

ความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง K PLUS ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย
ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี

CUSTOMER'S SATISFACTION TOWARDS MOBILE BANKING K PLUS
IN MUEANG DISTRICT, PRACHINBURI PROVINCE

ทรงกฤษณ์ พึ่งตนเอง

สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Songkit Phungtoneng

Faculty of Business Administration Program in Accounting, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง K PLUS ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ

กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนที่เคยใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง K PLUS ของธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 มีการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.25 มีสถานภาพโสด จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้างโรงงาน จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง K PLUS ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายได้พบว่าด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ ด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, โบบายแบงก์กิ้ง, ธนาคารกสิกรไทย

Abstract

The objective is to study customer's satisfaction towards mobile banking K PLUS in Mueang district, Prachinburi province. The factors of research included product, price, place, promotion, people, process and physical evidence.

The population used in this research was 400 personnels of Mueang district, Prachinburi province. The questionnaire was instrument of the research. Data was analyzed by using SPSS for social science research. The statistics were frequency, percentage, mean (\bar{X}) and standard deviation (SD).

The research found that a total of 400 people of Mueang district, Prachinburi province. Most gender were female 209 people representing 52.25 percent. Most age were 21-30 years old 177 people representing 44.25 percent. Most salary income were 20,001 – 30,000-baht 226 people representing 56.50 percent. Most education level were bachelor's degree 253 people representing 63.25 percent. Most marital status were unmarried 290 people representing 72.50 percent. Most occupation were company employees/factory workers 132 people representing 33.00 percent.

The research found that customer's satisfaction towards mobile banking K PLUS in Mueang district, Prachinburi province overall was highest level. Considering each aspect, it was found that, the highest level was process, price, place and people, high level was product, physical evidence and promotion.

Keyword: Satisfaction, Mobile Banking, Kasikornbank

บทนำ

Mobile banking โบายบายเบงก์กิ้ง คือการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยไม่ต้องเดินทางไปยังสถาบันการเงิน โดยผู้ใช้งานสามารถทำธุรกรรมได้ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์มือถือหรือแท็บเล็ต โดยในปัจจุบัน บริการโบายบายเบงก์กิ้งมีให้บริการโดยธนาคารหลายแห่งทั่วโลกเพื่อเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในการทำธุรกรรมการเงินของลูกค้า

ส่วนประสมทางการตลาดนั้นหรือ 4 Ps ซึ่งถูกนำเสนอโดยนักการตลาดและนักวิชาการ Philip Kotler และ E. Jerome McCarthy ได้รับการเสนอครั้งแรกในปี 2503 เป็นกรอบกระบวนการสำหรับการตัดสินใจทางการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด การผสมผสานทางการตลาดของ McCarthy นั้นได้ถือเป็นทฤษฎีหนึ่งในกรอบการตลาด ที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางที่สุด เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวางแผนการตลาด โดยประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ถัดมานักทฤษฎีได้เรียกร้องให้มีกรอบการทำงานที่ส่วนขยายเพิ่มและมีการปรับเปลี่ยน ซึ่งจะ เป็นประโยชน์มากขึ้นสำหรับนักการตลาด ในปี 2524 Booms และ Bitner ได้เสนอโมเดล 7 Ps ซึ่งเป็น

เครื่องมือทางการตลาดที่เพิ่มเติมเข้ามาจากส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย 4 Ps ดั้งเดิม โดยเพิ่มเติมเป็นอีก 3 องค์ประกอบ คือ กระบวนการ (Process) บุคลากร (People) ภาพลักษณ์ และการนำเสนอ (Physical Evidence) และซึ่งทฤษฎีนี้นำไปใช้ได้ครอบคลุมขึ้นสำหรับการตลาด

ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึงพฤติกรรมของคนในสังคมไทย ผู้คนในภูมิภาคของจังหวัดต่างให้ความสำคัญกับการใช้บริการทางการเงินผ่านระบบโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ผู้วิจัยจึงเกิดแรงบันดาลใจที่จะศึกษา ความพึงพอใจในการใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง K-PLUS ของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยอาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ ทางประชากรศาสตร์เป็นแนวทางในการศึกษา ข้อมูลวิจัยนี้ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงและพัฒนา และสามารถช่วยในด้านการกำหนดนโยบาย การวางแผนงาน การตัดสินใจแก้ปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง K PLUS ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง K PLUS ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี โดยมีขอบเขตของการศึกษา ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพ และ อาชีพ

