

ความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของ  
พนักงานในกลุ่มบริษัท นทลีน จำกัด  
SATISFACTIONS OF BANKING TRANSACTION ON SMARTPHONES  
AMONG PERSONNEL IN NATHALIN GROUP

ไพศาล ร่มรื่นวานิชกิจ  
สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย  
ผู้รับผิดชอบบทความ

Phaisan Romruenwanichakit

E-mail: Phaisan@nathalin.com

Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking, Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

#### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของพนักงานในกลุ่มบริษัท นทลีน จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของพนักงานในกลุ่มบริษัท นทลีน จำกัด ได้แก่ ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจด้านราคา ความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด และความพึงพอใจด้านเทคโนโลยี โดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประชากรในงานวิจัยนี้ คือ พนักงานในกลุ่มบริษัท นทลีน จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัยพบว่า 1.) มีผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามรวมทั้งสิ้น 250 คน คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 63.20 และเพศชายจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 ส่วนใหญ่ 31 – 35 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 รองลงมาคือ 36 – 40 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80 ไม่เกิน 30 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20, 41-45 ปีขึ้นไป จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20 และมากกว่า 45 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 83.60 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60 ตามลำดับ และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อ 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 51.60 รองลงมาคือ 15,000 – 25,000 บาท จำนวน

42 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 , 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 และ มากกว่า 45,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 15.60 ตามลำดับ

2.) ความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของพนักงานในกลุ่มบริษัท นทลีน จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก คือ ความพึงพอใจด้านเทคโนโลยี ความพึงพอใจด้านราคา ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ และอยู่ระดับปานกลาง คือ ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด

**คำสำคัญ:** ความพึงพอใจ; ธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ

## **ABSTRACT**

The research of Satisfaction of Banking Transaction on Smartphones Among Personnel in Nathalin Group. The factors of research included Product, Price, Place, Promotion and Technology. That are classified by Personal factors were including sex, age, education, and salary. The population used in this. Research is Customer who use Banking Transaction on Smartphones Among Personnel in Nathalin Group. The samples used in this research amount of 250 peoples. The questionnaire was instrument of this research. Data was analyzed by using SPSS for Social Science Research. The statistics were frequency, percentage, minimum, maximum, mean, and standard deviation.

The results found that 1.) The Customers all respondents 250 people. Most are female 158 peoples representing 63.20 %, are male 92 peoples representing 36.80 %. Most aged 31 – 35 years old 92 peoples representing 36.80 % followed by the 36 – 40 years old 62 peoples representing 24.80%, not over 30 years old 58 peoples representing 23.20%, 41 – 45 years and over 34 peoples representing 23.20% and over 45 years old 4 peoples representing 1.60% respectively. Most are bachelor's degree level 209 peoples representing 83.60 % followed by master's degree level 37 peoples representing 14.80%, and less than a bachelor's degree level 4 peoples representing 1.60 % respectively. Most have average income per month 25,001 - 35,000 baht 129 peoples representing 51.60 % followed by 15,000 - 25,000 baht 42 peoples representing 16.80 %, 35,001 – 45,000 baht 40 peoples representing 16.00 %, and more than 45,000 baht 39 peoples representing 15.60 % respectively.

2.) Satisfaction of Banking Transaction on Smartphones Among Personnel in Nathalin Group overall high level. Considering each side, then that side is the high-level Technology, Price, Product, Place, respectively and at a medium level is Promotion.

**Keywords:** Satisfaction; Banking transaction on smartphones

## บทนำ

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทกับวิถีชีวิตของทุกๆ คนในโลกและเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การติดต่อสื่อสารของผู้บริโภคที่สามารถใช้ได้ทุกสถานที่และทุกเวลาได้อย่างสะดวกมากขึ้นและใช้บริการ หรือซื้อสินค้าต่างๆ ผ่านอินเทอร์เน็ต โดยภาคการเงินธนาคารเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีการปรับองค์กรธุรกิจดิจิทัลที่มีการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เพื่อให้บริการทางการเงินกับผู้ให้บริการ เช่น อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) และ โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ใช้ในการพัฒนาโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Phone) หรือสมาร์ตโฟน (Smart Phone) มีความสามารถเพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและทำการผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่เหล่านี้เพิ่มสูงมากขึ้น ทำให้การใช้บริการของธนาคารไม่ถูกจำกัดด้วยสถานที่หรือต้องไปใช้บริการที่สาขา เทคโนโลยีใหม่ทำให้ธนาคารสามารถสร้างตลาดใหม่ มีช่องว่างทางการตลาดจากการให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต และลดต้นทุนในการดำเนินงานได้ ดังนั้นด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบันจึงได้มีการปรับตัวอย่างสูงเพื่อรองรับการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านช่องในการให้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ด้วยตนเองที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการทำธุรกิจ อีคอมเมิร์ซ โดยธนาคารพาณิชย์ได้นำเทคโนโลยีมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มช่องทางการให้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ด้วยตนเอง เพื่อให้มีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางไปสาขาของธนาคาร หรือไปที่ คู่อทีเอ็มเหมือนในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นผลกระทบที่ทำให้ธนาคารพาณิชย์เริ่มปรับรูปแบบการให้บริการจากธนาคารพาณิชย์ที่ให้บริการผ่านทางสาขาเป็นรูปแบบการให้บริการรูปแบบใหม่ ซึ่งเรียกว่าธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

