

**ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Thanachart Connect
ของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร
CUSTOMERS SATISFACTION TOWARD THANACHART CONNECT
APPLICATION OF THANACHART BANK PUBLIC COMPANY LIMITED
IN BANGKOK**

ณัชฌาจารย์ หิรัญยะมาน
สาขาการเงินการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

Natcharee Hiranyamarn

E-mail: Natchareehiran@gmail.com

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

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Thanachart Connect ของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความปลอดภัย น่าเชื่อถือ ด้านความสะดวก รวดเร็ว ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพทางการสมรส และพฤติกรรมของผู้ใช้ Thanachart Connect ของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ จำนวนครั้ง/เดือน ในการใช้บริการ ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ ช่องทางระบบการให้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางคอมพิวเตอร์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย \bar{X} ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัยพบว่า 1) มีผู้ให้บริการตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า มีจำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.75 มีอาชีพพนักงาน

บริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง มีจำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-50,000 บาท จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 สถานภาพโสด จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00

2.) พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน Thanachart Connect ของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า จำนวนครั้งต่อเดือนในการใช้บริการ ใช้บริการ 1-2 ครั้ง / เดือน จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 ประเภทการให้บริการ ใช้บริการประเภทโอน เช็คยอดบัญชี จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.25 ช่องทางระบบในการใช้บริการ ได้ใช้ช่องทางระบบ IOS จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75 ช่วงเวลาในการใช้บริการ ช่วงเวลา 12.01 -18.00 จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75

3.) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Thanachart Connect ของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ด้านความสะดวก รวดเร็ว ด้านความปลอดภัย น่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ตามลำดับ

คำสำคัญ: ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ, แอปพลิเคชัน Thanachart Connect

ABSTRACT

The objective of research was to study the level of satisfaction of Thanachart Connect application users of Thanachart Bank Public Company Limited in Bangkok. Namely the concrete aspects of service Security, reliability, convenience, and response to users In understanding and knowing customers Classified by personal factors such as gender, age, education level, occupation, average monthly income. Marital status And the behavior of Thanachart Connect users of Thanachart Bank Public Company Limited in Bangkok, for example, number of times / month In using the service Service transaction type Channel of service system Service time period The sample consisted of 400 respondents. The tools used for data collection were questionnaire for data analysis using computer program to find frequency, percentage, mean (x) and standard deviation (SD).

The research has found 1) Customers are the respondents all 400 people. Most are female, 247 people, representing for 61.75 percent, aged between 31-40 years, 150 persons or 37.50 percent, with a bachelor's degree or equivalent. There are 263 people, representing 65.75%. There are 266 employees in the private company / employee, which is 66.50%. The average monthly income is 20,001-50,000 baht, 216 people, representing 54.00 per cent. Single status, 220 people, representing 55.00 per cent.

2.) Behavior in using Thanachart Connect application service of Thanachart Bank Public Company Limited in Bangkok area, it is found that 182 times per month of usage of service, 1-2 persons or 45.50 Types of services Using the service of transferring checks and balances to 237 accounts, or 59.25% of

the channel. Using the IOS system, 227 people, accounting for 56.75%, usage period 12.01 -18.00, 203 people, representing 50.75%

3.) Customers Satisfaction Toward Thanachart Connect Application of Thanachart Bank Public Company Limited in Bangkok the overall picture is in a high level. When considering each aspect, it is found that the aspect that is of highest importance is the concrete aspect of the service. In understanding and knowing customers In terms of convenience, speed, safety, reliability, response to users respectively

Keywords: Customers Satisfaction Toward, Thanachart Connect Application

บทนำ

ปัจจุบันด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยียุคดิจิทัล ทำให้ธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ได้ปรับเปลี่ยนพัฒนารูปแบบการบริการ การทำธุรกรรมทางการเงิน ผ่านบริการ Mobile Banking เพื่อรองรับการทำธุรกรรมทางการเงินของตนเองได้อย่างง่ายดาย ไม่ต้องเดินทางไปสาขาของธนาคาร โดยธนาคารพาณิชย์พยายามที่จะพัฒนารูปแบบโปรแกรมให้ทันสมัย มีความปลอดภัย ใช้งานง่าย สะดวกสบาย รวดเร็วและปลอดภัย เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้รับความพึงพอใจอย่างดีที่สุด การบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) เป็นการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตที่พัฒนาขึ้นมาให้สอดคล้องกับการใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินกับโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตสามารถธุรกรรมทางธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของธนาคารขนาด ที่พัฒนาขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้กับลูกค้า ให้สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่ ทุกเวลา