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจในการใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง K PLUS ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) และ ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ (Physical Evidence)

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่ให้บริการโมบายแบงก์กิ้ง K PLUS ของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี

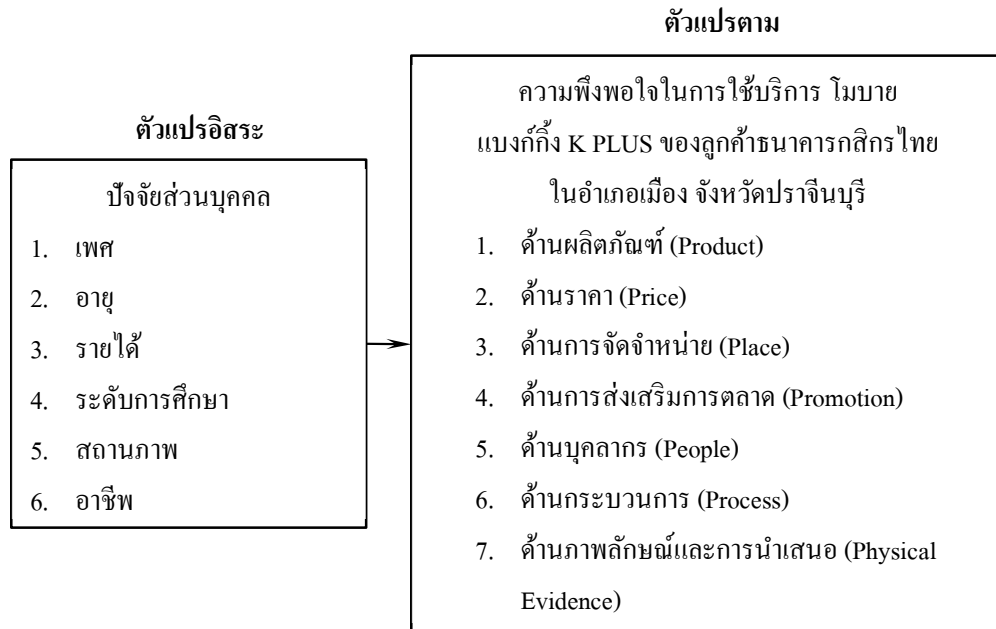
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา เริ่มตั้งแต่ เดือนมกราคม ถึงเดือน มีนาคม 2566

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง K PLUS ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงและพัฒนา โมบายแบงก์กิ้ง K PLUS ธนาคารกสิกรไทย ให้ตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสมที่สุด

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจของลูกค้า

ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกพึงพอใจในสิ่งที่ได้รับจากการซื้อสินค้าและบริการ โดยเน้นความแตกต่างระหว่างมูลค่าที่ลูกค้าได้รับรู้ได้กับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้ก่อนซื้อสินค้า หลังจากที่ถูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจสินค้าที่ซื้อนั้นขึ้นอยู่กับมูลค่าที่ลูกค้ารับรู้ได้ (Perceived Values) ซึ่งเกิดจากการใช้สินค้าและบริการ แล้วนำไปเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ก่อนทำการซื้อ (Expectation Values) ดังสมการ ความพึงพอใจมีค่าเท่ากับมูลค่าที่รับรู้ได้มากกว่าสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง (รศ.ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2564)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สินค้าหรือบริการที่ออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า สามารถปรับเปลี่ยนหรือพัฒนาให้เหมาะสมกับตลาดได้ ด้านราคา (Price) ราคาที่กำหนดให้สินค้าหรือบริการ จะต้องเหมาะสมกับความต้องการและความสามารถในการจ่ายของกลุ่มลูกค้า ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ที่ที่สินค้าหรือบริการจะถูกจัดจำหน่าย สามารถเป็นที่ตั้งของร้านค้า ศูนย์การค้า หรือเว็บไซต์ออนไลน์ เพื่อให้สะดวกสบายและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) กิจกรรมการตลาดที่ใช้เพื่อสร้างความตระหนักรู้และสนใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการ สามารถ