ความสำเร็จของช่องทางโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ที่เติบโตในปัจจุบันมีผลมาจากการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่อให้เกิดโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) กล่าวคือเป็นโปรแกรมแอปพลิเคชันที่ถูกออกแบบเพื่อให้สามารถใช้งานได้ในบนสมาร์ตโฟนที่ช่วยรองรับการทำธุรกรรมทางการเงินให้มีความง่าย สะดวก และรวดเร็วมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันได้มีธนาคารพาณิชย์ได้แข่งขันและพัฒนาโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชันและใช้ชื่อบริการที่แตกต่างกัน จากประเด็นดังกล่าว

ผู้ทำวิจัยจึงเห็นถึงความน่าสนใจและความสำคัญของความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของพนักงานในกลุ่มบริษัท นทลิน จำกัด ที่สามารถนำไปพัฒนาและต่อยอดลงไปในงานโฆษณาได้ เพื่อทำให้ได้ทราบและเข้าใจถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ และความพึงพอใจของพนักงานในกลุ่มบริษัท นทลิน จำกัด ในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ และเพื่อนำผลการศึกษามาเป็นองค์ความรู้และแนวทางให้แก่ผู้ที่สนใจต้องการศึกษาในเรื่องเดียวกัน ทั้งหมดนี้จึงเป็นที่มาของการศึกษาค้นคว้าข้อมูลในการทำ

### **วัตถุประสงค์การวิจัย**

เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของพนักงานในกลุ่มบริษัท นทลิน จำกัด

### **ขอบเขตของการวิจัย**

งานวิจัย เรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของพนักงานในกลุ่มบริษัท นทลิน จำกัด มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

#### **ขอบเขตด้านเนื้อหา**

ตัวแปรอิสระ คือ

1. สถานภาพส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม คือ

1. ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจด้านราคา ความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด และความพึงพอใจด้านเทคโนโลยี

#### **ขอบเขตด้านประชากร**

พนักงานในกลุ่มบริษัท นทลิน จำกัด

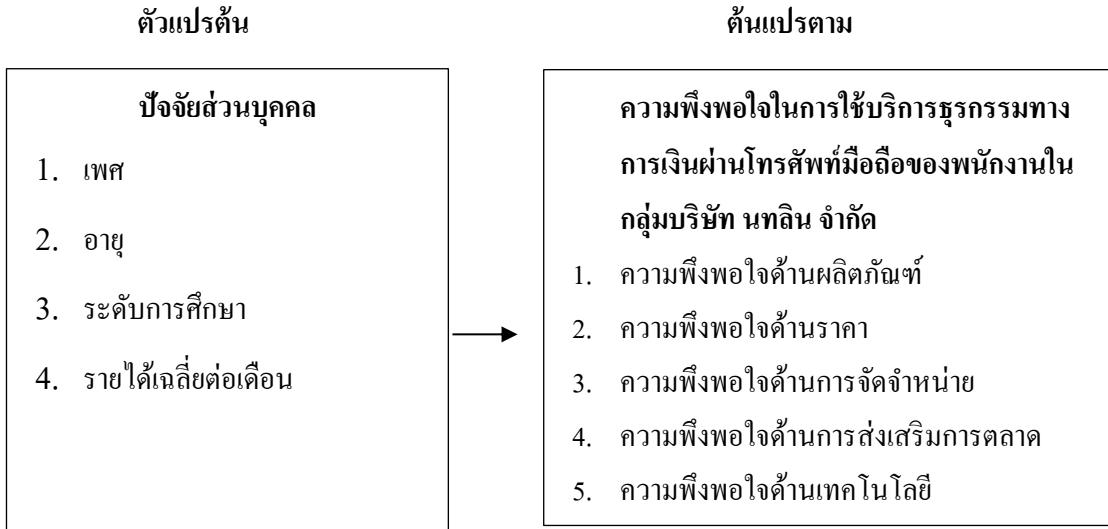
#### **ขอบเขตด้านระยะเวลา**

การวิจัยครั้งนี้จะทำการวิจัย ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม - มิถุนายน 2563

