรา

ในปี 2016 AgeUK ซึ่งเป็นองค์กรการกุศลในสหราชอาณาจักรที่มุ่งเน้นการช่วยเหลือและสนับสนุนผู้สูงอายุ ได้จัดทำรายงานเพื่อนำเสนอแนวคิดของธนาคารที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ (Age-friendly Banking) และรวบรวมกรณีศึกษาจากสหราชอาณาจักรและสหรัฐฯ โดย AgeUK ได้ระบุตัวอย่างของความท้าทายในการให้บริการแก่ผู้สูงอายุไว้ ดังนี้

1) **ผู้สูงอายุมีข้อจำกัดทางร่างกายและมีความหลากหลายในความสามารถเชิงกายภาพ** เป็นที่ทราบกันดีกว่าร่างกายของผู้สูงอายุจะเสื่อมถอยไปตามวัย นอกจากนี้ เนื่องจากคำจำกัดความของการเป็น “ผู้สูงอายุ” ขึ้นอยู่กับอายุขั้นต่ำที่ 60 หรือ 65 ปีเพียงปัจจัยเดียว เราจึงได้เห็นคนที่ถูกจัดว่าเป็นผู้สูงอายุที่มีอายุเพียง 60 ปีเศษและยังมีสุขภาพแข็งแรงในระดับที่สามารถพึ่งพาตัวเองได้เหมือนคนหนุ่มสาว ไปจนถึงผู้ที่มีอายุเกือบครบศตวรรษที่มักมีข้อจำกัดในการเคลื่อนไหวร่างกายและการใช้ประสาทสัมผัสต่างๆ เช่น การมองเห็น การได้ยิน ตลอดจนความจำ โดยหนึ่งในข้อจำกัดในการมองเห็นของผู้สูงอายุที่มักถูกมองข้ามได้แก่อาการตาบอดสี โดยเฉพาะอาการตาบอดสีน้ำเงิน (Tritanopia) ซึ่งเป็นอาการที่มักพบในผู้สูงอายุที่มีอายุราว 75 ปีขึ้นไป[5/] ดังนั้น การออกแบบการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) สำหรับผู้สูงอายุจึงมีความท้าทายเป็นอย่างมาก และเป็นหนึ่งในแรงขับเคลื่อนสำคัญของแนวคิดการออกแบบเพื่อคนทั้งมวล (Universal Design)[6/]

ภาพที่ 6:เปรียบเทียบการมองเห็นของผู้มีสายตาปกติและผู้ที่ตาบอดสีแบบ Tritanopia



Source: ColBlindor, Krungsri Research

2) **ผู้สูงอายุมีความหลากหลายในด้านรายได้และทรัพย์สิน** โดยในกรณีประเทศไทย จากงานวิจัยของปภัศร ชัยวัฒน์ และ สวรัย บุณยมานนท์ (2011) พบว่าประชากรสูงอายุในไทยเป็นประชากรกลุ่มที่มีความแตกต่างทางรายได้ภายในกลุ่มสูงที่สุด และความเหลื่อมล้ำดังกล่าวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังพบว่าประชากรสูงอายุเป็นกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำที่สุดและส่วนใหญ่ไม่มีรายได้หรือรายได้ต่ำ โดยรายได้ส่วนใหญ่มาจากเงินช่วยเหลือทั้งจากรัฐบาลและจากญาติพี่น้อง

3) **ผู้สูงอายุมีข้อจำกัดในการยืนยันตัวตนด้วยข้อมูล** โดยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลที่มีความอ่อนไหวสูง เช่น ธุรกิจการเงิน จำเป็นต้องพึ่งพาการยืนยันตัวตนของลูกค้าเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการ ซึ่งในปัจจุบันการยืนยันตัวตนของลูกค้าจะใช้ข้อมูล 3 ประเภท ได้แก่ (i) ข้อมูลที่ลูกค้าทราบ (Knowledge หรือที่เรียกว่า “Something you know”) อาทิ รหัสผ่าน วันเดือนปีเกิด เลขประจำตัวประชาชน (ii) ข้อมูล และ/หรือเอกสารที่ลูกค้ามี (Possession หรือ “Something you have”) อาทิ บัตรประชาชน ใบขับขี่ และ (iii) สิ่งที่ลูกค้าเป็น (Inherence หรือ “Something you are”) อาทิ ข้อมูลอัตลักษณ์บุคคล เช่น ลายนิ้วมือ ใบหน้า เป็นต้น ซึ่งสำหรับลูกค้าที่เป็นผู้สูงอายุแล้ว การยืนยันตัวตนด้วยข้อมูลที่ลูกค้าทราบหรือ Knowledge อาจจะสร้างปัญหาได้ เพราะผู้สูงอายุมีโอกาสที่จะหลงลืมข้อมูลเหล่านั้นได้ง่าย จึงเป็นอุปสรรคสำคัญของการให้บริการผ่านช่องทางดิจิทัลที่ต้องมีการยืนยันตัวตน รวมถึงบริการด้านการเงินด้วย

4) **ผู้สูงอายุมีความกลัวที่จะใช้เทคโนโลยี** โดยนักวิจัยจาก Lancaster University (2018) ได้สัมภาษณ์ผู้สูงอายุและสรุปสาเหตุของความกลัวดังกล่าวไว้ว่า ผู้สูงอายุกลัวความผิดพลาดในการใช้เทคโนโลยีตลอดจนมีความกังวลในผลกระทบในเชิงสังคม โดยแทนที่เทคโนโลยีจะทำให้ชีวิตง่ายขึ้น ผู้สูงอายุจำนวนมากกลับมองว่า**เทคโนโลยีที่อำนวยความสะดวกในการค้นหาข้อมูลกลับสร้างแรงกดดันจากสังคมที่มีต่อตัวบุคคล** ยกตัวอย่างเช่น เทคโนโลยีที่ช่วยในการค้นหาและเปรียบเทียบราคาตั๋วเครื่องบินทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกกดดันเมื่อต้องซื้อตั๋ว เพราะเกรงว่าสังคมรอบตัวจะตัดสินว่าการซื้อนั้นๆ ไม่สมเหตุสมผลในแง่ของราคาและคุณภาพ ผู้สูงอายุจึงสะดวกใจที่จะขอความช่วยเหลือจากมืออาชีพ อาทิ ตัวแทนขายตั๋ว มากกว่า นอกจากนี้ ผู้สูงอายุยังมีทัศนคติที่ไม่สู้ดีนักต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ เนื่องจากมองว่าเป็นการแย่งรายได้จากธุรกิจเล็กๆ ในชุมชนอีกด้วย

ภาพที่ 7: ความท้าทายของการให้บริการทางการเงินแก่ผู้สูงอายุ



Source: AgeUK (2016), Krungsri Research

5/ https://medium.com/@sarahalfiani204/ux-case-study-designing-mobile-banking-app-for-the-elderly-f51e25d0e4b3

6/ การออกแบบเพื่อคนทั้งมวล (Universal Design) เป็นแนวคิดเรื่องการออกแบบและสร้างสภาพแวดล้อม สถานที่ และสิ่งของต่างๆ เพื่อให้ทุกคนที่อยู่ในสังคม อาทิ คนปกติทั่วไป สตรีมีครรภ์ เด็กเล็ก คนพิการ และ ผู้สูงอายุ สามารถใช้ประโยชน์จากสิ่งเหล่านั้นได้อย่างเต็มที่และเท่าเทียมกัน โดยไม่ต้องมีการออกแบบดัดแปลงพิเศษหรือเฉพาะเจาะจงเพื่อบุคคลกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดโดยเฉพาะ

ด้วยความท้าทายดังที่กล่าวมา ทำให้ธุรกิจที่ต้องการนำเสนอสินค้าและบริการแก่ผู้สูงอายุ ซึ่งรวมถึงภาคการธนาคารด้วย จำเป็นต้องคำนึงถึงความท้าทายดังกล่าวในการสร้างคุณค่าที่ส่งมอบให้ลูกค้า (Value Proposition) ที่สามารถสร้างประโยชน์ (Gain) ให้แก่ผู้สูงอายุ ตลอดจนแก้ปัญหา (Pain) ให้แก่ผู้สูงอายุได้

ดังนั้น คำถามที่ควรถามต่อไปคือ ผู้สูงอายุมองหาประโยชน์อะไรจากการใช้บริการทางการเงิน

ผู้สูงอายุต้องการอะไรในบริการทางการเงิน: ความคาดหวังและความจริงจากประสบการณ์ในต่างประเทศ

ถึงแม้ผู้สูงอายุจะมีความแตกต่างกันทางด้านร่างกายและมีความท้าทายในการใช้บริการทางการเงินดังที่กล่าวมาแล้ว แต่ผู้สูงอายุก็ยังมีความต้องการใช้บริการธนาคารเหมือนกับคนวัยอื่นๆ ในสังคม หากแต่ความต้องการของผู้สูงอายุต่อการบริการทางการเงินด้านต่างๆ มักจะมีความเฉพาะเจาะจง ดังนี้

● ผลิตภัณฑ์ทางการเงินสำหรับผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุในต่างประเทศส่วนใหญ่ยังใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่เคยใช้มาตั้งแต่ยังหนุ่มสาว เช่นในกรณีของสหราชอาณาจักร จากการสำรวจเมื่อปี 2017 ผู้สูงอายุจำนวนมากยังคงมีประกันชีวิตที่ทำไว้ตั้งแต่สมัยยังทำงานอยู่ ตลอดจนยังคงใช้บัญชีเงินฝากเดิมที่เคยใช้ **และพึ่งพาเงินสดมากกว่าช่องทางการชำระเงินอื่น ๆ** นอกจากนั้นยังสามารถจัดการการเงินและการลงทุนของตนได้ดี แม้จะไม่ค่อยเปรียบเทียบข้อมูลของผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่างๆ ในแต่ละธนาคารเท่าใดนัก อย่างไรก็ตาม หากผู้สูงอายุมีอายุเกิน 70 ปี ความสามารถในการตัดสินใจและการจัดการด้านการเงินจะเสื่อมถอยลงอย่างเห็นได้ชัด

ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่เหมาะกับผู้สูงอายุจึงควร 1) มีความเสี่ยงต่ำ 2) โปร่งใส เข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อน 3) สามารถสร้างรายได้ให้แก่ผู้สูงอายุโดยเฉพาะรายได้ที่เป็นรายเดือนในลักษณะคล้ายคลึงกับเงินเดือน เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถจัดการค่าใช้จ่ายรายเดือนได้โดยกระทบกับเงินต้นน้อยที่สุด 4) ไม่จำกัดอายุ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตและประกันสุขภาพที่มักจำกัดอายุผู้ทำประกันไว้ที่ไม่เกิน 65 ปี