ประกอบไปด้วยกิจกรรมต่าง ๆ เช่น โฆษณา การส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ (Process) การดำเนินการ และกระบวนการที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมเพื่อให้สินค้าหรือบริการมีคุณภาพและได้รับการส่งมอบให้กับลูกค้าโดยทันที ด้านบุคลากร (People) รวมถึงพนักงานที่ให้บริการหรือร่วมมือในการจัดการตลาด โดยพนักงานที่มีความสามารถและมีคุณภาพสูงจะช่วยเพิ่มความไว้วางใจในสินค้าหรือบริการขององค์กร ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ (Physical Evidence) คือสิ่งของที่ใช้ในการส่งมอบสินค้าหรือบริการ เช่น บรรจภัณฑ์ การจัดหน้าร้าน หรือการออกแบบเว็บไซต์ เป็นต้น ซึ่งสิ่งนี้สามารถสร้างความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าได้ และซึ่งทฤษฎีนี้นำไปใช้ได้ครอบคลุมขึ้นสำหรับการตลาด

ประวัติ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด

ธนาคารกสิกรไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ. 2488 โดยกลุ่มสกุลล่าช้า ทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 5 ล้านบาท โดยมีพนักงานชุดแรก จำนวน 21 คน มีอาคารที่ทำการ ซึ่งปัจจุบันเป็นสาขาสำนักงานถนนเสื่อป่า ทั้งนี้ งบบัญชีแรกของธนาคารฯ นับจนถึงวันที่ 31 ธันวาคม สิ้นปีเดียวกัน มียอดเงินฝากจำนวน 12 ล้านบาท และธนาคารฯ มีสินทรัพย์รวม 15 ล้านบาท

ประวัติและความสำคัญ อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี

อำเภอเมืองปราจีนบุรี เริ่มก่อตั้งที่ว่าการอำเภอเมืองปราจีนบุรีปี พ.ศ.2451 ได้ถือกำเนิดพร้อมกับการจัดตั้งจังหวัดปราจีนบุรีมีชื่อว่า “เมืองปราจีนบุรี” ในประวัติศาสตร์เมืองปราจีนบุรีถือเป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญต่อการยุทธศาสตร์มีหลักฐานปรากฏว่า ในรัชสมัยของสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ พระยาละแวกได้ยกทัพเข้ามากวาดต้อนครอบครัวไทยไปอยู่เขมรนั้น สมเด็จพระนเรศวรมหาราช (พระราชโอรสของสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ) ได้ทรงยกทัพมาปราบพระยาละแวกได้ทรงแะตั้งค่ายทหารที่เมืองปราจีนบุรี ณ บริเวณที่ตั้งศาลนเรศวรในปัจจุบัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชัชฎาภรณ์ เคาเสถียร (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ KTB Netbank ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุ 26-33 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ KTB Netbank ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคาค่าบริการพบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในภาพรวมเห็นว่ามีค่าสำคัญมากที่สุด โดยมีความคิดเห็นในชื่อ KTB Netbank ไม่มีค่าธรรมเนียมแรกเข้า สูงที่สุด

จุฑาภรณ์ ไรวอน (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการบัวหลวง ไอแบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา ผู้ใช้บริการบัวหลวง ไอแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เขตสาทรกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน และมี

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้บริการบัวหลวงไอแบงก์กึ่งในภาพรวมมีความสำคัญในระดับมาก โดยด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญในระดับมาก

จิตวัต ศรีสุวรรณ (2557) ศึกษาเรื่อง ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ K-Cyber Banking ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในช่วงปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป และมีสถานภาพโสด กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความรู้สึกให้มีความสำคัญมากที่สุดกับ K-Cyber Banking ช่วยให้ผู้สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้สะดวกและรวดเร็ว

วรรณพร หวลมานพ (2558) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กึ่งพลัส ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุ 20-29 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และสถานภาพโสด ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กึ่งพลัส ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กึ่งพลัสในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 (มาก) ซึ่งเมื่อพิจารณาด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 (ปานกลาง)

ศุภรัตน์ ถาวรชื่น (2560) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อการใช้ออปพลิเคชัน KTB netbank ของผู้รับบริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นชาย มีอายุ ระหว่าง 26-35 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001-25,000 บาท ด้านที่มีมาตรฐานความน่าเชื่อถือระดับสากลต่อการทำธุรกรรมการเงินออนไลน์ของท่าน อยู่ในระดับที่มาก โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ แอปพลิเคชัน KTB netbank ในระดับมาก

ณัฐกิตต์ เล่งเจ๊ะ และ สิริพันธ์ วงศ์อินทวัจ (2561) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นด้านคุณภาพบริการต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ MYMO PAY ของกลุ่มลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิงมีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 33 - 41 ปี อาชีพ คือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับการศึกษาในระดับ ปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ย 30,001-40,000 บาท ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ MYMO PAY ในด้านผู้ให้บริการ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องพนักงานธนาคาร/พนักงาน Call Center สามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว

ศุภิสรา รอดบุญ (2563) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ของข้าราชการสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุระหว่าง 25-35 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ของข้าราชการสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านความสะดวกรวดเร็ว และด้านที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ด้านความปลอดภัย ด้านการให้บริการ และด้านความน่าเชื่อถือตามลำดับ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่ใช้บริการ โหมบายเบงกั้ง K PLUS ของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี

กลุ่มตัวอย่าง จำนวนผู้ที่ใช้บริการ โหมบายเบงกั้ง K PLUS ของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่สามารถทราบจำนวนประชากรได้ ดังนั้น ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคำนวณจากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran (1953) โดยผู้วิจัยต้องการสุ่มตัวอย่างเป็นร้อยละ 50 หรือ 0.50 จากประชากรทั้งหมด ต้องการระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 5 หรือ 0.05 ผลลัพธ์ที่ได้จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมคือ 384 คน และเพื่อความสะดวกในการประเมินผล และวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ข้อมูลสอดคล้องต่อวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีจำนวน 2 ข้อ โดยแบบสอบถามมีลักษณะ เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ให้เลือกเพียง 1 คำตอบ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพ และ อาชีพ มีจำนวน 6 ข้อ โดยแบบสอบถามมีลักษณะ เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ให้เลือกเพียง 1 คำตอบ

ส่วนที่ 3 คำถามข้อมูลเกี่ยวกับ ความพึงพอใจในการใช้บริการ โหมบายเบงกั้ง K PLUS ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) และ ภาพลักษณ์และการนำเสนอ (Physical Evidence) ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้เกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด=5, มาก=4, ปานกลาง=3, น้อย =2, น้อยสุด=1

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับ ความพึงพอใจในการใช้บริการ โบนัสเบงก์กิ้ง K PLUS ของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุม วัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงและ ถูกต้องของเนื้อหา ตลอดจนความชัดเจนและการใช้ภาษาที่เหมาะสมของข้อคำถาม วัตถุประสงค์โดยพิจารณา คะแนน IOC ดังนี้

1. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ตั้งแต่ 0.50 – 1.00 มีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้
2. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง เนื่องจากยังใช้ไม่ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยนี้ ได้ดำเนินการทำแบบสอบถามเป็น Google Form และส่งแบบสอบถามผ่านทาง Social Media ให้กับผู้ใช้บริการ โบนัสเบงก์กิ้ง K PLUS ของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี รวมทั้งสิ้นจำนวน 400 คน จนครบตามจำนวน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับการวิเคราะห์เพื่อบรรยายปัจจัยส่วนบุคคล
2. ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ
3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สำหรับการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการ โบนัสเบงก์กิ้ง K PLUS ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 และเพศชาย จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.75 ส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 รองลงมาคือ ไม่เกิน 20 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 อายุ 31-40 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 อายุ 41-50 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และ อายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 ส่วนใหญ่มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 รองลงมาคือ ระดับรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 ระดับรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 ระดับรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 ระดับรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ระดับรายได้

ต่อเดือน 60,001 – 70,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 และ ระดับรายได้ต่อเดือน 50,001 – 60,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.25 รองลงมาคือต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 รองลงมาคือสถานภาพสมรส จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้างโรงงาน จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 รองลงมาคืออาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 อาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 และ อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ความพึงพอใจในการใช้บริการ โบนัสเบงก์กิ้ง K PLUS ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายได้พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการ โบนัสเบงก์กิ้ง K PLUS ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายได้พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการ (Process) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคลากร (People) และด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ (Physical Evidence) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ตามลำดับ โดยมีประเด็นอภิปรายเพิ่มเติมดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ความพึงพอใจในการใช้บริการ โบนัสเบงก์กิ้ง K PLUS ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การแสดงรายละเอียดข้อมูลที่ครบถ้วน ระบบการบันทึกข้อมูลบัตรสมาชิกร้านค้าต่าง ๆ ส่วนข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ รายการตั้งโอนล่วงหน้า ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว และ รายการทำธุรกรรมหลากหลาย เช่น โอนเงิน ชำระบิลตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จูฑาภรณ์ ไร่วอน (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการบัวหลวง ไอแบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) การศึกษารังนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการของลูกค้าและ พฤติกรรมผู้ใช้บริการบัวหลวง ไอแบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เขตสาทร กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่