### **ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย**

1. เพื่อให้ได้ทราบและเข้าใจถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ และความพึงพอใจของพนักงานในกลุ่มบริษัท นทลิน จำกัด ในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ
2. เพื่อนำผลการศึกษามาเป็นองค์ความรู้และแนวทางให้แก่ผู้ที่สนใจต้องการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของพนักงานในกลุ่มบริษัท นทลิน จำกัด

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ**

วิทย์ เทียงบูรณธรรม (2541) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพอใจ การทำให้พอใจ ความสนใจ ความสนใจ ความพอใจ ความพอใจ การชดเชย การไถ่บาป การแก้แค้นสิ่งที่ชดเชย

Vroom (1964) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทักษะด้านบวกจะแสดงให้เห็นเป็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทักษะด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ คือ

1. องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าคุณสมบัติบริการที่ได้รับมีลักษณะตามพันธะสัญญาของกิจการแต่ละประเภท

2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่และปฏิกริยาการตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการในด้านความรับผิดชอบต่องาน

ภณิดา ชัยปัญญา (2541) ได้กล่าวไว้ว่า การวัดความพึงพอใจนั้น สามารถทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม โดยผู้ออกแบบสอบถามต้องการทราบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งสามารถทำได้ทั้งกำหนดคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกหรือสามารถให้ตอบคำถาม

ได้อย่างอิสระ โดยคำถามดังกล่าวอาจถามความพอใจในด้านต่างๆ เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนตอบ เป็นไปในแบบแผนเดียวกัน การใช้วิธีนี้มักใช้ในกรณีที่ต้องการกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนมาก นอกจากนั้น วิธีนี้ยังเป็นวิธีที่นิยมใช้กันมากที่สุดในการวัดทัศนคติ

2. การสัมภาษณ์เป็นวิธีการที่ผู้วิจัยออกไปสอบถามและพูดคุย โดยมีการเตรียมคำถามและวางแผนไว้ล่วงหน้า เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นตรงกับคำถามและแผนงานมากที่สุด

3. การสังเกต เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจ โดยการสังเกตพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะ เป็นการสังเกตจากการพูด กริยา และท่าทาง ฯลฯ โดยวิธีนี้ต้องอาศัยการสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

#### **แนวคิดเกี่ยวกับโมบายแอปพลิเคชัน**

โปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Application) ประกอบขึ้นด้วยคำสองคำ คือ Mobile กับ Application ซึ่งมีความหมาย ดังนี้ (สุชาดา พลาชัยภิรมย์ศิลป์, 2556, อ้างถึงใน ณัฐพัฒน์ ชลวณิช, 2556, น. 12)

คำว่า Mobile หมายถึง อุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ในการพกพา ซึ่งนอกจากจะใช้งานได้ตามพื้นฐานของ โทรศัพท์แล้ว ปัจจุบันยังสามารถทำงานได้คล้ายคลึงกับเครื่องคอมพิวเตอร์ เนื่องจากเป็นอุปกรณ์ที่สามารถพกพาได้จึงมีคุณสมบัติที่โดดเด่น คือ มีขนาดเล็กและน้ำหนักเบาใช้พลังงานค่อนข้างน้อย ปัจจุบันมักทำหน้าที่ได้หลายอย่าง เช่น ติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคอมพิวเตอร์ได้ และที่สำคัญคือสามารถเพิ่มหน้าที่ (Function) การทำงานได้ ส่วนแอปพลิเคชัน (Application) หมายถึง ซอฟต์แวร์ที่ใช้เพื่อช่วยการทำงานของผู้ใช้ (User) โดยแอปพลิเคชัน (Application) จะต้องมีส่วนติดต่อกับผู้ใช้ (User Interface หรือ UI) เพื่อเป็นตัวกลางในการใช้งานต่างๆ

Mobile Application หมายถึง แอปพลิเคชันที่มีความสามารถในการช่วยการทำงานของผู้ใช้งานบนอุปกรณ์การสื่อสารแบบพกพา เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต ซึ่งแอปพลิเคชันจะทำงานบนระบบปฏิบัติการ (OS) ที่แตกต่างกันออกไปบนโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน แท็บเล็ตต่างๆ