นอกจากนี้ ผู้สูงอายุจำนวนมากไม่ได้เตรียมวางแผนทางการเงินไว้อย่างรัดกุมเท่าใดนักในช่วงก่อนเกษียณ ดังนั้น บริการให้คำปรึกษาทางการเงินและจัดพอร์ตการลงทุนเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการเกษียณอายุจะมีประโยชน์มากในการเสริมสร้างสวัสดิภาพทางการเงินให้แก่ผู้สูงอายุที่เพิ่งเข้าสู่วัยเกษียณ

ตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ทางการเงินสำหรับผู้สูงอายุในต่างประเทศ ได้แก่

1) **ผลิตภัณฑ์เงินฝากหรือผลิตภัณฑ์การลงทุนที่มีความเสี่ยงต่ำ** ทั้งความเสี่ยงที่จะไม่ได้รับเงินต้นคืน (Default risk) และความเสี่ยงในแง่สภาพคล่อง (Liquidity risk) เนื่องจากผู้สูงอายุอาจมีความจำเป็นต้องใช้เงินก้อนใหญ่ในอนาคต อาทิ ในการรักษาพยาบาล หรือในการช่วยเหลือบุตรหลาน ดังนั้น ผลิตภัณฑ์เงินฝากประจำระยะยาวที่คิดค่าปรับในกรณีที่ฝากเงินไม่ครบตามที่กำหนดไว้จึงอาจไม่ตอบโจทย์ผู้สูงอายุเท่าใดนัก

2) **กรมธรรม์บำนาญ** (Annuity) เป็นสัญญาทางการเงินในรูปของกรมธรรม์ประกันภัยในลักษณะประกันชีวิตที่คุ้มครองชีวิตและจะจ่ายผลประโยชน์ให้เป็นรายงวดเท่าๆ กันหลังจากผู้รับบำนาญมีอายุถึงตามที่กำหนด (ส่วนใหญ่กำหนดอายุขั้นต่ำไว้ที่ 55 ปี) และจ่ายเบี้ยประกันครบกำหนด ซึ่งเหมือนกับเป็นการสร้างเงินบำนาญให้กับผู้สูงอายุหลังเกษียณ โดยในต่างประเทศ เช่น สหรัฐฯ สามารถเลือกจ่ายเบี้ยเป็นเงินก้อนเพียงก้อนเดียวได้ (Single Premium) ซึ่งการจ่ายเบี้ยแบบเป็นเงินก้อนนี้เหมาะกับลูกค้าผู้สูงอายุที่ได้เงินก้อนจากกองทุนสำรองเลี้ยงชีพหรือเงินบำเหน็จ ณ วันที่เกษียณ อย่างไรก็ตาม กรมธรรม์บำนาญในไทยโดยส่วนใหญ่ต้องจ่ายเบี้ยเป็นรายงวดอย่างสม่ำเสมอ อนึ่ง กรมธรรม์บำนาญเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่เก่าแก่โดยมีบันทึกว่าเริ่มใช้มาตั้งแต่สมัยคริสศตวรรษที่ 3 [7/]

3) **การจำนองอสังหาริมทรัพย์แบบย้อนกลับ** (Reverse Mortgage) เป็นเสมือนการขายบ้านล่วงหน้าให้แก่ธนาคารโดยมีธนาคารเป็นผู้ผ่อนชื้อจากผู้สูงอายุที่มีบ้านเป็นกรรมสิทธิ์ของตัวเองที่ปลอดภาระหนี้ ผู้กู้สามารถกู้เงินโดยนำบ้านมาเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกัน และได้รับเงินก้อนหรือเงินงวดซึ่งส่วนใหญ่เป็นรายเดือนจากธนาคาร และเมื่อเจ้าของบ้านเสียชีวิตหรือครบกำหนดที่ธนาคารชำระเงินแล้วบ้านจึงตกเป็นกรรมสิทธิ์ของธนาคาร สินเชื่อในลักษณะนี้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้แก่ผู้สูงอายุที่มีบ้านเป็นทรัพย์สินแต่ขาดรายได้ อย่างไรก็ตาม ทายาทต้องทำสัญญาตกลงมอบกรรมสิทธิ์บ้านให้แก่ธนาคารก่อนเริ่มการจำนอง เพื่อป้องกันปัญหาทางกฎหมายหลังจากที่ผู้สูงอายุเสียชีวิตลงแล้ว

● ประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Experience: CX) สำหรับผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุในต่างประเทศมีความคาดหวังต่อประสบการณ์ในการใช้บริการทางการเงิน ดังนี้

1) **ชื่นชอบสาขา** ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ทั้งในไทยและต่างประเทศ ต่างนิยมใช้บริการที่สาขา โดยจากการศึกษาของ Jayachandran (2019) ซึ่งใช้กลุ่มตัวอย่างจากประเทศอินเดียพบว่า ผู้สูงอายุชื่นชอบการมีปฏิสัมพันธ์กับพนักงานที่สาขาธนาคาร ตลอดจนการนำเสนอสินค้าแบบเฉพาะบุคคล (Personalized offering) จึงทำให้ผู้สูงอายุไม่นิยมใช้บริการออนไลน์อย่าง Internet Banking และ Mobile Banking

2) **สถานที่ต้องเป็นมิตร** เนื่องด้วยข้อจำกัดทางกายภาพโดยเฉพาะในการเคลื่อนไหว ดังนั้น หากต้องทำธุรกรรมที่สาขา ธนาคารควรต้องสร้างความมั่นใจว่าตลอดการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) ผู้สูงอายุจะมีอุปสรรคน้อยที่สุด เช่น ไม่มีขั้นบันได มีทางลาดสำหรับรถเข็น มีเก้าอี้สำหรับนั่งรอที่เหมาะสมและเพียงพอ เป็นต้น

7/ Hald, Anders (2005). *A History of Probability and Statistics and Their Applications before 1750*. John Wiley & Sons. p. 608

3) **เทคโนโลยีต้องใช้ง่ายและปลอดภัย** ดังที่กล่าวข้างต้นว่าผู้สูงอายุยังไม่ค่อยนิยมการใช้เทคโนโลยีเท่าใดนัก โดย Touchaie and Hashim (2018) พบว่าผู้สูงอายุในมาเลเซียมีความรู้สึกต่อต้านการใช้เทคโนโลยีในการทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญในการใช้บริการ Internet Banking และ Mobile Banking แต่หากจำเป็นต้องใช้ ปัจจัยสนับสนุนสำคัญคือความง่ายในการใช้งาน และส่วนเชื่อมต่อกับผู้ใช้ (User Interface: UI) ต้องเป็นมิตรกับผู้สูงอายุที่อาจมีปัญหาการมองและการเคลื่อนไหวร่างกาย นอกจากนี้ ผู้สูงอายุค่อนข้างกังวลในความปลอดภัยของการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยี ดังนั้น การออกแบบ UI ตลอดจนประสบการณ์ของผู้ใช้งาน (User Experience: UX) ต้องคำนึงถึงข้อจำกัดเหล่านี้ด้วย

4) **พนักงานต้องเข้าใจผู้สูงอายุ** โดยพนักงานที่ให้บริการผู้สูงอายุต้องใจเย็นและอดทนเนื่องจากผู้สูงอายุมีข้อจำกัดด้านร่างกายดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น ดังนั้น การสื่อสารทั้งด้วยวาจาและผ่านทางตัวหนังสือจึงจำเป็นต้องชัดเจนและกระชับ นอกจากนั้นแล้ว พนักงานธนาคารยังต้องสามารถจัดการประเด็นที่มีความอ่อนไหวสูงให้แก่ผู้สูงอายุได้ด้วยความเห็นอกเห็นใจ เช่น ผู้สูงอายุในฐานะผู้จัดการมรดกอาจต้องจัดการบัญชีเงินฝากของคู่สมรสที่เพิ่งเสียชีวิตไป เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม จากประสบการณ์ในต่างประเทศ บริการทางการเงินสำหรับผู้สูงอายุที่นำเสนอในตลาดยังคงมีข้อจำกัดหลัก 2 ด้าน ได้แก่

1) **ผลิตภัณฑ์ทางการเงินในตลาดไม่ค่อยมีความหลากหลาย จึงไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุแต่ละคนที่แตกต่างกันได้** อาทิ ผลิตภัณฑ์เงินฝากเพื่อผู้สูงอายุ หรือผลิตภัณฑ์การลงทุน ซึ่งมักจะให้อัตราดอกเบี้ยคล้ายคลึงกัน มีเงื่อนไขที่คล้ายคลึงกัน จึงไม่สามารถตอบโจทย์ผู้สูงอายุที่อาจมีความต้องการผลตอบแทน ความเสี่ยง และสภาพคล่องที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ในหลายประเทศที่มีผลิตภัณฑ์เงินฝากเพื่อผู้สูงอายุโดยเฉพาะ มักมีข้อกำหนดว่าเจ้าของบัญชีต้องมียอดขั้นต่ำในบัญชีจำนวนหนึ่งหากต้องการใช้บริการโดยไม่เสียค่าธรรมเนียม ทำให้มีเพียงผู้สูงอายุที่มีฐานะดีที่ได้รับประโยชน์ดังกล่าว

2) **ผลิตภัณฑ์ในตลาดและสิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอต่อความต้องการ** โดยในหลายประเทศมีเพียงไม่กี่ธนาคารที่นำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อผู้สูงอายุโดยเฉพาะ และในหลายกรณีมีการจำกัดเพดานอายุของผู้รับบริการ นอกจากนี้ ในแง่ของการใช้บริการ การออกแบบสาขาธนาคารที่เป็นมิตรต่อผู้สูงอายุยังไม่แพร่หลายนักในหลายประเทศอีกด้วย

ธนาคารที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ เป็นอย่างไร

AgeUK และรายงาน Annual Report on Financing Old Age Care in China (2017) ได้ระบุคุณลักษณะในภาพรวมของการให้บริการทางการเงินสำหรับผู้สูงอายุไว้ ดังนี้

1) **ให้บริการทั่วถึงทุกกลุ่ม** (Inclusiveness) กล่าวคือ สถาบันการเงินจำเป็นต้องให้บริการทางการเงินแก่ผู้สูงอายุ ไม่ว่าวัย ฐานรายได้ หรือสินทรัพย์จะอยู่ในระดับใดก็ตาม โดยเฉพาะในประเทศที่ระบบสวัสดิการรัฐสำหรับผู้สูงอายุยังไม่เพียงพอ บทบาทของสถาบันการเงินจะสามารถช่วยยกระดับความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุได้ นอกจากนี้ยังควรนำเสนอบริการที่ดี ทั้งกับผู้สูงอายุที่เคยเป็นลูกค้ามาก่อนและผู้สูงอายุที่เป็นลูกค้าใหม่ อีกทั้งพัฒนาระบบและผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในทุกกลุ่มอายุ เพื่อให้ลูกค้าทุกกลุ่มสามารถวางแผนการลงทุนเพื่อการเกษียณได้แต่เนิ่นๆ และเน้นการบริการลูกค้าที่เป็นเลิศ