สรุปปัจจัยสำคัญ ดังนั้น การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริการแอปพลิเคชัน Thanachart Connect – ของธนาคารขนาด จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จึงมีประโยชน์และมีความสำคัญ ทำให้ทราบถึงปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบและวิธีการให้บริการ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อเพิ่มความมั่นใจและความสะดวกสบายแก่ลูกค้า รวมถึงให้สอดคล้องและตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด และสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ไปพัฒนาวางแผนด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ ในการให้บริการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจแก่ธนาคาร โดยใช้เทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่องค์กรต่อไปได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริการแอปพลิเคชัน Thanachart Connect ของธนาคารขนาด จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Thanachart Connect ของธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ การทำธุรกรรมต่างๆ ผ่านบริการ แอปพลิเคชัน Thanachart Connect ของธนาคาร ธนชาติ จำกัด (จำกัด) มหาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ตัวแปรอิสระ 1.ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพทางการสมรส 2.พฤติกรรมของผู้ใช้ Thanachart Connect ของธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขต กรุงเทพมหานคร จำนวนครั้ง/เดือน ในการใช้บริการ ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ ช่องทางระบบการใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Thanachart Connect ของธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านคุณภาพการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความปลอดภัย น่าเชื่อถือ ด้านความ สะดวก รวดเร็ว ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรการวิจัย คือ ลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน Thanachart Connect ของธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นผู้รับบริการทั้งสิ้น 400 คน ที่เคยใช้บริการ แอปพลิเคชัน Thanachart Connect ของ ธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวบรวมข้อมูลผู้ที่เคยใช้งาน แอปพลิเคชัน (Application) ตั้งแต่ เดือน พฤษภาคม ถึง เดือน มิถุนายน 2563

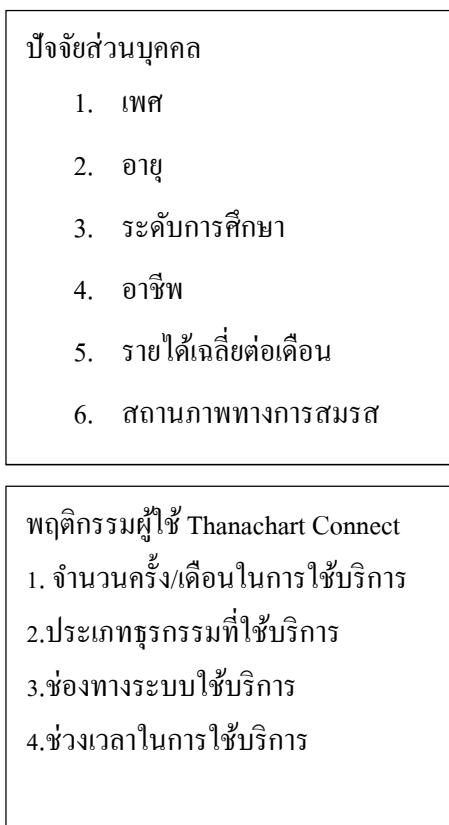
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบการใช้งาน ปัญหา และ อุปสรรค ของแอปพลิเคชัน Thanachart Connect ของธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไป เพื่อเป็นแนวทางในการ พัฒนา รูปแบบแอปพลิเคชัน Thanachart Connect ของธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) และสามารถไป ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้นต่อไป

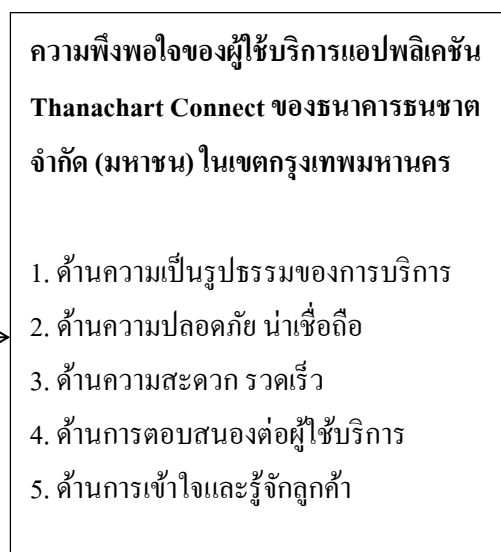
กรอบแนวความคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Thanachart Connect ของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) โดยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