#### **ประวัติความเป็นมาของกลุ่มบริษัท นทลิน จำกัด**

นทลินก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2530 ด้วยทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท โดยเริ่มธุรกิจด้วยเรือ 2 ลำ ขนาดประมาณ 1,000 DWT เพื่อให้บริการขนส่งสินค้าประเภทน้ำมันสำเร็จรูปให้แก่การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปัจจุบัน คือ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) (“ปตท.”)) และบริษัท สยามสหบริการ จำกัด (ปัจจุบัน คือ บริษัท ซีเอสโก้ จำกัด (มหาชน)) ในเส้นทางระหว่างศรีราชาและกรุงเทพฯ เป็นหลัก โดยกลุ่มบริษัท นทลิน จำกัด ประกอบด้วยบริษัทในเครือ และบริษัทร่วม ประกอบธุรกิจหลัก 5 ประเภท ได้แก่ Logistic & Storage, International Maritime, Floating Storage, Global Energy และ Trading & Service โดยเป็นผู้นำด้านการขนส่งพลังงานทางทะเลของไทยที่มีกองเรือที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีกองเรือเดินสมุทรขนาดใหญ่ ประกอบด้วยเรือบรรทุกน้ำมันดิบ น้ำมัน สารเคมี และก๊าซ ให้บริการทั้งในและต่างประเทศ

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อรวรรณ ใจโต (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของธนาคารออมสินในจังหวัดลำปาง พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านความง่ายในการใช้งานในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เป็นอันดับ 1 และด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง เป็นอันดับ 2 คุณภาพการให้บริการ ในภาพรวม อยู่ใน ระดับพึงพอใจมาก ลูกคามีความคิดเห็นต่อการยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายในการใช้งานในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกคามีความคิดเห็นต่อการยอมรับเทคโนโลยี ในระบบอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของธนาคารออมสินว่าทำให้ง่ายต่อการทำธุรกรรมทางการเงิน อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 (S.D. = 0.83 ) รองลงมา คือ ทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารทางการเงินได้เร็วกว่า มีค่าเฉลี่ย 3.82 (S.D. = 0.87) และลำดับสุดท้าย คือ สามารถใช้งานได้ง่าย โดยไม่ต้องศึกษา มีค่าเฉลี่ย 3.03 (S.D. = 0.76)

วิศยา ธีรวิชัยไชยกุล (2556) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชัน (Application) บนสมาร์ตโฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android)” มีวิธีการศึกษา โดยใช้ระเบียบวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ประเภทปลายปิด (Closed-Ended Question) แบบให้เลือกคำตอบเดียวจากหลายคำตอบ (Multiple Choices) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษารั้งนี้ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้สมาร์ตโฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์และเคยดาวน์โหลดแอปพลิเคชันไม่น้อยกว่า 1 แอปพลิเคชัน สถิติที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ใช้แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 62.0 มีอยู่ระหว่าง 21-26 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.7 มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.2 ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ลูกจ้างคิดเป็นร้อยละ 40.2 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.4 พฤติกรรมของผู้ใช้แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้สมาร์ตโฟนยี่ห้อ Samsung คิดเป็นร้อยละ 42.5 และมีจำนวนเฉลี่ยในการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันในเดือนที่ผ่านมา 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.4 แอปพลิเคชันประเภทไม่เสียค่าใช้จ่ายที่มีการดาวน์โหลดมากที่สุด คือ แอปพลิเคชัน Facebook คิดเป็นร้อยละ 99.8 แอปพลิเคชันประเภทที่เสียค่าใช้จ่ายที่มีการดาวน์โหลดมากที่สุด คือ แอปพลิเคชัน Plants vs. Zombies คิดเป็นร้อยละ 35.5 ผลจากการศึกษาความพึงพอใจทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการใช้ประโยชน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ได้แก่ สร้างความสัมพันธ์เพื่อผ่อนคลายความบันเทิง ได้ความรู้ การใช้แอปพลิเคชันเพื่อแสดงตัวตนหรือความคิดของตน เพื่อการติดตามเหตุการณ์ทั่วไปได้รับแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ได้เรียนรู้วัฒนธรรมในสังคม

จุฑาภรณ์ ไรวอน (2556) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการบัวหลวง ไอแบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา ผู้ใช้บริการบัวหลวง ไอแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