2) **มีความมั่นคงในระยะยาว** (Long-term stability) เนื่องจากการให้บริการทางการเงินโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์การลงทุนแก่ผู้สูงอายุนั้น บ่อยครั้งที่เป็นการลงทุนระยะยาวหลายทศวรรษ ดังนั้น สินทรัพย์ของผู้สูงอายุในรูปแบบเงินฝากหรือเงินลงทุนจึงจัดว่าเป็นแหล่ง “เงินเย็น” ของสถาบันการเงิน สถาบันการเงินจึงควรบริหารความเสี่ยงของตนเพื่อให้สามารถให้บริการแก่ลูกค้าในระยะยาวได้

3) **มีความเสี่ยงต่ำ** (Low risks) เนื่องจากรายได้ของผู้สูงอายุอาจขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์เงินฝากหรือเงินลงทุน ดังนั้นผลิตภัณฑ์ดังกล่าวควรมีความเสี่ยงที่จะผิดนัดชำระ (Default risk) ต่ำ นอกจากนั้นยังควรมีสภาพคล่องที่สูงในกรณีที่ผู้สูงอายุจำเป็นต้องไถ่ถอนเงินฝากหรือเงินลงทุนเพื่อใช้จ่าย ซึ่งการใช้จ่ายของผู้สูงอายุในกรณีนี้มักเป็นการใช้จ่ายเพื่อการรักษาพยาบาลหรือเพื่อช่วยเหลือบุตรหลาน นอกจากนี้ ควรลดความเสี่ยงในการฉ้อโกง (Fraud) และการหากำไรแบบไม่ซื่อสัตย์ (Financial Exploitation) อีกด้วย

ตารางที่ 1: สรุปคุณลักษณะของการให้บริการธนาคารที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ

ผลิตภัณฑ์	การออกแบบจุดติดต่อกับลูกค้า (Customer Touchpoint)	ระบบ	บริการ
• ยกเลิกข้อจำกัดด้านอายุของลูกค้าที่ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงิน • ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตอบรับกับความต้องการทางการเงินของลูกค้าในแต่ละช่วงอายุ	• ออกแบบให้ผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงการใช้บริการที่สาขาได้โดยง่าย • เตรียมหาที่ให้บริการอื่นๆ เป็นทางเลือก ในกรณีฉุกเฉินที่ไม่สามารถใช้บริการที่สาขาได้ • ออกแบบส่วนเชื่อมต่อกับลูกค้า (Customer Touchpoint) ไม่ว่าจะเป็นตู้ ATM บริการทางโทรศัพท์ Internet Banking และ Mobile Banking ให้ลูกค้าได้ทุกกลุ่มแม้จะมีความสามารถในการเข้าถึงบริการที่แตกต่างกัน • จัดเตรียมผู้เชี่ยวชาญที่สามารถให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้ในกรณีที่มีปัญหาในการใช้บริการ • ให้ข้อมูลเกี่ยวกับทางเลือกในการเข้าถึงบริการ (Accessibility options) แก่ลูกค้าทุกคน ไม่เพียงเฉพาะแต่ลูกค้าที่สอบถามถึงบริการดังกล่าว	• เพิ่มความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลในทุกๆ ช่องทางที่ลูกค้าต้องติดต่อกับธนาคาร • ออกแบบระบบให้ตอบรับความต้องการของผู้สูงอายุ • เพิ่มความน่าเชื่อถือด้วยการจัดเตรียมช่องทางติดต่อธนาคารและทำธุรกรรมที่หลากหลาย	• อบรมและให้ความรู้แก่พนักงานเพื่อให้สามารถตอบสนองแก่ความต้องการของลูกค้าที่เป็นผู้สูงอายุได้ • รับฟังความต้องการของผู้สูงอายุและตอบสนองต่อความต้องการนั้นในทันที • สร้างความมั่นใจว่าพนักงานในแถวหน้า (Front-line staff) ได้รับการสนับสนุนและให้อำนาจ (Empowered) มากพอเมื่อต้องตอบสนองต่อคำร้องขอของลูกค้าผู้สูงอายุซึ่งอาจต่างจากปกติ ตลอดจนเมื่อต้องรับมือกับสถานการณ์สุ่มเสี่ยงต่างๆ โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงต่อการถูกหลอกต้มตุ๋น (Scams and financial abuse) และปัญหาที่เกิดจากความเสื่อมถอยของการรู้คิด (Cognitive decline)

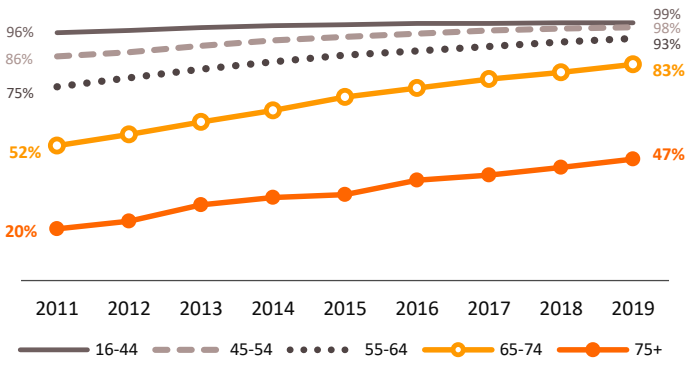
Source: AgeUK (2016), Dong, Keyong and Yudong Yao (2017), Krungsri Research

ผู้สูงอายุกับเทคโนโลยีในภาคการธนาคารหลังโควิด-19

ตามที่กล่าวไปแล้วว่า ผู้สูงอายุมักกลัวการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ และนิยมการใช้บริการที่สาขาเป็นหลัก **อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการใช้เทคโนโลยีของผู้สูงอายุทั่วโลกค่อย ๆ เพิ่มสูงขึ้น** ตัวอย่างเช่นในสหราชอาณาจักร ในปี 2011 มีกลุ่มผู้สูงอายุเพียงไม่ถึงครึ่งที่ใช้อินเทอร์เน็ต กล่าวคือ ประชากรที่มีอายุ 65-74 ปีเพียงร้อยละ 52 และประชากรอายุ 75 ปีขึ้นไปร้อยละ 20 ใช้อินเทอร์เน็ต ขณะที่ในปี 2019 ประชากรในกลุ่มดังกล่าวถึงประมาณ 2 ใน 3 หันมาใช้อินเทอร์เน็ตแล้ว นอกจากนี้ ในสหรัฐฯ ผู้สูงอายุเป็นลูกค้ากลุ่มสำคัญที่ธนาคารผู้ให้บริการ Internet Banking และ Mobile Banking ควรให้ความสนใจไม่ต่างจากคนรุ่นใหม่ **เพราะจากรายงานของ** Javeline Strategy & Research (2019) **เป็นที่น่าประหลาดใจว่าในสหรัฐฯ สัดส่วนของลูกค้ากลุ่ม** Baby Boomer [8/] **ที่ใช้บริการธนาคารผ่านช่องทางออนไลน์นั้นมีสัดส่วนถึง 2 ใน 3 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับลูกค้ากลุ่ม** Gen Y [9/] **เลยทีเดียว**

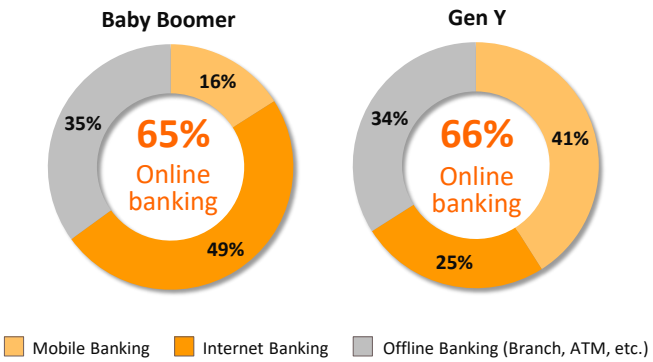
นอกจากนี้ การระบาดของโรคโควิด-19 ที่นำมาสู่การจำกัดการออกนอกเคหสถานหรือการล็อกดาวน์ (Lockdown) ของประชาชนในหลายประเทศในช่วงไตรมาส 1–2 ของปี 2020 อาทิ จีน อิตาลี สเปน ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร และประเทศอื่น ๆ ตลอดจนหลายเมืองในสหรัฐฯ โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุซึ่งนับว่าเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงจากโรคนี้ ทำให้ผู้สูงอายุจำนวนมากต้องหันมาใช้เทคโนโลยีเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ด้วยตัวเอง เช่น ในกรณีของจีนซึ่งมีสัดส่วนจำนวนประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปถึงกว่าร้อยละ 17 แต่ในช่วงที่มีการระบาดของโรคโควิด-19 ผู้สูงอายุชาวจีนโดยเฉพาะในมณฑลหูเป่ย ซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางของการแพร่ระบาดถูกจำกัดการออกนอกเคหสถานอย่างเคร่งครัดเป็นเวลายาวนาน จึงจำเป็นต้องหันมาใช้เทคโนโลยีในการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น การจ่ายตลาด ชำระเงิน ซื้อสินค้าจำเป็นต่างๆ

ภาพที่ 8 สัดส่วนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในสหราชอาณาจักร จำแนกตามกลุ่มอายุ (ร้อยละ)



Source: UK Office of National Statistics, Krungsri Research

ภาพที่ 9 สัดส่วนผู้ใช้บริการธนาคารผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ในสหรัฐฯ ในกลุ่ม Baby Boomer และ Gen Y



Source: Javeline Strategy & Research, Krungsri Research

8/ ผู้ที่เกิดระหว่างปี 1946 – 1964 หรือปัจจุบันมีอายุ 56 – 74 ปี
9/ ผู้ที่เกิดระหว่างปี 1980 – 1996 หรือปัจจุบันมีอายุ 24 – 40 ปี

แม้กระทั่งติดต่อสื่อสารกับบุตรหลานและญาติมิตร ทำให้การใช้เทคโนโลยีในกลุ่มผู้สูงอายุมีพัฒนาการแบบก้าวกระโดดในเวลาเพียงไม่กี่สัปดาห์ อันจะเห็นได้จากที่ Alibaba บริษัทยักษ์ใหญ่ทางเทคโนโลยีซึ่งเป็นเจ้าของเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน Taobao ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มซื้อขายแลกเปลี่ยน (e-Marketplace Platform) ชั้นนำของจีนได้รายงานว่า**ในช่วงเทศกาลตรุษจีนที่ผ่านมา ซึ่งเป็นช่วงที่โรคโควิด-19 กำลังอยู่ในระยะแพร่ระบาดอย่างหนักในจีน ยอดขายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ขายให้แก่ผู้สูงอายุผ่านแพลตฟอร์มของ Alibaba สูงขึ้นถึง 4 เท่าเมื่อเทียบกับช่วงเทศกาลตรุษจีนในปีก่อน** ในทำนองเดียวกัน Miss Fresh ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันซื้อขายสินค้าอุปโภคบริโภครายใหญ่ในจีนเปิดเผยว่าระหว่างช่วงล็อกดาวน์ จำนวนผู้ใช้งานแอปพลิเคชันที่มีอายุเกิน 40 ปี เพิ่มขึ้นถึงกว่าร้อยละ 237 จนทำให้ Miss Fresh วางแผนจะพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับ Alibaba ที่ได้ประกาศแผนเปิดตัวแอปพลิเคชัน Taobao โฉมใหม่ที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุเช่นกัน