ตัวแปรอิสระ



ตัวแปรตาม



แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

วิจัย ปิติเจริญธรรม (2548) จากที่มีการสำรวจเรื่องการสร้างความประทับใจในงาน บริหารองค์กร แห่งหนึ่ง โดยองค์กรนี้มีวัตถุประสงค์ในการต้องการทราบลำดับความสำคัญเรื่องการสร้าง ความพึงพอใจ ที่ได้รับและความประทับใจที่เกิดขึ้น ดังนี้

1. การใช้กิริยาจากที่สุภาพ/ยิ้มแย้มแจ่มใส/ไม่แสวงหาผลประโยชน์/กระตือรือร้น
2. มีการให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว
3. มีการให้บริการเป็นกันเอง

4. มีการพัฒนาบุคลากร/มีความรู้ในการให้บริการ/บริการด้วยความเต็มใจ/มีธรรมาภิบาล/สถานที่ ที่ใช้
 ต้องรับต้องเหมาะสมและอำนวยความสะดวกได้เป็นอย่างดี

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้โมบายแอปพลิเคชัน

Mobile Application หรือ โปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ หรือ อุปกรณ์
 อิเล็กทรอนิกส์ ที่ประกอบขึ้นจากคำ 2 คำคือ Mobile กับ Application ซึ่งมีความหมายดังนี้ (สุชาติ พลาชัย
 ภิรมย์ศิลป์, 2556, อ้างถึงใน ธีรพัฒน์ ชลวณิช, 2556, น. 12) กล่าว Mobile หมายถึงอุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ใน
 การพกพาซึ่งนอกจากจะใช้งานได้ตามพื้นฐานของโทรศัพท์แล้ว ปัจจุบันยังสามารถทำงานได้คล้ายคลึงกับ
 เครื่องคอมพิวเตอร์ เนื่องจากเป็นอุปกรณ์ที่สามารถพกพาได้จึงมีคุณสมบัติที่โดดเด่น คือ มีขนาดเล็ก
 กระทัดรัด และน้ำหนักเบาใช้พลังงานค่อนข้างน้อย ปัจจุบันสามารถทำหน้าที่ได้หลายอย่าง เช่น สามารถ
 ทำงานได้แบบคอมพิวเตอร์ ติดต่อส่งต่อข้อมูลกับคอมพิวเตอร์ได้ และยังสามารถเพิ่มหน้าที่ (Function)
 การทำงานได้ ส่วนแอปพลิเคชัน (Application) หมายถึงซอฟต์แวร์ที่ใช้เพื่อช่วยการทำงานของผู้ใช้ (User)
 โดยแอปพลิเคชัน จะต้องมีส่วนติดต่อกับผู้ใช้ (User Interface หรือ UI) เพื่อเป็นตัวกลางในการใช้งาน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัชพล โยบัวเทศ (2556) ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความ
 ภักดีของลูกค้าบริษัทหลักทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ ลูกค้าของบริษัท
 หลักทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 427 คน เครื่องมือที่ใช้ศึกษา คือ
 แบบสอบถาม มีความน่าเชื่อถือของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ เท่ากับ 0.924 และ ปัจจัยด้านความ
 ภักดี เท่ากับ 0.918 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนาคือ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ และ
 สถิติเชิงอ้างอิง คือ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยส าคัญทางสถิติ 0.05 ผล
 การศึกษาพบว่า 1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.8 มีอายุ 21-30 ปี มากที่สุด
 คิดเป็นร้อยละ 41.9 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.1 มีอาชีพเป็น พนักงาน
 บริษัทเอกชน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43 และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อย
 ละ 39.3 2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของบริษัทหลักทรัพย์ ในเขต
 กรุงเทพมหานคร ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ การตอบสนอง
 ต่อความต้องการบริการของลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าผู้ใช้บริการ และความเข้าใจและรู้จักลูกค้า
 ผู้ใช้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก 3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความภักดีต่อบริษัทหลักทรัพย์ ในเขต
 กรุงเทพมหานคร ในด้านทัศนคติ และด้านการกระทำ โดยรวมอยู่ในระดับมาก 4. การทดสอบสมมติฐาน
 การวิจัย พบว่า ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการในด้านความ เป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการ
 ให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าผู้ใช้บริการ และด้านความเข้าใจและรู้จัก ลูกค้าผู้ใช้บริการ ส่งผลต่อความภักดีของ