เขตสาทร กรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลพฤติกรรมผู้บริโภคและศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการบัวหลวงไอแบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เขตสาทร กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำมาวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที ค่าเอฟและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท 2) ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านทัศนคติต่อการใช้บริการโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านค่านิยม และด้านความน่าเชื่อถือ 3) ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านกระบวนการ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านพนักงานที่ให้บริการ มีความสำคัญในระดับมาก และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญในระดับปานกลาง 4) ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้บริการในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก 5) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันพฤติกรรมการใช้บริการแตกต่างกัน 6) ทัศนคติของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ 7) ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ

วรรณพร หวลมานพ (2558) ทำการวิจัยศึกษาเรื่อง การศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเค โมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์การศึกษา เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากร พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันเค โมบายแบงก์กิ้งพลัส เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรของผู้ใช้งานกับพฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชันเค โมบายแบงก์กิ้งพลัส เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้ใช้งานที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเค โมบายแบงก์กิ้งพลัส และเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้งานที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเค โมบายแบงก์กิ้งพลัส ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้แอปพลิเคชันเค โมบายแบงก์กิ้งพลัสเป็นเพศหญิงอายุ 20 - 29 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท และมีสถานภาพโสด พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเค โมบายแบงก์กิ้งพลัสของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่พบว่ามีความถี่ในการใช้งานโดยเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งมีระยะเวลาในการใช้งานโดยเฉลี่ย 1 - 15 นาที ผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือเพื่อใช้ทำธุรกรรมทางการเงินพื้นฐาน โดยมีลักษณะของการใช้งานแอปพลิเคชันเค โมบายแบงก์กิ้งพลัส เพื่อโอนเงินไปบัญชีของธนาคารกสิกรไทย และต่างธนาคาร ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเค โมบายแบงก์กิ้งพลัสของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พบว่า มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด



ฉิลลิตา รักษาชลดร.พิสมร กิเลนทอง (2560) การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจในการใช้บริการ I-Banking ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในการใช้บริการ I-Banking ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานีและ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการ I-Banking ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานีในกลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าของธนาคารออมสินที่ใช้บริการ I-Banking พื้นที่สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 302 รายผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการ I-Banking ธนาคารออมสิน หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)ของความพึงพอใจในการใช้บริการ I-Banking ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานีการและทดสอบเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการ I-Bankingกับความพึงพอใจในการใช้บริการ I-Banking ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ Independent Sample t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (F-test)

#### วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research) โดยใช้วิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานในกลุ่มบริษัท นทลีน จำกัด จำนวน 406 คน (ที่มา : แผนกทรัพยากรบุคคล ณ วันที่ 30 เมษายน 2563)กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคำนวณขนาดตัวอย่างด้วยวิธีการใช้สูตรการคำนวณของทาโร่ ยามานะ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างเท่ากับ 5% ผลจากการคำนวณ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ต้องไม่ต่ำกว่า 201.49 คน ผู้วิจัยจึงจะเก็บกลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้อยู่ที่จำนวน 250 คน จากประชากรทั้งหมด 406 คน ดังนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ซึ่งผู้วิจัยจะเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษารั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้ แจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามที่เป็นกระดาษและผ่านทางออนไลน์โดยใช้ Google Form ตอบข้อซักถามบางประการที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาจจะต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ข้อมูลครบถ้วนแล้ว เพื่อนำไปจัดทำและเตรียมสำหรับการวิเคราะห์

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

1. ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับการวิเคราะห์เพื่อบรรยายปัจจัยส่วนบุคคล
2. ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )
3. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สำหรับวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของพนักงานในกลุ่ม บริษัท นทลิน จำกัด

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1 ด้านเพศ พบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 63.20 และเพศชายจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 ด้านอายุ พบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ 31 – 35 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 รองลงมาคือ 36 – 40 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80, ไม่เกิน 30 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20, 41-45 ปีขึ้นไป จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20 และ มากกว่า 45 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60 ตามลำดับ ด้านการศึกษา ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ 31 – 35 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 รองลงมาคือ 36 – 40 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80, ไม่เกิน 30 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20, 41-45 ปีขึ้นไป จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20 และ มากกว่า 45 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60 ตามลำดับ ด้านรายได้พบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อ 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 51.60 รองลงมาคือ 15,000 – 25,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 , 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 และ มากกว่า 45,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 15.60 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของพนักงานในกลุ่มบริษัท นทลิน จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.74$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก คือ ความพึงพอใจด้านเทคโนโลยี ความพึงพอใจด้านราคา ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{x} = 4.08$ ,  $\bar{x} = 3.97$ ,  $\bar{x} = 3.93$ ,  $\bar{x} = 3.59$ ) ตามลำดับ และอยู่ระดับปานกลาง คือ ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{x} = 3.11$ )