สำหรับภาคการธนาคารก็เช่นกัน **การระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้การใช้บริการธนาคารผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มสูงขึ้นมาก** โดยธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) เปิดเผยว่าบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-payment) ผ่านช่องทางพร้อมเพย์ในเดือนเมษายน 2020 นั้นมีจำนวนธุรกรรมเฉลี่ยรายวันสูงถึง 16 ล้านรายการ ซึ่งสูงขึ้นมากจากเดือนมีนาคมที่มีจำนวนธุรกรรมเฉลี่ย 11 ล้านรายการต่อวัน **สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุในต่างประเทศนั้นพบว่ามีการปรับตัวใช้บริการ Mobile Banking และ Internet Banking ในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 มากขึ้นเช่นกัน** โดยในสหรัฐฯ Bank of America พบว่าในช่วงเดือนเมษายน 2020 กว่าร้อยละ 23 ของผู้สมัครใช้บริการธนาคารผ่านช่องทางออนไลน์เป็นกลุ่มผู้สูงอายุและคนกลุ่ม Baby Boomer ซึ่งคนกลุ่มนี้ยังคิดเป็นร้อยละ 20 ของลูกค้าธนาคารที่ทดลองใช้การฝากเช็คด้วยแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือเป็นครั้งแรกในช่วงดังกล่าวอีกด้วย นอกจากนี้ ในสิงคโปร์ซึ่งเป็นประเทศที่มีการใช้เทคโนโลยีในระดับสูงตั้งแต่ก่อนการระบาดของโรคโควิด-19 ผู้สูงอายุที่มีอายุระหว่าง 60-80 ปีทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางออนไลน์ในเดือนเมษายน 2020 สูงขึ้นถึงร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อน **โดยประธานกลุ่มบริหารความมั่งคั่งของธนาคาร Merrill Lynch ประเมินว่าการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในภาคการธนาคารของผู้บริโภคในช่วง 6 สัปดาห์อันตรายของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 นั้นอยู่ในระดับสูงมาก ซึ่งในภาวะปกติอาจต้องใช้เวลาถึง 6 ปี** [10/]

อย่างไรก็ตาม ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าผู้สูงอายุมีแนวโน้มที่จะต่อต้านเทคโนโลยีรวมถึงเทคโนโลยีในภาคการธนาคารด้วย จากการศึกษาของ Arenas-Gaitán et al (2015) ที่ศึกษาการต่อต้านการใช้ Internet Banking ของผู้สูงอายุ พบว่า**ผู้สูงอายุมองว่าอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่ห่างไกลจากชีวิตประจำวัน นอกจากนี้สังคมและคนรอบตัวไม่มีผลการกระตุ้นให้ผู้สูงอายุใช้บริการ Internet Banking มากขึ้น แต่ปัจจัยหลักที่จะส่งผลให้ผู้สูงอายุใช้ Internet Banking คือความเคยชิน (Habit) ขณะที่ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) และความคาดหวังในความพยายามหรือความง่ายในการใช้งาน (Effort Expectancy) มีความสำคัญรองลงมา** ดังนั้น ในการสร้างความเคยชินดังกล่าว ธนาคารต้องพยายามลดความเสี่ยงที่ผู้สูงอายุรับรู้ (Perceived Risk) ไปพร้อมๆ กับการสื่อสารประโยชน์ของการใช้ช่องทางออนไลน์ในการทำธุรกรรมทางการเงิน และอาจใช้เครื่องมือทางการตลาดที่ผู้สูงอายุชื่นชอบ อาทิ ของรางวัล ส่วนลด แคมเปญการแข่งขัน การจัดทริปท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ควบคู่กันไปด้วยเพื่อเพิ่ม Performance Expectancy ในขณะเดียวกันต้องทำให้การใช้เทคโนโลยีเป็นเรื่องง่ายด้วย โดย Jayaratne et al (2017) พบว่าผู้ที่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีอื่นๆ จะมองว่า Mobile banking ใช้งานได้ง่ายและมีประโยชน์กับชีวิตประจำวันมากกว่าคนกลุ่มที่ไม่มีการใช้เทคโนโลยีเลย

ดังคำกล่าวที่ว่า “ในทุกวิกฤติมีโอกาสเสมอ” สำหรับประเทศไทยแล้ว การระบาดของโรคโควิด-19 ถึงแม้จะสร้างรอยแผลเป็นทางเศรษฐกิจตลอดจนอุปสรรคในการใช้ชีวิตประจำวัน แต่ก็บังคับให้คนจำนวนมากต้องลองใช้เทคโนโลยี รวมถึงผู้สูงอายุด้วย ดังนั้น ตอนนี้จึงเป็นโอกาสที่ดีในการเริ่มชักจูงให้ผู้สูงอายุที่ก่อนหน้านี้อาจจะกลัวและต่อต้านเทคโนโลยี ได้หันมาเปิดใจใช้บริการ Mobile Banking และ Internet Banking

ผู้สูงอายุไทยกับการใช้เทคโนโลยีในยุค New Normal

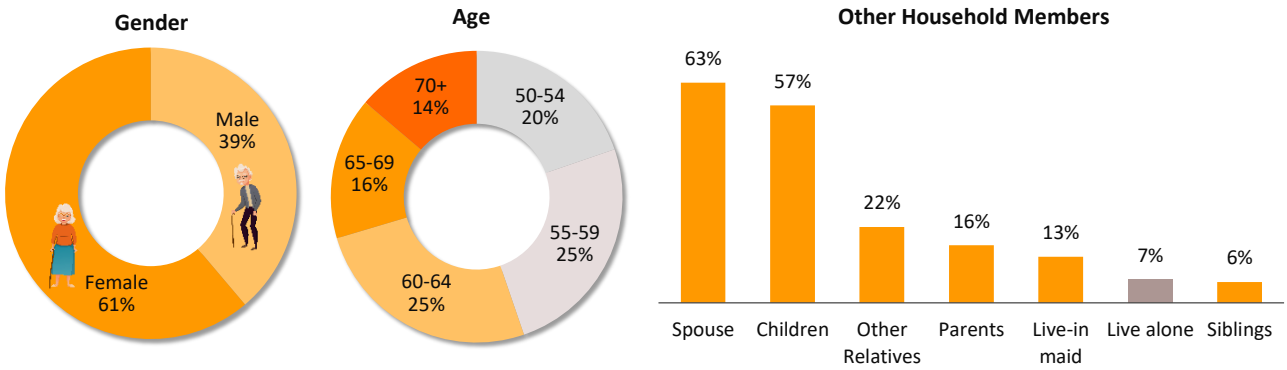
เพื่อให้เข้าใจความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นผู้สูงอายุ และกลุ่มที่กำลังก้าวเข้าสู่วัยสูงอายุในอนาคตอันใกล้ วิจัยกรุงศรีได้สำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการทางการเงินที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปจำนวน 152 คน ผ่านช่องทางออนไลน์ระหว่างวันที่ 10 มิถุนายน – 16 กรกฎาคม 2020 ซึ่งเป็นช่วงหลังจากจุดสูงสุดของการระบาดของโรคโควิด-19 โดยในแบบสอบถามดังกล่าวได้รวบรวมข้อมูล 3 ประเภท ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไป อันได้แก่เพศ อายุ แหล่งรายได้ ประเภทรายจ่าย และลักษณะของครัวเรือนของผู้สูงอายุ 2) พฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีและบริการทางการเงินซึ่งรวมถึง Mobile Banking และ 3) ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความสามารถทางร่างกายของตนเมื่อเปรียบเทียบกับผู้อื่นในวัยเดียวกัน และปัจจัยสนับสนุนตลอดจนอุปสรรคในการใช้บริการ Mobile Banking

ผู้ตอบแบบสอบถามถึงร้อยละ 61 เป็นเพศหญิง เกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 45) เป็นกลุ่มที่มีอายุ 50-59 ปี หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นวัยเตรียมตัวเกษียณ ที่เหลือส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุที่อยู่ในวัย “เริ่มแก่” (Young Old: Yold)[11/] โดยมีผู้ที่มีอายุเกิน 75 ปีเพียง 4 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 3 เท่านั้น สำหรับสมาชิกในครอบครัวกว่าร้อยละ 93 มีสมาชิกในครอบครัวคนอื่นอาศัยอยู่ด้วย โดยเฉพาะครอบครัวใกล้ชิด (Immediate family) อันได้แก่คู่สมรส (ร้อยละ 63) และบุตร (ร้อยละ 57)

10/ https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-05-31/older-crowd-embraces-online-banking-rewards-firms-digital-push

11/ Young Old หรือ Yold เป็นการนิยามกลุ่มผู้สูงอายุที่เพิ่งเริ่มเข้าสู่วัยสูงอายุและยังมีความสามารถในเชิงกายภาพและการรู้คิด โดยในญี่ปุ่นจะใช้เกณฑ์อายุขั้นต่ำที่ 65 ปีซึ่งเป็นปีที่ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ได้รับเงินบำนาญจากรัฐบาลญี่ปุ่น ไปจนถึงอายุ 74 ปี สำหรับในไทยยังไม่มีนิยามอย่างเป็นทางการ ในที่นี้วิจัยกรุงศรีใช้เกณฑ์อายุ 60-69 ปี ซึ่งสอดคล้องกับอายุเกษียณและเกณฑ์ขั้นต่ำในการรับเบี้ยผู้สูงอายุของคนไทย