ลูกค้าบริษัทหลักทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีปัจจัย ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าผู้ใช้บริการ ส่งผลมากที่สุด

กิริติ บันดาลสิน (2558) ทำการวิจัยเรื่อง การรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสำนักราชดำเนิน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการกับ ความจงรักภักดีในการใช้บริการ และศึกษาการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสำนักราชดำเนิน โดยใช้เครื่องมือในการวัดการรับรู้คุณภาพ บริการแบบ SERVQUAL เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารออมสิน สาขาสำนักราช ดำเนิน จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบ สมมติฐานด้วย การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับการรับรู้คุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยลูกค้ามี การรับรู้ด้านการให้ความมั่นใจและความไว้วางใจแก่ลูกค้ามากที่สุด 2) ระดับความจงรักภักดีของ ผู้ใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยลูกค้ามีความจงรักภักดีในการใช้บริการในด้านทัศนคติมากที่สุด 3) การรับรู้คุณภาพบริการทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับความจงรักภักดี ในการใช้บริการ โดยรวม โดยความใส่ใจลูกค้า มีความสัมพันธ์มากที่สุด 4) การรับรู้คุณภาพบริการด้าน ความใส่ใจลูกค้า ความเป็นรูปธรรมของการบริการ และการตอบสนองลูกค้า ส่งผลต่อความจงรักภักดี ในการใช้บริการ ด้านพฤติกรรม ด้านทัศนคติ และความจงรักภักดีในการใช้บริการ โดยรวมในทิศ ทางบวก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

รัชนิกร ดำรงค์รักษ์ (2558) ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ SCB Easy Net ของธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า (1.) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุ 21-40 ปี ส่วนใหญ่สมรส สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ 35,001-45,000 บาท

(2.) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ SCB Easy Net ของธนาคารไทยพาณิชย์ในการทำธุรกรรมทางการเงิน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการต่าง ๆ ของ ธนาคารไทยพาณิชย์มาเป็นเวลา 1 -2 ปี ใช้บริการ SCB Easy NET มากกว่า 2 ปี โดยทำรายการผ่านบริการ SCB Easy Net 1 –3 ครั้ง/เดือน ซึ่งทำรายการธุรกรรมทางการเงินผ่านจำนวนไม่เกิน 10,000 บาท และส่วนใหญ่รู้จักบริการ SCB Easy Net จากพนักงานธนาคารแนะนำ ทั้งนี้ใช้บริการ SCB Easy Net จากสถานที่ทำงาน และส่วนใหญ่ใช้บริการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชี

(3.) การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ SCB Easy Net ของธนาคารไทยพาณิชย์ในการทำธุรกรรมทางการเงินตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และ จำแนกออกเป็นรายด้านด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านราคา ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุดผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโม

บายเบงก์กิ้งพลัส เป็นเพศหญิงอายุ 20-29 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และสถานภาพโสด พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายเบงก์กิ้งพลัสของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ พบว่าความถี่ในการใช้งานโดยเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ซึ่งมีระยะเวลาในการใช้งานโดยเฉลี่ย 1-15 นาที ผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ เพื่อใช้ทำธุรกรรมทางการเงิน พื้นฐาน มีลักษณะของการใช้งานแอปพลิเคชันเคโมบายเบงก์กิ้งพลัสเพื่อ โอนเงินไปบัญชีของธนาคาร กสิกรไทยและต่างธนาคาร ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายเบงก์กิ้งพลัสของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด

อภิณัฐ เลิศพิชิตกุล (2558) ผลการค้นคว้าอิสระเรื่อง บรรพบุรุษของความน่าเชื่อถือของร้านค้าออนไลน์และผู้บริโภคไทย” เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือออนไลน์ให้ประเทศไทย ที่จะแสดงให้เห็นถึงบรรพบุรุษ ความแตกต่าง และคล้ายคลึงกันของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือออนไลน์ในมุมมองของผู้บริโภคในประเทศไทย และต่างประเทศเพื่อนำไปเป็นองค์ความรู้ใหม่ในการทำธุรกิจออนไลน์ทั้งใน ประเทศไทย และต่างประเทศ โดยได้กำหนดกรอบการวิจัยโดยมีการทดสอบตัวแปรอิสระทั้งหมด 7 ปัจจัย ซึ่งส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือออนไลน์ คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ความเป็นส่วนตัว ประสบการณ์ การใช้ ความเสี่ยง ความสะดวกในการใช้ ศิลธรรม และการคล้ายคลึงตามกลุ่มอ้างอิง และทดสอบว่ามีอายุ เป็นตัวแปรกำกับของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการคล้ายคลึงตามกลุ่มอ้างอิงหรือ กับความน่าเชื่อถือ ออนไลน์ รวมถึงทดสอบตัวแปรอิสระ 2 ปัจจัย ซึ่งส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นซื้อออนไลน์ คือปัจจัยด้านการ คล้ายคลึงตามกลุ่มอ้างอิง และความน่าเชื่อถือออนไลน์ และทดสอบระดับราคาในการเป็นตัวแปรกำกับของ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความน่าเชื่อถือออนไลน์ กับความคิดเห็นซื้อออนไลน์ โดยผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ทั้งหมด 414 ชุด มา ประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ปัจจัย และการวิเคราะห์การถดถอย เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย ซึ่งผลการศึกษาพบว่ามี 5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือออนไลน์ใน มุมมองของผู้บริโภคในประเทศไทย 1. ปัจจัยด้านความปลอดภัย 2. ปัจจัยด้านประสบการณ์การใช้ 3. ปัจจัยด้านความเสี่ยง 4. ปัจจัยด้านความสะดวกในการใช้ 5. ปัจจัยการคล้ายคลึงตามกลุ่มอ้างอิง และยัง พบว่าอายุมีนัยสำคัญบางส่วนในการทดสอบการเป็นตัวแปรกำกับของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการ คล้ายคลึงตามกลุ่มอ้างอิงกับความน่าเชื่อถือออนไลน์ ผลการศึกษายังพบว่ามี 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความ ตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในประเทศไทย คือ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือออนไลน์ และระดับ ราคาไม่ได้เป็นตัวแปรกำกับของ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความน่าเชื่อถือออนไลน์ กับความคิดเห็นซื้อ ออนไลน์ในมุมมองของผู้บริโภคในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยหวังว่าจะมีการน าประโยชน์จากผลการวิจัยนี้ไปใช้ ประโยชน์ทั้งในด้านการบริหารธุรกิจ และการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความน่าเชื่อถือออนไลน์ต่อไป

พรภัทร แสงวงศ์ประเสริฐ (2560) ผลการศึกษาวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน K PLUS ของธนาคารกสิกรไทยในเขต กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยทำการสรุปผลการวิจัยคือ ระดับความพึงพอใจของการใช้แอปพลิเคชัน K PLUS ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด สามารถสรุปผลได้คือ 1. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งเห็นว่า ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานครรับรู้ถึงความสะดวกรวดเร็วในการใช้งาน สามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ตลอดเวลาผ่านแอปพลิเคชัน โดยไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางไปทำธุรกรรมต่างๆ ด้วยตัวเองและประหยัดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมผ่านช่องทางอื่น

ศุภรัตน์ ถาวรชื่น (2560) ทำการวิจัย เรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชัน KTB netbank ของผู้รับบริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยทำการสรุปผลการวิจัยคือ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าสำหรับแอปพลิเคชัน KTB netbank นั้นนักการตลาดของธนาคาร คำนึงถึงการรู้จักกลุ่มเป้าหมาย การนำเอาธุรกรรมขององค์กรที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์ภายในองค์กรโดย ปรับเปลี่ยนรูปแบบในการนำเสนอ ให้ออกมาทางเทคโนโลยีApplication เพื่อให้สอดคล้องกับ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายนั่นเอง จากนั้นผู้รับบริการก็จะเกิดความคาดหวังในการใช้งานผ่านเทคโนโลยี แอปพลิเคชัน KTB อีกทั้งลูกค้ายังมีส่วนร่วมในการใช้เทคโนโลยีด้วยตนเอง ทำให้ผู้รับบริการเกิดความ เป็นอิสระในการใช้งานแล้วก็จะเกิดความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน อีกด้วย และด้วย เทคโนโลยีใหม่ๆ นี้เองที่ธนาคารกรุงไทย สามารถผนวกเข้ากับเป้าหมายขององค์กรทางธุรกิจโดยรวม ที่มีอยู่เดิมได้เข้ากับยุคเข้ากับสมัยในปัจจุบันรวมทั้งแข่งขันกับธุรกิจประเภทเดียวกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยแบบเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Thanachart Connect ของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง โดยมีความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เสนอไว้ได้กำหนดคือไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบสัดส่วนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แจกแบบสอบถามให้แก่ประชากรที่กำหนดไว้ระยะเวลาที่เริ่มเก็บแบบสอบถาม เดือน พฤษภาคม – มิถุนายน พ.ศ. 2563 ถึง โดยใช้วิธี การแจกแบบสอบถามในรูปแบบ Google form โดยส่งแบบสอบถามไปให้ผู้ตอบแบบสอบถาม ผ่านทาง Social Media ต่าง ๆ เช่น Line, Facebook, Instagram, Twitter การแจกแบบสอบถามที่เป็นกระดาษ โดยผู้วิจัยได้ทำการเลือกสาขาของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) จำนวน 5 สาขา เพื่อตอบแบบสอบถาม
2. ตอบข้อซักถามบางประการที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาจจะต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม
3. เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ข้อมูลครบถ้วนแล้ว เพื่อนำไปจัดทำและเตรียมสำหรับการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับการวิเคราะห์เพื่อการบรรยายปัจจัยส่วนบุคคล
2. ค่าเฉลี่ย \bar{X}
3. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สำหรับวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน

Thanachart Connect ของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1. ปัจจัยส่วนบุคคล มีผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 และเพศชาย จำนวน 153 คนคิดเป็นร้อยละ 38.25 ส่วนใหญ่ มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมา คือ 21-30 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 อายุ 41 - 50ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 อายุ ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 และ 51 -60 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า มีจำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.75 รองลงมาคือ ปริญญาโท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 และต่ำกว่าปริญญาโท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 ส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง มีจำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพ อิสระ/ค้าขาย จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0ข้าราชการ/พนักงานรัฐสาหกิจ/ ลูกจ้างของรัฐ มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 และ อื่นๆ นักศึกษา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-50,000 บาท จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมา 50,001-80,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 คน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 80,001-100,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 และ 100,001 บาทขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ .25 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน Thanachart Connect พบว่า จำนวนครั้งในการใช้บริการ ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Thanachart Connect ใช้บริการ 1-2 ครั้ง / เดือน จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 ใช้บริการ 3-4 ครั้ง / เดือน จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 ใช้บริการ ตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไป จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 ประเภทการให้บริการ ส่วนใหญ่ผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน Thanachart Connect ของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้บริการ ประเภทโอน เช็คยอดบัญชี จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.25 ใช้บริการประเภท ชำระค่าสินค้าและบริการ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ประเภทสินเชื่อ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 และ อื่นๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ ช่องทางระบบในการใช้บริการ ผู้ใช้บริการ ได้ใช้ช่องทางระบบ IOS จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75 และด้วยช่องทางระบบ Android จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 ช่วงเวลาในการใช้บริการ ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Thanachart Connect ของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเวลา 12.01 -18.00 จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Thanachart Connect ของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร มี 5 ด้าน ด้วยค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Thanachart Connect ของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ด้านความสะดวก รวดเร็ว ด้านความปลอดภัย น่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ ($\bar{X} = 4.19$, $\bar{X} = 4.17$, $\bar{X} = 4.16$, $\bar{X} = 4.06$, $\bar{X} = 3.96$) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

การวิจัยเรื่องการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Thanachart Connect ของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ตามปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 และเพศชาย จำนวน 153 คนคิดเป็นร้อยละ 38.25 ส่วนใหญ่ มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมา คือ 21-30 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 อายุ ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 และ 51 -60 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระดับ

การศึกษาระดับปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า มีจำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.75 รองลงมาคือ ปริญญาโท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 และต่ำกว่าปริญญาโท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง มีจำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0ข้าราชการ/พนักงานรัฐสาหกิจ/ ลูกจ้างของรัฐ มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 และ อื่นๆ นักศึกษา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-50,000 บาท จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมา 50,001-80,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 คน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 80,001-100,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 และ 100,001 บาทขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ .25 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 ตามลำดับ

พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน Thanachart Connect ของธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ลูกค้าได้ใช้บริการ 1-2 ครั้ง / เดือน จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 ใช้บริการ 3-4 ครั้ง / เดือน จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 ใช้บริการ ตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไป จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 ส่วนใหญ่ใช้บริการประเภทโอน เชื่อกดบัญชี จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.25 ใช้บริการประเภทชำระค่าสินค้าและบริการ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ประเภทสินเชื่อ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 และ อื่นๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ลูกค้าได้ใช้ช่องทางระบบ IOS จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75 และด้วยช่องทางระบบ Android จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 ตามลำดับ และส่วนใหญ่ ใช้บริการช่วงเวลา 12.01 -18.00 จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 06.01 – 12.00 จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 และ 18.01 – 24.01 จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Thanachart Connect ของธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมในการบริการ ด้านความปลอดภัย น่าเชื่อถือ ด้านความสะดวก รวดเร็ว ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ด้านความเป็นรูปธรรมในการบริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาความเห็นเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นมากที่สุด คือ สามารถลดค่าใช้จ่ายในการโอนเงินข้ามต่างธนาคาร โดยไม่เสียค่าธรรมเนียม สามารถทำธุรกรรมด้วย

Application Thanachart Connect ได้ตลอด 24 ชั่วโมง และข้อที่มีความคิดเห็นมาก คือ ลดเวลาการเดินทาง เพื่อขอสินเชื่อ และสมัครธุรกรรมต่างๆ สามารถทำธุรกรรมได้ด้วยตนเอง ทุกที่ ทุกเวลา และ แอปพลิเคชัน Thanachart Connect สามารถรองรับได้ทั้งระบบ Android และ IOS ซึ่งสอดคล้องกับ รัชนิกร คำนดำรง รักษ์ (2558) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ SCB Easy Net ของธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขต กรุงเทพมหานคร

2. ด้านความปลอดภัย นำเชื่อถือ

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ความน่าเชื่อถือจากชื่อเสียงของธนาคาร ลดความเสี่ยงจากการไปทำธุรกรรมต่างๆ โดยไม่พกเงินสด มีมาตรฐานความน่าเชื่อถือระดับสากลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าผ่านระบบออนไลน์ มีระบบรักษาความปลอดภัยต่อการทำธุรกรรมที่เกี่ยวกับเงิน โดยทุกครั้งจะมีรหัสลับ (OTP) และสามารถควบคุมการเข้าถึง Application ด้วยรหัส PIN หรือ SCAN ลายนิ้วมือ Finger ID ซึ่งสอดคล้องกับ อภินัฐ เลิศพิชิตกุล (2558) การค้นคว้าอิสระเรื่อง บรรพทของความน่าเชื่อถือของร้านค้าออนไลน์และผู้บริโภคไทย

3. ด้านความสะดวก รวดเร็ว

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สามารถชำระค่าบริการและสินค้าโดยไม่มีค่าธรรมเนียมธนาคาร ไม่ต้องเสียเวลา และเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาธนาคาร เพื่อทำธุรกรรม ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ สามารถใช้บริการ Application ได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีขั้นตอนในการทำรายการเพียงไม่กี่ขั้นตอน เข้าใจง่าย มีการบริการหลากหลายในรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ พชรภัทร แสงวงศ์ประเสริฐ (2560) ผลการศึกษาวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน K PLUS ของธนาคารกสิกรไทยในเขต

4. ด้านการตอบสนองของผู้ใช้บริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ระบบ Thanachart Connect ทำให้ผู้ให้บริการสามารถทราบผลการชำระเงินพร้อมก็มีหลักฐานได้ทันที ระบบ Thanachart Connect ให้บริการอย่างรวดเร็วทันต่อความต้องการ ระบบ Thanachart Connect มีธุรกรรมครอบคลุมตามที่ลูกค้าต้องการใช้บริการ การใช้งานของระบบ Thanachart Connect เข้าใจง่าย และระบบ Thanachart Connect มีขั้นตอนในการให้บริการที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ กิรติ บันดาลสิน (2558) ศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสำนักราชดำเนิน

5. ด้านเข้าใจลูกค้าและรู้จักลูกค้า

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ไม่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงิน ไม่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินที่มีบริการครอบคลุม ครบถ้วน และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การสะสมคะแนนจากการทำธุรกรรม(การ โอน) ผ่านแอปพลิเคชันทางการเงินเพื่อแลกของพรีเมียมจากธนาคาร ลูกค้า

สามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันได้ทั้ง App Store และ Play Store และ เมื่อติดตั้งและใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินจะได้รับสิทธิพิเศษจากธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ ชัชพล ไยบัวเทศ (2556) การศึกษารุ่นนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าบริษัทหลักทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ หน่วยงานควรพัฒนาระบบให้แอปพลิเคชัน Thanachart Connect สามารถรองรับทั้งระบบ Android และ IOS กล่าวคือ ให้ระบบสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ติดขัด หรือเกิดการล่าช้าของระบบให้ได้ไหลลื่นได้ง่ายขึ้น และสามารถทำธุรกรรมด้วย Application Thanachart Connect ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องทำการดูแลระบบเพื่อให้สามารถบริการให้กับผู้ใช้บริการ ได้ตลอดเวลา

ด้านความปลอดภัย น่าเชื่อถือ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ หน่วยงานที่ดูแลควบคุมระบบจะต้องมีมาตรฐานความน่าเชื่อถือจากการทำธุรกรรมออนไลน์ และมีระบบรักษาความปลอดภัยต่อการทำธุรกรรมเกี่ยวกับการเงิน เพื่อดึงดูดให้มีผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น และให้ระบบมีมาตรฐานในการรักษาความปลอดภัยต่อการทำธุรกรรมที่เกี่ยวกับเงิน โดยทุกครั้งจะมีรหัสลับ (OTP) ที่ส่งผ่านทาง SMS มายังโทรศัพท์มือถือเพื่อยืนยันการทำรายการ

ด้านความสะดวก รวดเร็ว

สิ่งที่ต้องปรับปรุงหรือพัฒนา คือ ควรพัฒนารูปแบบการใช้งานให้มีหลากหลายผลิตภัณฑ์ และ ใช้งานได้ง่าย มีขั้นตอนในการทำธุรกรรมที่ง่าย และเข้าใจง่ายต่อการใช้ Application และเพิ่มชำระค่าบริการต่างๆ ได้มากยิ่งขึ้นเพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย และที่สำคัญ ทางหน่วยงานควรออกแบบการใช้งานของระบบ ให้มีขั้นตอนในการทำรายการเพียงไม่กี่ขั้นตอน และง่ายต่อความเข้าใจ

ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุงหรือพัฒนา คือ การใช้งานแอปพลิเคชัน Thanachart Connect ยังต้องพัฒนาระบบให้มีความครอบคลุมการใช้งาน มีขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน ลดขั้นตอนการเข้าระบบเพื่อทำธุรกรรมให้รวดเร็วและมีความเข้าใจง่ายที่สุด โดยจะต้องตอบสนองความต้องการต่อผู้ใช้บริการให้ใช้งานต่อไป และ ดึงดูดลูกค้าอื่นให้เข้ามาใช้บริการธนาคารเพิ่มมากขึ้น การใช้งานของระบบ Thanachart Connect จะต้องเข้าใจ ใ้ได้ง่ายอีกด้วย

ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้า

สิ่งที่ต้องปรับปรุงหรือพัฒนา คือ ปรับปรุงรูปแบบการใช้งานแอปพลิเคชัน ให้ง่ายและสามารถเรียนรู้ได้ง่าย สามารถทำรายการได้ด้วยตนเอง ผู้รับบริการให้ความสำคัญกับความเข้าใจ เอาใจใส่

ความรู้สึกเพิ่มโปรโมชันผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ สร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าใช้บริการเพิ่มขึ้น เมื่อผู้ให้บริการมีความพึงพอใจจากการใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงิน เมื่อใช้งานแล้วสามารถแลกเปลี่ยน หรือสามารถนำไปแลกเปลี่ยนเป็นส่วนลดเพื่อลดค่าใช้จ่ายให้กับผู้ให้บริการได้อีกด้วย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ควรจัดให้มีการสนับสนุนให้ใช้หรือติดตั้งการให้บริการแอปพลิเคชันทางการเงิน เพื่อจะได้รับสิทธิพิเศษจากธนาคาร เช่น ส่วนลดร้านค้า ส่วนลดร้านอาหาร หรือ สิทธิพิเศษเพื่อแลกของรางวัล หรือ คะแนน เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กิริติ บันดาลสิน (2558) .การรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสำนักราชดำเนิน (ด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ)
- รัชพล ไยบัวเทศ (2558), ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าบริษัทหลักทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
- พชรภัทร แสงวงศ์ประเสริฐ (2560) ,การศึกษาความความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน K PLUS ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร
- รัชนิกร ดำดำรงรักษ์. (2558). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ SCB Easy Net ของ ธนาคารไทยพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต). กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อภิณัฐ เลิศพิชิตกุล. (2558).บรรพบทของความน่าเชื่อถือของร้านค้าออนไลน์และผู้บริโภคไทย, (การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์