## สรุปผลการวิจัย

### สถานภาพส่วนบุคคล

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของพนักงานในกลุ่มบริษัท นทลิน จำกัด มีผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามรวมทั้งสิ้น 250 คน คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 63.20 และเพศชายจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 ส่วนใหญ่ 31 – 35 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 รองลงมาคือ 36 – 40 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80 , ไม่เกิน 30 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20, 41-45 ปีขึ้นไป จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20 และ มากกว่า 45 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 83.60 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60 ตามลำดับ และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อ 25,001 – 35,000บาท จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 51.60 รองลงมาคือ 15,000 – 25,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 , 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 และมากกว่า 45,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 15.60 ตามลำดับ

### ความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของพนักงานในกลุ่มบริษัท นทลิน จำกัด

ภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก คือ ความพึงพอใจด้านเทคโนโลยี ความพึงพอใจด้านราคา ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย และอยู่ระดับปานกลาง คือ ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด

## อภิปรายผลการวิจัย

### 1. ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งที่ใช้มีความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรมทางการเงิน ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ วิธีการใช้งานของแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้งที่ใช้มีวิธีการที่ง่ายต่อการใช้งาน รูปแบบการใช้งานของแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้งที่ใช้มีความทันสมัย เช่น สามารถโอนเงินด้วยเบอร์โทรศัพท์มือถือและรหัส QR Code, การถ่ายบิลด้วยการสแกนบาร์โค้ด, สามารถออกแบบและตกแต่งรูปแบบหน้าจอแอปพลิเคชันได้ เป็นต้น การให้บริการธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ผ่านแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้งที่ใช้มีลักษณะการให้บริการที่มีความหลากหลาย เช่น การโอนเงิน, การชำระและรับเงินค่าซื้อ-ขาย สินค้าออนไลน์, ถ่ายบิล, เดิมเงิน, ซื้อ-ขายกองทุน ของธนาคารกสิกรไทยและอื่นๆ เป็นต้น

แอปพลิเคชัน โบายแบงก์กึ่งที่ใช้มีความน่าเชื่อถือในการทำธุรกรรมทางการเงิน แอปพลิเคชัน โบายแบงก์กึ่งที่ใช้มีรูปแบบสีสันที่สวยงาม แอปพลิเคชัน โบายแบงก์กึ่งที่ใช้มีความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงิน ตามลำดับ และข้อที่มีความพึงพอใจปานกลาง คือ เมื่อเข้าสู่แอปพลิเคชันแล้วสามารถเข้าใจสัญลักษณ์ (Icon) ต่าง ๆ และใช้งานได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชา ธีรวิชัยไชยกุล (2556, บทคัดย่อ) การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชัน (Application) บนสมาร์ตโฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android)”

## 2. ความพึงพอใจด้านราคา

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ แอปพลิเคชัน โบายแบงก์กึ่งทำให้การทำธุรกรรมทางการเงินมีความคุ้มค่า เนื่องจากประหยัดค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ แอปพลิเคชัน โบายแบงก์กึ่งมีความคุ้มค่า เมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ แอปพลิเคชัน โบายแบงก์กึ่งมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคาร ตามลำดับ และข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ แอปพลิเคชัน โบายแบงก์กึ่งมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับระบบความปลอดภัยที่ได้รับจากการทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณพร หวลมานพ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชัน โบายแบงก์กึ่งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

## 3. ความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ แอปพลิเคชัน โบายแบงก์กึ่งในการทำธุรกรรมทางการเงินเป็นช่องทางที่ช่วยประหยัดเวลาในการเดินทางไปทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารหรือตู้เอทีเอ็ม การดาวน์โหลดเพื่อติดตั้งแอปพลิเคชัน โบายแบงก์กึ่งผ่าน Google Play หรือ App Store มีความสะดวก รวดเร็ว ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ แอปพลิเคชัน โบายแบงก์กึ่งเป็นช่องทางในการทำธุรกรรมทางการเงินที่ไม่เคยมีความผิดพลาดในการทำธุรกรรมเปรียบเสมือนการให้บริการที่ธนาคารหรือตู้เอทีเอ็ม การลงทะเบียนเพื่อเริ่มใช้งานแอปพลิเคชัน โบายแบงก์กึ่งสามารถทำได้สะดวก รวดเร็ว ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉลิฉฉฉ รักษาศลศร.พิศมร กิเลนทอง (2560) การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจในการใช้บริการ I-Banking ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