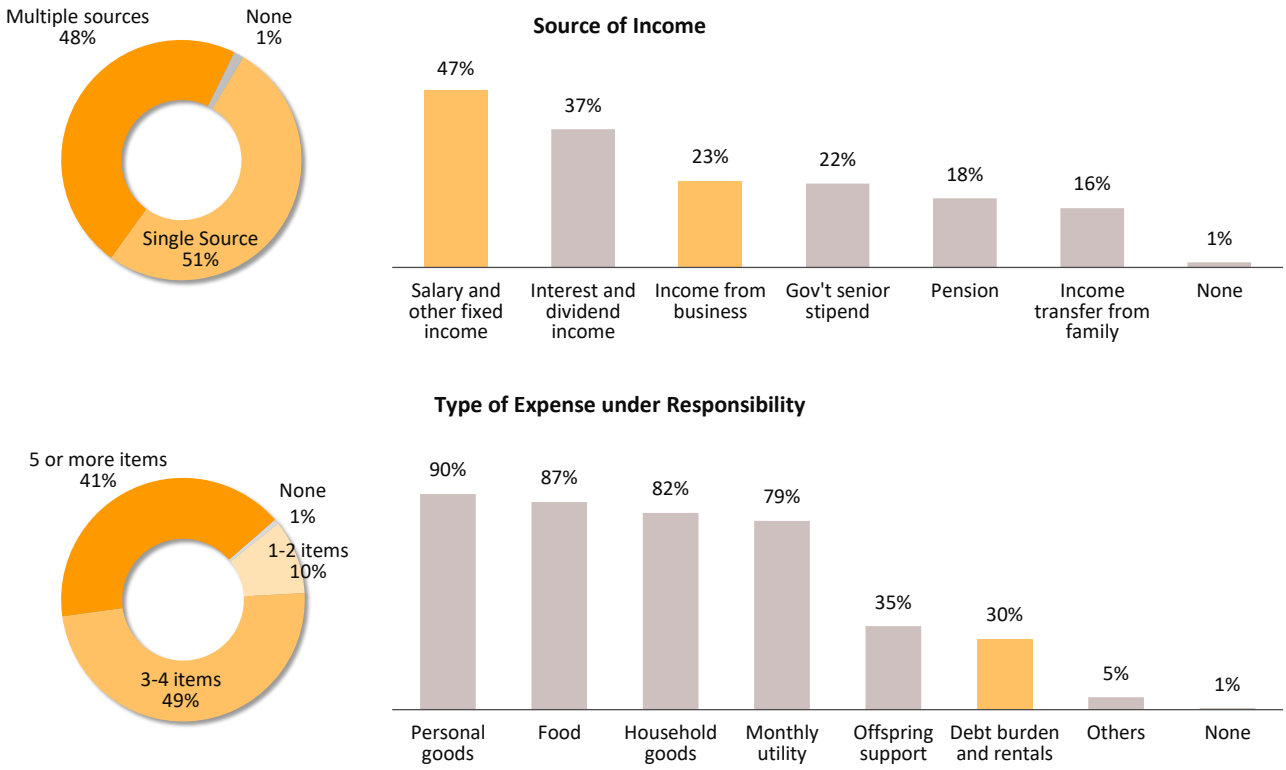
ภาพที่ 10: ข้อมูลทั่วไปของผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถาม



Source: Krungsri Research

ในด้านการเงิน ผู้สูงอายุถึงร้อยละ 99 **ยังมีรายได้อยู่ โดยกว่าครึ่งมีแหล่งรายได้เพียงแหล่งเดียว และผู้สูงอายุราวร้อยละ** 70 **ยังมีรายได้ประจำจากการทำงาน** (Active Income) อาทิ เงินเดือน เบี้ยประชุม รายได้จากการประกอบกิจการ ขณะที่ร้อยละ 37 มีรายได้จากการลงทุน (Passive income) อาทิ ดอกเบี้ยเงินฝาก เงินปันผล เงินค่าเช่า ทั้งนี้ ผู้สูงอายุร้อยละ 41 ได้รับรายได้จากรัฐบาลในรูปเงินบำนาญและเบี้ยผู้สูงอายุ ขณะที่มีเพียงร้อยละ 16 ที่ได้รับเงินช่วยเหลือจากสมาชิกในครอบครัวโดยเฉพาะลูกและคู่สมรส **ในด้านค่าใช้จ่าย ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ยังมีภาระค่าใช้จ่ายมากพอสมควร โดยร้อยละ** 41 **ยังคงมีค่าใช้จ่ายรายเดือนเกิน** 5 **รายการ และกว่าหนึ่งในสาม** (ร้อยละ 35) **ยังคงมีค่าใช้จ่ายในการดูแลบุตรหลาน**

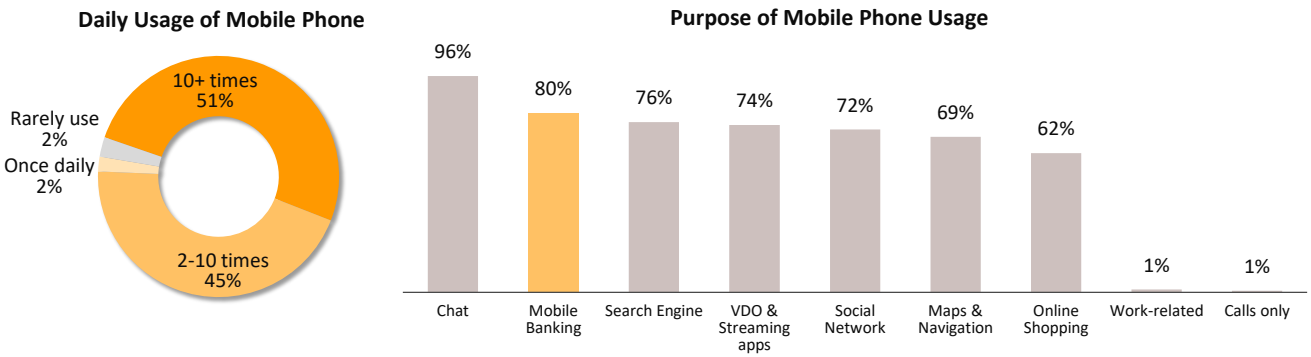
ภาพที่ 11: รายได้และรายจ่ายของผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถาม



Source: Krungsri Research

ในด้านเทคโนโลยี **ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความคุ้นเคยกับโทรศัพท์มือถือซึ่งนับเป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ในระดับค่อนข้างสูง ส่วนหนึ่งอาจเป็นผลมาจากแบบสอบถามที่จัดทำในรูปแบบออนไลน์ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามจึงเป็นผู้สูงอายุที่คุ้นเคยกับการใช้เทคโนยีอยู่แล้ว** โดยกว่าร้อยละ 95 ใช้โทรศัพท์มือถือในระดับที่บ่อย (วันละ 2-10 ครั้ง) ถึงบ่อยมาก (วันละ 10 ครั้งขึ้นไป) **โดยวัตถุประสงค์หลักของการใช้โทรศัพท์มือถือคือเพื่อติดต่อสื่อสาร** ไม่ว่าจะผ่านแอปพลิเคชันส่งข้อความ เช่น Line (ร้อยละ 96) หรือเพื่อติดต่อเครือข่ายสังคมและติดตามข่าวสาร (ร้อยละ 70) นอกจากนั้น แอปพลิเคชันวีดิโอและสตรีมมิ่งซึ่งเน้นประโยชน์ในด้านความบันเทิงได้รับความนิยมสูง (ร้อยละ 74) ในระดับที่ใกล้เคียงกับแอปพลิเคชันค้นหาข้อมูลและนำทาง (ร้อยละ 73 และ 66 ตามลำดับ) **ทั้งนี้ เป็นที่น่าสนใจว่ากว่าร้อยละ 80 ของผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามได้ใช้บริการ** Mobile Banking **อยู่แล้ว**

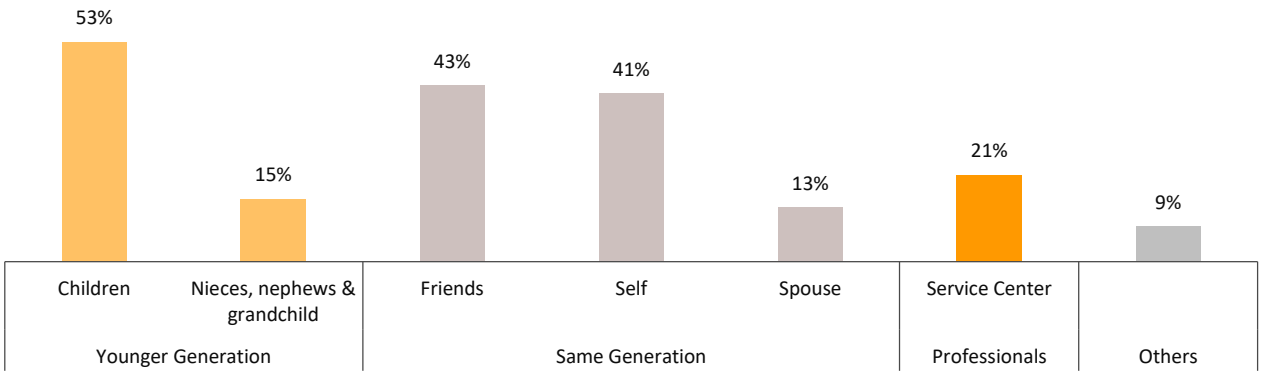
ภาพที่ 12: **พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถาม**



Source: Krungsri Research

เมื่อมีปัญหาในการใช้งานโทรศัพท์มือถือ ผู้สูงอายุกว่าครึ่งจะขอความช่วยเหลือจากบุตรหลาน ซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่และมีความเคยชินในการใช้เทคโนโลยีมากกว่า ขณะที่ "ตัวช่วย" ในวัยเดียวกันอย่างเพื่อนและคู่สมรสได้รับความนิยมรองลงมา และมีเพียงร้อยละ 21 ที่จะขอความช่วยเหลือจากมืออาชีพ เช่น พนักงานในศูนย์บริการ ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่า **ผู้สูงอายุถึงร้อยละ 41 จะพยายามแก้ไขปัญหาด้านเทคโนโลยีด้วยตัวเองโดยหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต**

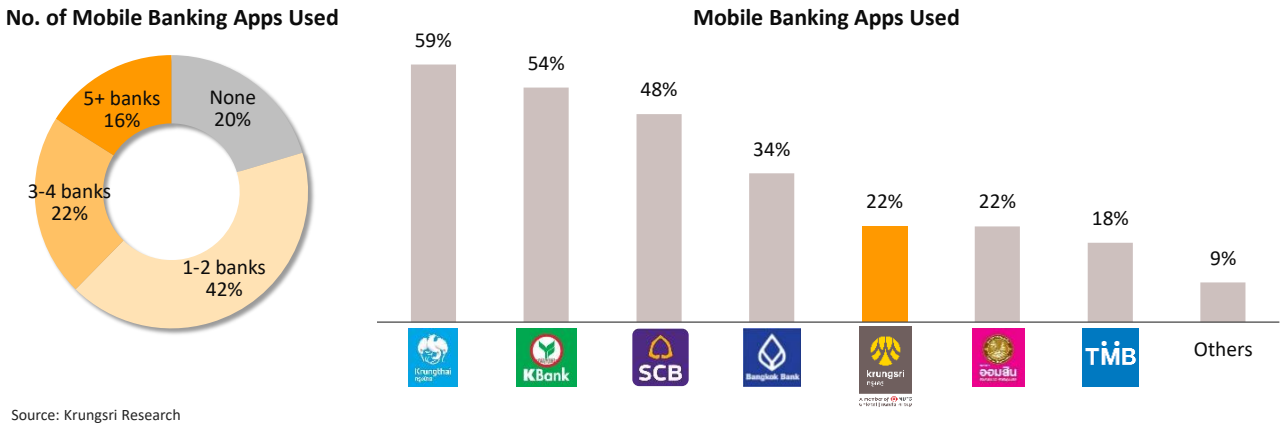
ภาพที่ 13: **ตัวช่วยเมื่อผู้สูงอายุมีปัญหาในการใช้งานโทรศัพท์มือถือ**



Source: Krungsri Research

ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชัน Mobile Banking **เพียงไม่กี่ธนาคาร** โดยราวร้อยละ 42 ใช้ Mobile Banking เพียง 1-2 ธนาคาร และร้อยละ 22 ใช้ 3-4 ธนาคาร ซึ่งเป็นที่เข้าใจได้เนื่องจากแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของแต่ละธนาคารมีความแตกต่างกันค่อนข้างมาก จึงต้องใช้เวลาในการทำความคุ้นเคยกับ UI ของแต่ละแอปพลิเคชันซึ่งเป็นความท้าทายสำหรับผู้สูงอายุที่อาจเริ่มมีความเสื่อมถอยในการคิดรู้ อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้สูงอายุกลุ่มหนึ่ง (ร้อยละ 16) ใช้ Mobile Banking ถึง 5 แอปพลิเคชันขึ้นไป โดยกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในกลุ่มก่อนเกษียณจนถึงวัย Yold และมีความมั่นใจในการใช้เทคโนโลยี **ทั้งนี้ จากกลุ่มผู้สูงอายุถึงร้อยละ 80 ที่ใช้บริการ** Mobile Banking **นั้น เกินครึ่งใช้บริการแอปพลิเคชัน** Krungthai NEXT **ของ** KTB **และ** K+ **ของ** KBANK ตามมาด้วยแอปพลิเคชัน SCB Easy (ร้อยละ 48) ของ SCB และ Bualuang M (ร้อยละ 34) ของ BBL ขณะที่มีผู้สูงอายุใช้แอปพลิเคชัน KMA ของ Krungsri ประมาณร้อยละ 22 ใกล้เคียงกับแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน

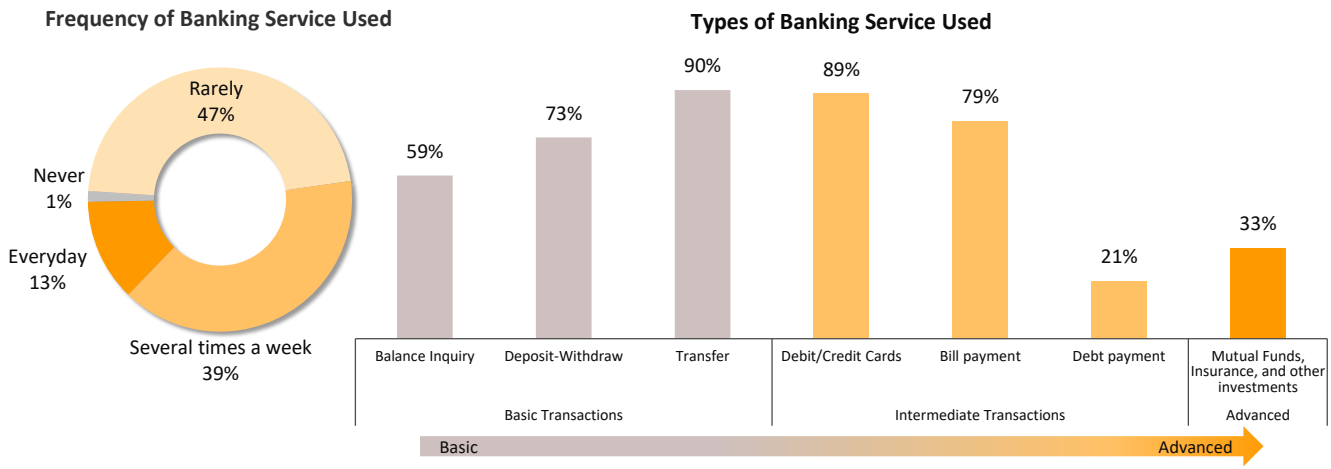
ภาพที่ 14: พฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถาม



Source: Krungsri Research

ในด้านประเภทของบริการทางการเงินทั้งผ่านสาขาและช่องทางออนไลน์ ผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการเพียงขั้นพื้นฐาน (โอนเงิน ฝาก-ถอน และตรวจสอบยอดเงินในบัญชี) ไปจนถึงบริการระดับกลางเพียงบางบริการ ได้แก่ บัตรเครดิตและบัตรเดบิต ตลอดจนชำระค่าบริการต่าง ๆ ขณะที่มีผู้สูงอายุเพียงหนึ่งในสามที่ใช้บริการทางการเงินที่มีความซับซ้อนสูง อาทิ การซื้อขายกองทุนและประกัน

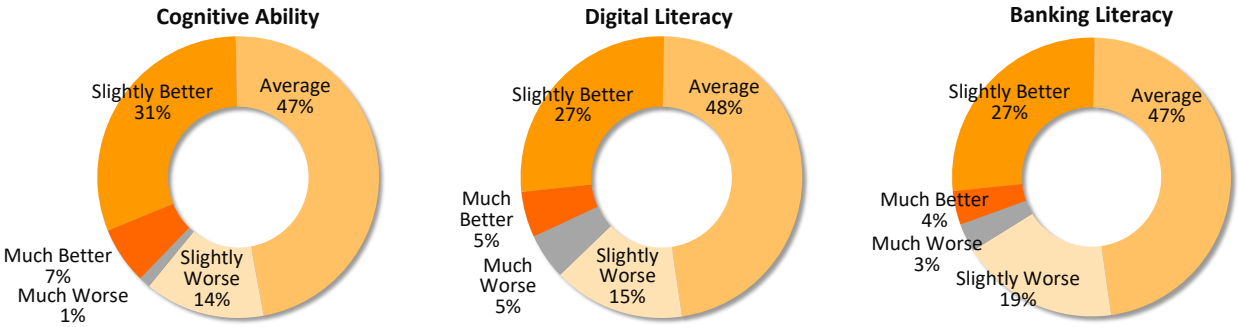
ภาพที่ 15: ความถี่และประเภทของบริการธนาคารที่ผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามเลือกใช้



Source: Krungsri Research

ในด้านทัศนคติต่อความสามารถในการคิดรู้ (Cognitive Ability) ความสามารถการใช้เทคโนโลยี (Digital Literacy) และความรู้ในการใช้บริการธนาคารและผลิตภัณฑ์ทางการเงิน (Banking Literacy) นั้น ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีทัศนคติที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ **เกือบครึ่งของผู้สูงอายุเชื่อว่าตนมีความสามารถในด้านต่าง ๆ ดังกล่าวในระดับเดียวกับผู้อื่นที่อยู่ในกลุ่มอายุเดียวกัน** ขณะที่ราวๆ หนึ่งในสามเชื่อว่าตนมีความสามารถมากกว่า และประมาณร้อยละ 10 เชื่อว่าตนมีความสามารถน้อยกว่าผู้อื่น ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) พบว่าทั้ง 3 ปัจจัยมีทิศทางที่สอดคล้องกัน โดย ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีและความรู้ในการใช้บริการธนาคารมีค่าความสัมพันธ์สูงสุดที่ 0.73 ขณะที่ค่าความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการคิดรู้และความสามารถในการใช้เทคโนโลยีอยู่ที่ 0.64 และค่าความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการคิดรู้และความรู้ในการใช้บริการธนาคารมีค่าต่ำสุดที่ 0.49 จึงอาจกล่าวได้ว่า **ผู้สูงอายุที่เข้าใจในผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารจะมีโอกาสสูงที่จะไว้วางใจเทคโนโลยี ขณะที่ความสามารถในการคิดรู้ส่งผลต่อความสามารถด้านอื่น ๆ ไม่มากนัก**

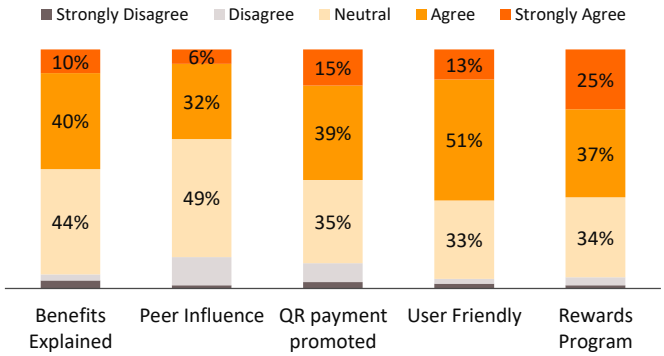
ภาพที่ 16: ทัศนคติของผู้สูงอายุต่อความสามารถด้านต่าง ๆ ของตน เมื่อเปรียบเทียบกับผู้อื่นในวัยเดียวกัน



Source: Krungsri Research

ในด้านทัศนคติ ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้สูงอายุสนใจใช้บริการ Mobile Banking **สูงสุด คือความง่ายในการใช้งานและเป็นมิตรกับผู้ใช้** (User friendly) **ด้วยภาษาที่เข้าใจง่ายและตัวหนังสือขนาดใหญ่** โดยผู้สูงอายุถึงร้อยละ 63 เห็นด้วยว่าปัจจัยดังกล่าวจะทำให้ตนสนใจใช้บริการ Mobile Banking **รองลงมาคือ โปรแกรมสะสมแต้มการใช้ Mobile Banking เพื่อนำไปแลกของรางวัลในลักษณะคล้ายกับการสะสมแต้มบัตรเครดิต (ร้อยละ 62) และการที่มีร้านค้าส่งเสริมการใช้ QR เพื่อชำระเงินจากโทรศัพท์มือถือ (ร้อยละ 55)** ขณะที่ผู้สูงอายุเพียงครึ่งหนึ่งเห็นความสำคัญของการมีคนช่วยอธิบายประโยชน์ของการใช้ Mobile Banking ซึ่งอาจเป็นเจ้าหน้าที่จากธนาคารหรือสมาชิกในครอบครัวก็ได้ ทั้งนี้ อิทธิพลจากคนรอบตัวส่งผลต่อความสนใจในการใช้ Mobile Banking ต่ำสุด ซึ่งสอดคล้องกับผลจากงานวิจัยของ Arenas-Gaitán et al (2015) ที่กล่าวไว้ข้างต้น