## 4. ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด

โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ การประชาสัมพันธ์ของแอปพลิเคชัน โบายแบงก์กึ่งทำให้ภาพลักษณ์มีความทันสมัยและมีความเป็นผู้นำในการให้บริการทางการเงินผ่านช่องทาง โบายแบงก์กึ่ง (Mobile Banking) โฆษณาของแอปพลิเคชัน โบายแบงก์กึ่งมีการโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ สามารถทำให้รับทราบ ข้อมูลต่างๆ ได้ตลอดเวลาสิทธิ ตามลำดับ ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน โบายแบงก์กึ่งบนสื่อทางอินเทอร์เน็ต สื่อโซเชียลมีเดีย มีรูปแบบที่ทันสมัย สามารถทำให้

เข้าใจถึงข้อมูลการให้บริการต่างๆ ได้ง่ายขึ้น โฆษณาของแอปพลิเคชัน โบนัสเบงก์ก็ถึงผ่านทางสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อกลางแจ้ง มีวิธีการนำเสนอโฆษณาที่น่าสนใจ สามารถทำให้รับรู้ข้อมูลการให้บริการต่างๆ อย่างชัดเจน โฆษณาแอปพลิเคชัน โบนัสเบงก์ก็ถึงสามารถสร้างการจดจำในตราสินค้าเป็นอย่างดี ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย คือ โฆษณาของแอปพลิเคชัน โบนัสเบงก์ก็ถึงผ่านทางสื่อสาขาหรือตู้เอทีเอ็ม สามารถบอกรายละเอียดของการให้บริการได้อย่างครบถ้วน สิทธิพิเศษต่างๆ ของแอปพลิเคชัน โบนัสเบงก์ก็ถึง (Reward Plus) เช่น การมอบคูปอง เป็นส่วนลดสำหรับนำไปใช้ที่ร้านค้าต่างๆ อาทิ อาหาร เครื่องดื่ม หรือตัวชมภาพยนตร์ มีความคุ้มค่า กิจกรรมส่งเสริมการขายของแอปพลิเคชัน โบนัสเบงก์ก็ถึงสามารถกระตุ้นการใช้แอปพลิเคชัน โบนัสเบงก์ก็ถึงได้ ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑาภรณ์ ไร่วอน (2556) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการบัวหลวง ไอเบงก์ก็ถึง ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

#### 5. ความพึงพอใจด้านเทคโนโลยี

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานธนาคาร มีความรู้ ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารเป็นอย่างดี พนักงานธนาคารสามารถให้คำแนะนำคำปรึกษา ตอบคำถาม จัดหาข้อมูล รวมถึงแก้ไขปัญหาถูกต้องตรงตามที่ลูกค้าต้องการ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานธนาคาร มีความรับผิดชอบดูแลเอาใจใส่ รวมถึงอำนวยความสะดวกในการให้บริการลูกค้า ตั้งแต่เริ่มติดต่อจนกระทั่งเสร็จสิ้นกระบวนการ พนักงานธนาคารมีบุคลิกน่าเชื่อถือ แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีความพร้อมในการให้บริการ พนักงานธนาคารมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สุภาพและมีความเต็มใจในการให้บริการ พนักงานธนาคารมีความกระตือรือร้นในการให้บริการด้วยความรวดเร็ว พนักงานที่ให้บริการมีจำนวนเพียงพอเหมาะสมกับการให้บริการ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรพรรณ ใจโต (2555) ทำการวิจัยศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตเบงก์ก็ถึงของธนาคารออมสินในจังหวัดลำปาง

#### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

##### ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ธนาคารควรมีการพัฒนาแอปพลิเคชัน โบนัสเบงก์ก็ถึงให้เหมาะสมและมีความหลากหลายกับกลุ่มผู้ใช้งาน มีรูปแบบที่สามารถใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน อีกทั้งจะต้องพัฒนาระบบในเรื่องความปลอดภัยจากการทำธุรกรรมให้มากขึ้น เช่นการแจ้งเตือนในเรื่องรหัสผ่านก่อนเข้าใช้งาน รวมถึงการลงทะเบียนใช้งานในครั้งแรกต้องแสดงถึงความปลอดภัยในการเก็บข้อมูลและต้องมีการสร้างความมั่นใจในระบบป้องกันการขโมยอย่างสม่ำเสมอ

### ความพึงพอใจด้านราคา

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ธนาคารควรพัฒนาระบบให้มีความปลอดภัยเนื่องจากการทำธุรกรรมทางการเงิน และสื่อสารให้ผู้ใช้งานทราบถึงความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคาร เช่นการเปิดใช้บริการโดยไม่คิดค่าธรรมเนียม การชี้แจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายบริการอย่างชัดเจนและการกำหนดอัตราค่าบริการให้เหมาะสมกับคุณภาพของบริการ เป็นต้น

### ความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ธนาคารควรปรับปรุงรูปแบบการลงทะเบียนให้สามารถลงทะเบียนได้ง่าย เช่นการอำนวยความสะดวกในการลงทะเบียน 24 ชั่วโมง อีกทั้งให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการใช้บริการแอปพลิเคชัน โบนัสเบงก์กิ้งเนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญในการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

### ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ธนาคารจะต้องทำแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อนำไปสู่การทำตลาดแบบผู้นำ โดยมุ่งเน้นให้กลุ่มผู้ใช้งานจริงที่มีความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน โบนัสเบงก์กิ้ง ที่จะบอกต่อและแนะนำประสบการณ์ความพึงพอใจที่มีต่อแอปพลิเคชัน โบนัสเบงก์กิ้ง ผ่านช่องทางออนไลน์และโซเชียลมีเดียต่างๆ เพื่อให้เกิดการสื่อสารแบบปากต่อปาก ซึ่งประสบการณ์ตรงที่ถ่ายทอดจากผู้ใช้งานจริงนั้น จะสามารถส่งผลต่อพฤติกรรมและความรู้สึกการจดจำตราสินค้า หรือการตัดสินใจได้ดีกว่าสื่อสารผ่านตราสินค้า รวมถึงการมอบสิทธิพิเศษต่างๆ ของแอปพลิเคชัน โบนัสเบงก์กิ้ง (Reward Plus) เช่น การมอบคูปอง เป็นส่วนลดสำหรับนำไปใช้ที่ร้านค้าต่างๆ อาทิ อาหาร เครื่องดื่ม หรือตัวชมภาพยนตร์

### ความพึงพอใจด้านเทคโนโลยี

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน โบนัสเบงก์กิ้งใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา ดังนั้นทางธนาคารจึงควรให้ความสำคัญกับการอำนวยความสะดวกของการใช้บริการแอปพลิเคชัน โบนัสเบงก์กิ้งให้สามารถเข้าถึงได้ทุกที่และทุกเวลา และสามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อทำให้เกิดความแตกต่างกับช่องทางบริการทางการเงินช่องทางอื่นๆ โดยแอปพลิเคชัน โบนัสเบงก์กิ้งมีความได้เปรียบ Internet Banking ตรงที่เป็นการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการ ทำให้ผู้บริการสามารถพกติดตัวได้ตลอดเวลา และสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ง่าย อีกทั้งเมื่อเปรียบเทียบกับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน ATM หรือที่สาขา พบว่า การทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking สามารถช่วยลดระยะเวลาในการเดินทาง และค่าใช้จ่ายของผู้ใช้บริการได้ ดังนั้น ธนาคารจึงควรพัฒนาให้ระบบแอปพลิเคชัน โบนัสเบงก์กิ้งสามารถเข้าถึงได้ทุกที่และทุกเวลา

### บรรณานุกรม

จุฬารัตน์ ไร่วอน (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการบัวหลวง ไอแบงก์กิ้ง ของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). (วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, คณะบริหารธุรกิจ.

- ฉิลลิตา รักษาชล และ ดร.พิศมร กิเลนทอง. (1 มิถุนายน 2563). การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจในการใช้บริการ I-Banking ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. สืบค้นจาก <https://bit.ly/2MOaOA7>
- ชัชฎาภรณ์ เดชาเสถียร. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ KTB Netbank ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.
- ชญัญพัทธ์ จงทวี. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- ปัทมา มานะกิจเจริญ (2555). พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในสมาร์ตโฟนของเจเนอเรชั่นวาย. (วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะบริหารธุรกิจ.
- ภาวิดา หม่อมปลัด (2556). ความไว้วางใจด้านความปลอดภัยของผู้ใช้บริการที่มีต่อเทคโนโลยีการทำธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม).
- วรรณพร หวลมานพ. (2558). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะบริหารธุรกิจ.
- วิศยา ชีรวนิชย์ไชยกุล (2556). การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชัน (Application) บนสมาร์ตโฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android)” (วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
- ศิริลักษณ์ ไรจนกิจอำนาจ. (1 มิถุนายน 2563). การยอมรับการใช้โมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยอย่างต่อเนื่องธานี. สืบค้นจาก <https://bit.ly/3hiVXvK>
- อรวรรณ ใจโต (2555). การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของธนาคารออมสินในจังหวัดลำปาง (วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, คณะบริหารธุรกิจ.