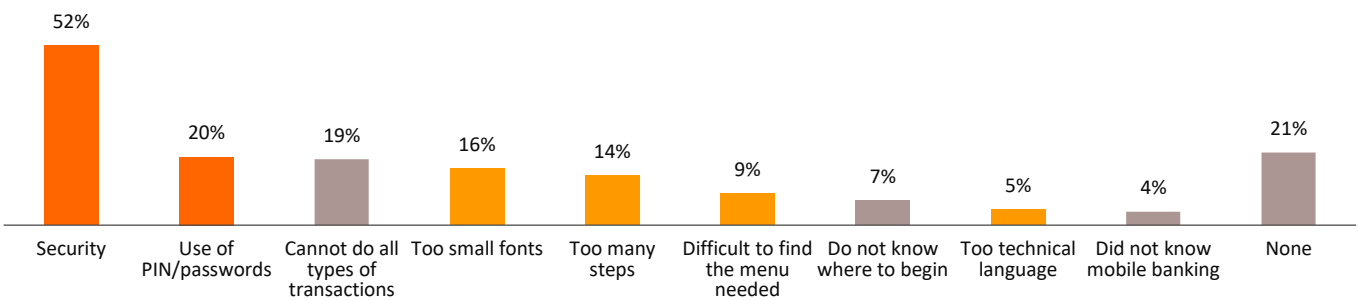
ภาพที่ 17: ปัจจัยที่ส่งผลให้ให้ผู้สูงอายุสนใจใช้บริการ Mobile Banking



Source: Krungsri Research

ปัจจัยสำคัญที่เป็นอุปสรรคต่อการใช้บริการ Mobile Banking **ของผู้สูงอายุคือความกังวลด้านความปลอดภัย โดยผู้สูงอายุกว่าครึ่งกลัวว่าการใช้** Mobile Banking **นั้นไม่ปลอดภัยทั้งในแง่ระบบของธนาคารเองและการถูกหลอกจากมิจฉาชีพ นอกจากนี้ผู้สูงอายุหนึ่งในห้ามีความกังวลในการใช้รหัสผ่านในการใช้บริการ** รองลงมาคือปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ UI ของ Mobile Banking ทั้งตัวหนังสือที่เล็กเกินไป (ร้อยละ 16) ขั้นตอนในการทำธุรกรรมที่ซับซ้อน (ร้อยละ 14) หาเมนูที่ต้องการได้ยาก (ร้อยละ 9) นอกจากนี้ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อจำกัดและความสามารถของผู้สูงอายุเองก็เป็นอุปสรรคของผู้สูงอายุบ้างเหมือนกัน เช่น ไม่แน่ใจว่าต้องเริ่มต้นอย่างไร (ร้อยละ 7) และภาษาที่เข้าใจยาก (ร้อยละ 5) ทั้งนี้ เป็นที่น่าสนใจว่าผู้สูงอายุร้อยละ 19 ไม่ชอบใช้ Mobile Banking เนื่องจากไม่สามารถทำธุรกรรมได้ทุกประเภท ซึ่งผู้สูงอายุกลุ่มนี้มักเป็นกลุ่มที่ใช้บริการ Mobile Banking จากธนาคารมากกว่า 1 ธนาคาร จึงอาจกล่าวได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีความเข้าใจในเทคโนโลยีและบริการธนาคารในระดับค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับผู้สูงอายุกลุ่มอื่นๆ จึงมีความต้องการที่ซับซ้อนกว่าผู้สูงอายุโดยทั่วไป

ภาพที่ 18: ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการใช้บริการ Mobile Banking ของผู้สูงอายุ



Source: Krungsri Research

กล่าวโดยสรุป ผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามของวิจัยกรุงศรีส่วนใหญ่อาศัยอยู่ร่วมกับสมาชิกคนอื่นในครอบครัว ยังคงมีรายได้และมีภาระค่าใช้จ่ายที่ต้องดูแล สำหรับผู้สูงอายุกลุ่มนี้เทคโนโลยีอย่างโทรศัพท์มือถือไม่ใช่สิ่งแปลกใหม่แต่เป็นความคุ้นชินในชีวิตประจำวัน และ 4 ใน 5 ของผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ Mobile Banking อยู่แล้ว อย่างไรก็ตาม การใช้ Mobile Banking ของผู้สูงอายุกลุ่มนี้ยังคงมีอุปสรรคบ้าง ทั้งในด้านความกังวลเรื่องความปลอดภัย ตลอดจน User Interface ที่อาจยังไม่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุนัก ซึ่งเราอาจทลายกำแพงของอุปสรรคเหล่านี้โดยตรงด้วยการปรับปรุงความปลอดภัยและ UI ตลอดจนใช้ตัวช่วยอื่นที่จะช่วยจูงใจให้ผู้สูงอายุหันมาใช้ Mobile Banking มากขึ้น

มุมมองวิจัยกรุงศรี: ทิศทางของบริการธนาคารเพื่อผู้สูงอายุในยุคดิจิทัล

แม้การเปลี่ยนแปลงลักษณะโครงสร้างประชากรสู่ความเป็นสังคมสูงอายุเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลก แต่แนวโน้มดังกล่าวชัดเจนมากในประเทศไทยที่กำลังจะก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุโดยสมบูรณ์ในเวลาอีกไม่กี่ปี อย่างไรก็ตาม ก่อนหน้านี้ ผู้สูงอายุมักเป็นกลุ่มที่ถูกทิ้งไว้ข้างหลังท่ามกลางกระแสการพัฒนาเทคโนโลยีที่ดำเนินไปอย่างก้าวกระโดด **แต่วิกฤติการระบาดของโรคโควิด-19 ตั้งแต่ต้นปี 2020 นี้ทำให้ผู้คนทุกกลุ่มรวมถึงผู้สูงอายุต้องเร่งเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีแทนการใช้ชีวิตแบบเดิมภายในเวลาอันสั้น วิจัยกรุงศรีจึงมองว่าเวลานี้เป็น "นาทีทอง" ในการกระตุ้นให้ผู้สูงอายุใช้บริการธนาคารผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น**

ผลจากแบบสอบถามผู้สูงอายุที่วิจัยกรุงศรีจัดทำ เน้นย้ำว่าโจทย์สำคัญที่สุดในการจูงใจให้ผู้สูงอายุหันมาใช้เทคโนโลยีอย่าง Mobile Banking คือทำอย่างไรจะสามารถสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจ (Trust) ต่ออุปกรณ์ดิจิทัลที่ทันสมัยอย่างโทรศัพท์มือถือและระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลที่มองไม่เห็น ซึ่งต่างจากความรู้สึกมั่นคงปลอดภัยที่ผู้สูงอายุสามารถสัมผัสได้จากการไปทำธุรกรรมที่สาขาธนาคาร นอกจากนั้นแล้ว การปรับปรุงอื่นๆ เช่น การใช้ระบบยืนยันตัวตนที่ไม่ต้องใช้ความจำของผู้สูงอายุอย่างรหัสผ่านหรือข้อมูลอื่นๆ ที่จัดว่าเป็น Knowledge แต่ใช้การผสมผสานระหว่าง Inherence และ Possession เพื่อให้เป็นไปตามระบบการยืนยันตัวตน 2 ชั้น (Two-factor Authentication: 2FA) จะช่วยทำให้ผู้สูงอายุสามารถใช้ Mobile Banking ได้สะดวกยิ่งขึ้น

อีกสาเหตุหนึ่งที่ผู้สูงอายุจำนวนมากไม่นิยมใช้ Mobile Banking เกิดจาก UI ที่ซับซ้อน ใช้งานยาก ตัวหนังสือเล็กเกินไปและภาษาเข้าใจยาก ขณะที่ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารในระดับพื้นฐาน เช่น โอนเงิน ฝาก-ถอน จ่ายบิล ซึ่งเป็นธุรกรรมที่ไม่ซับซ้อน **ดังนั้น Mobile Banking จึงควรมี UI พิเศษที่แก้ Pain เหล่านี้ให้แก่กลุ่มผู้สูงอายุควบคู่ไปกับ UI แบบปกติด้วย นอกจากนี้ยังอาจสอดแทรกเกมไว้ในแอปพลิเคชัน Mobile Banking ไม่ว่าจะเป็นเกมปริศนา (Puzzle) ที่ช่วยส่งเสริม Cognitive Ability ของผู้สูงอายุ หรืออาจนำแนวคิดและกลไกของเกมมาประยุกต์ใช้กับ Mobile Banking ที่เรียกว่า Banking Gamification** โดยอาจให้ผู้สูงอายุทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารเพื่อแลกกับรางวัล ซึ่งการสอดแทรกกิจกรรมดังกล่าวไว้ในแอปพลิเคชัน Mobile Banking นอกจากจะส่งเสริม Cognitive Ability แล้วยังสร้างความผูกพัน (Engagement) ของผู้ใช้ที่เป็นผู้สูงอายุกับธนาคารอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ธนาคารที่ต้องการสนับสนุนให้ผู้สูงอายุใช้เทคโนโลยีต้องเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านบุคลากรที่จะให้บริการแนะนำการใช้เทคโนโลยีแก่ผู้สูงอายุ โดยธนาคารอาจจัดศูนย์ "สาขาเสมือน" (Virtual branch) ไว้เป็นฟังก์ชันหนึ่งใน UI สำหรับผู้สูงอายุ เพื่อให้บริการแก่ผู้สูงอายุในการใช้งาน Mobile Banking โดยเฉพาะ และมีพนักงานให้คำแนะนำผ่าน VDO Call แก่ผู้ที่มีปัญหาหรือข้อสงสัยในการใช้งาน Mobile Banking นอกจากนี้ ในกรณีปัญหาที่ซับซ้อนจนไม่สามารถแก้ปัญหาผ่านช่องทาง VDO Call ได้ พนักงานที่สาขาต้องพร้อมช่วยเหลือและตอบคำถามแก่ผู้สูงอายุได้ด้วยความใจเย็นและเข้าอกเข้าใจถึงข้อจำกัดทางกายภาพของลูกค้าสูงวัยด้วย

ความพยายามเหล่านี้จะทำให้ธนาคารสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ทุกวัยผ่านช่องทางออนไลน์ซึ่งมีประสิทธิภาพสูงและต้นทุนต่ำ เพื่อให้ผู้สูงอายุไม่ "ตกขบวน" ในการใช้บริการธนาคารที่ไหลไปตามกระแสเทคโนโลยีที่เชี่ยวกรากดังที่ผ่านมา

Reference

AgeUK (Apr 2016) *Age-friendly banking: What it is and how you do it* Web. Retrieved May 15, 2020 from https://www.ageuk.org.uk/

Beade, Anne (Aug 21, 2019) "In high-tech Japan, cash remains king, defying mobile payment" *Japan Times* Web. Retrieved May 20, 2020 from https://www.japantimes.co.jp/

Cocheo, Steve (May 20, 2020) "How to Keep Seniors Coming to Digital Banking After America Reopens" *The Financial Brand* Web. Retrieved July 22, 2020 from https://thefinancialbrand.com/

Dong, Keyong and Yudong Yao (2017) *Annual Report on Financing Old Age Care in China* Singapore: Springer

Donohue, Steven (2019) "Banking and The Impending Baby Boomer Crisis" *The Financial Brand* Web. Retrieved June 4, 2020 from https://thefinancialbrand.com/

Fan, Yiying (Mar 12, 2020) "How COVID-19 Sparked a Silver Tech Revolution in China" *Sixth Tone* Web. Retrieved May 2, 2020 from https://www.sixthtone.com/

Faridi, Omar (April 26, 2020) "Digital Banking: Senior Citizens in Singapore are Increasingly Using Online-only Banks Due to COVID-19 Outbreak" *Crowd Fund Insider* Web. Retrieved May 20, 2020 from https://www.crowdfundinsider.com/

Hald, Anders (2005). *A History of Probability and Statistics and Their Applications before 1750*. John Wiley & Sons. p. 608

Hattingh, Marié, Machdel Matthee, Hanlie Smuts, Ilias Pappas, Yogesh K. Dwivedi, and Matti Mäntymäki (Mar 10, 2020) "Enablers and Barriers for Mobile Commerce and Banking Services Among the Elderly in Developing Countries: A Systematic Review" *Responsible Design, Implementation and Use of Information and Communication Technology*; 12067: 319–330.

International Monetary Fund (July 2017) "Japan: Financial System Stability Assessment" *IMF Country Report* Web. Retrieved June 4, 2020 from https://www.imf.org/

Javeline Strategy & Research (Mar 14, 2019) *Baby Boomers are an Overlooked Opportunity for Digital Banking* [Press Release] Retrieved June 4, 2020 from https://www.javelinstrategy.com/

Jayaratne, M.G.S.D.N., Maria Ryan, and Helen Cripps (2017) "Mobile banking adoption by senior citizens in Perth" *The Proceedings of 2nd Business Doctoral and Emerging Scholars Conference* Web. Retrieved May 30, 2020 from https://www.ecu.edu.au/

Kapook.com (Aug 8, 2018) "คัด 4 บัญชีเงินฝากผู้สูงอายุ 2562 ธนาคารไหนให้ดอกเบี้ยสูงสุด" *Kapook Money* Web. Retrieved May 15, 2020 from https://money.kapook.com/

Klebnikov, Sergei (Apr 11, 2019) "This Is the Best Bank for Seniors — with Fraud Protection, Great Rates, and Tons of Branches" *Money.com* Retrieved May 15, 2020 from https://money.com/best-banks-for-seniors/

Lancaster University (Mar 12, 2018) "Why some older people are rejecting digital technologies" *ScienceDaily* Web. Retrieved May 22, 2020 from https://www.sciencedaily.com/

Marous, Jim (May 18, 2020) "COVID-19 Has Changed Banking and Payments Behavior Forever" *The Financial Brand* Web. Retrieved May 26, 2020 from https://thefinancialbrand.com

National Community Reinvestment Coalition (Nov 2017) "Guide to Age-Friendly Banking Products, Services, Protections, and Resources for Older Adults" *National Neighbors Silver* Web. Retrieved May 27, 2020 from https://ncrc.org/

Nguyen, Lananh (May 31, 2020) "Older Crowd Embraces Online Banking, Rewards Firms' Digital Push" *Bloomberg* Web. Retrieved June 1, 2020 from https://www.bloomberg.com

Sirintip (May 3, 2011) "เรื่องน่ารู้ Universal Design: การออกแบบเพื่อคนทั้งมวล" *เพื่อนสร้างสุขภาวะ: เรื่องเล่าภาคี* Web. Retrieved May 25, 2020 from https://www.thaihealth.or.th

SME Development Bank (Jan 9, 2018) "โดนใจวัยเก๋า ธพว. คลอดสินเชื่อเพื่อผู้สูงอายุ เปิดโอกาสสร้างอาชีพก่อประโยชน์เศรษฐกิจคู่สังคม" *ข่าวสารธนาคาร* Web. Retreived June 15, 2020 from https://www.smebank.co.th/

Srividya P N (May 3, 2018) "Making banking a delight for the elderly" *EdgeVerve* [Blog Post] Retrieved May 25, 2020 from https://www.edgeverve.com/

Thanawala, Hiral (Aug 21, 2019) "How the elderly can bank smoothly without visiting a branch" *Money Control* Web. Retrieved May 25, 2020 from https://www.moneycontrol.com/

Tynan, Kevin (May 2, 2016) "Banks' Neglect of Seniors in Digital Push is Shortsighted" *American Banker* Web. Retrieved June 8, 2020 from https://www.americanbanker.com

Zhang, Liping (Jan 31, 2018) "Taobao Hopes to Charm Seniors With Large Print" *Sixth Tone* Web. Retrieved May 2, 2020 from https://www.sixthtone.com/

กรมกิจการผู้สูงอายุ (2015) *สถานการณ์และแนวโน้มสังคมผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2556 – 2573* Web. Retrieved May 20, 2020 from http://www.dop.go.th

จารีย์ ปิ่นทอง, ธนภรณ์ จิตตินันทน์, ปภัสสร แสวงสุขสันต์, และ ณัคนางค์ กุลนาถศิริ (July 2018) "สังคมสูงวัยกับความท้าทายของตลาดแรงงานไทย" *โครงการศึกษาด้านโครงสร้างเศรษฐกิจไทยที่มีนัยต่อการดำเนินนโยบาย สายนโยบายการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย* Web. Retrieved May 15, 2020 from https://www.bot.or.th

ดร.ศิริศักดิ์ เชยคำแหง (2017) "ธนาคารเพื่อคนสูงวัยในอนาคตจะหน้าตาเป็นอย่างไร?" *SCB X The Creators* Web. Web. Retrieved May 15, 2020 from https://www.scb.co.th/

ผู้จัดการออนไลน์ (May 29, 2020) *โควิด หนุน e-payment พุ่ง "พร้อมเพย์" ฮอทสุด* Web. Retrieved June 2, 2020 from https://mgronline.com/

ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ (June 4, 2019) "ธอส. ปล่อยสินเชื่อผู้สูงอายุ" *ข่าวนโยบายการเงิน-การคลัง* Web. Retrieved June 15, 2020 from https://www.reic.or.th/

สวรัย บุณยมานนท์ และ ปภัศร ชัยวัฒน์ (2010) "การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรกับความเหลื่อมล้ำทางรายได้ในประเทศ" *สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย* Web. Retrieved May 22, 2020 from https://elibrary.trf.or.th/

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Mar 18, 2019) "Silver Economy เศรษฐกิจผู้สูงวัย" *Science & Technology Book Series* Web. Retrieved May 20, 2020 from https://waa.inter.nstda.or.th/

วิจัยกรุงศรี

ดร.สมประวิณ มันประเสริฐ — **ผู้บริหารสายงานวิจัยและหัวหน้าทีมวิจัยเศรษฐกิจ**

พรพรรณ โภคย์สุพัสตร์ — ผู้บริหารฝ่ายวิจัยเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม

ทีมวิจัยเศรษฐกิจ

- สุจิต ชัยวิชญชาติ — ผู้บริหารทีมวิจัยเศรษฐกิจมหภาค
- ดร.ฉมาดนัย มากนวล — เศรษฐกรอาวุโส
- จุไรลักษณ์ พลศรี — เศรษฐกรอาวุโส (พยากรณ์ตัวเลขเศรษฐกิจ)
- สร้อยสนธิ์ หล่อสุวรรณกุล — เศรษฐกรอาวุโส (เศรษฐกิจภูมิภาค)
- สถิตย์ แถลงสัตย์ — เศรษฐกรอาวุโส (เศรษฐกิจภูมิภาค)

ทีมวิจัยอุตสาหกรรม

- ศรันต์ สุนันท์สถาพร — ผู้บริหารทีมวิจัยอุตสาหกรรม
- ธเนศ มหัทธนาลัย — นักวิเคราะห์อาวุโส (Construction Contractors)
- พูลสุข นิลกิจศรานนท์ — นักวิเคราะห์อาวุโส (Healthcare, Mobile Operators)
- ปิยะนุช สถาพงศ์ภักดี — นักวิเคราะห์อาวุโส (Transport & Logistics)
- นรินทร์ ตันไพบูลย์ — นักวิเคราะห์อาวุโส (Power Generation, Modern Trade, Chemicals, Medical Devices)
- พุทธชาด ลุนคำ — นักวิเคราะห์ (Hotels, Construction Materials, Industrial Estate)
- วรรณา ยงพิศาลภพ — นักวิเคราะห์ (Automobile, Electronics & Electrical Appliances, Food & Beverages)
- พัชรา กลิ่นชวนชื่น — นักวิเคราะห์ (Real Estate)
- ชัยวัช โชวเจริญสุข — นักวิเคราะห์ (Agriculture)
- อภิญญา ขนุนทอง — นักวิเคราะห์ (Energy, Petrochemicals)

ทีมพัฒนางานวิจัย

- ดร.พิมพ์นารา หิรัญกสิ — นักวิเคราะห์อาวุโส
- ตลับลักขณ์ ธนดิษฐ์สุวรรณ — นักวิเคราะห์อาวุโส (Financial Sectors)
- ปัญจพัฒน์ ประสิทธิ์เดชสกุล — นักวิเคราะห์อาวุโส
- รชฎ เลียงจันทร์ — นักวิเคราะห์
- อาภากร นพรัตยาภรณ์ — นักวิเคราะห์
- ชุติภา คลังจตุรเวทย์ — นักวิเคราะห์

ทีมบริหารระบบข้อมูลวิจัย

- สุรัชนี สมประสงค์ — เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
- ธมณ เสริญสุขสกุล — เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
- เชิดศักดิ์ ศรีชัยตัน — เจ้าหน้าที่ระบบข้อมูลวิจัย
- วงศกร แก้วอุดทัง — เจ้าหน้าที่ระบบข้อมูลวิจัย

สนใจสมัครรับอีเมล์ได้ที่ ***krungsri.research@krungsri.com***

คำสงวนสิทธิ์

เนื้อหาและข้อมูลใดๆ ทั้งหมดที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ หากมิได้ระบุไว้เป็นอย่างอื่น ถือเป็นลิขสิทธิ์ของวิจัยกรุงศรี ห้ามมิให้ผู้ใดกระทำการใดๆ เกี่ยวข้องกับเนื้อหา สำเนา หรือดัดแปลงแก่บุคคลอื่น โดยมิได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากวิจัยกรุงศรี รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยอาศัยข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อหรือควรเชื่อว่ามีความ น่าเชื่อถือ อย่างไรก็ตาม วิจัยกรุงศรีไม่อาจรับรองความครบถ้วนสมบูรณ์หรือความถูกต้องของข้อมูลดังกล่าว อีกทั้งไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นทั้งทางตรงหรือทางอ้อมจากการใช้รายงานฉบับนี้หรือเนื้อหาในรายงานฉบับนี้ ข้อมูล ความคิดเห็น และการประมาณการที่ปรากฏในรายงานนี้ถือเป็นความคิดเห็นของวิจัยกรุงศรี ไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ ความคิดเห็นในรายงานฉบับนี้เป็นไปตามสถานการณ์ปัจจุบัน ณ วันที่มีการเผยแพร่รายงาน วิจัยกรุงศรีขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงโดยมิต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า