ส่งผลต่อการใช้บริการบัวหลวง ไอแบงก์กิ้งในภาพรวมมีความสำคัญในระดับมาก โดยด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญในระดับมาก

ด้านราคา (Price) ความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง K PLUS ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สามารถดาวน์โหลดได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เมื่อใช้บริการแอปพลิเคชันจะประหยัดกระดาษที่ใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงิน ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมในอัตราที่สมเหตุสมผล ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ และ เมื่อใช้บริการแอปพลิเคชันจะประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่สาขา ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ **ชัชฎาภรณ์ เดชาเสถียร (2557)** ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ KTB Netbank ในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรม ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจ และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ KTB Netbank ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุ 26-33 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ KTB Netbank ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคาค่าบริการพบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในภาพรวมเห็นว่ามีค่าสำคัญมากที่สุด โดยมีความคิดเห็นในข้อ KTB Netbank ไม่มีค่าธรรมเนียมแรกเข้า สูงที่สุด

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง K PLUS ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การติดตั้งแอปพลิเคชัน K PLUS สามารถดาวน์โหลดได้ผ่านระบบ Google Play และ App Store ขั้นตอนการดาวน์โหลดไม่ยุ่งยาก วิธีการสมัครใช้งานไม่สลับซับซ้อน การติดตั้งแอปพลิเคชันมีความรวดเร็ว และ แอปพลิเคชัน K PLUS มีระบบแนะนำการใช้งาน ก่อนเริ่มใช้บริการ ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ **สุภิสรา รอดบุญ (2563)** ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ของข้าราชการสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ของข้าราชการสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุระหว่าง 25-35 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ของข้าราชการสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านความสะดวกรวดเร็ว และด้านที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ด้านความปลอดภัย ด้านการให้บริการ และด้านความน่าเชื่อถือตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ความพึงพอใจในการใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง K PLUS ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ การส่งเสริมการขาย เช่น สิทธิพิเศษต่าง ๆ การส่งข่าวสารผ่านสื่อหลากหลายรูปแบบ ความคุ้มค่าของส่วนลดและบัตรกำนัล และ การโฆษณาประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชัน K PLUS มีการบอกรายละเอียดข้อมูลครบถ้วน ชัดเจน ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ **วรรณพร หวลมานพ (2558)** ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากร พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุ 20-29 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และสถานภาพโสด ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ทั้ง 4 ด้านได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสในระดับพึงพอใจมาก คือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 (มาก) ซึ่งเมื่อพิจารณาด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 (ปานกลาง)

ด้านบุคลากร (People) ความพึงพอใจในการใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง K PLUS ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานตอบสนองลูกค้าได้อย่างถูกต้อง พนักงานให้บริการลูกค้าทุกระดับอย่างเสมอภาค พนักงานพูดจาดี และ พนักงานมีความรู้ความชำนาญ ส่วนข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานมีการแนะนำให้ท่านสมัครบริการแอปพลิเคชัน K PLUS ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ **ณัฐกิตติ์ เล่งจ๊ะ และ สิริพันธ์ วงศ์อินทวงษ์ (2561)** ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นด้านคุณภาพบริการต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ MYMO PAY ของกลุ่มลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นด้านคุณภาพบริการต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ MYMO PAY ของกลุ่มลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิงมีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 33 - 41 ปี อาชีพ คือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับการศึกษาในระดับ ปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ย 30,001-40,000 บาท ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ MYMO PAY ในด้านผู้ให้บริการ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่อง พนักงานธนาคาร/พนักงาน Call Center สามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว

ด้านกระบวนการ (Process) ความพึงพอใจในการใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง K PLUS ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สามารถใช้งานร่วมกับโทรศัพท์มือถือได้หลายรุ่น สามารถเปิดใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถเรียกดูประวัติการทำธุรกรรมย้อนหลังได้ แอปพลิเคชัน K PLUS สามารถใช้งานได้ทุกสถานที่ ที่มีอินเทอร์เน็ต และ ขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชัน

K PLUS สะดวก รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จิตวัต ศรีสุวรรณ (2557) ศึกษาเรื่อง ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ K-Cyber Banking ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และความสัมพันธ์ของปัจจัยทางด้านทัศนคติและปัจจัยอื่น ๆ ที่มีต่อความสัมพันธ์กับความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ K-Cyber Banking ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในช่วงปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป และมีสถานภาพโสด กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความรู้สึกรู้สึก ให้ความสำคัญมากที่สุดกับ **K-Cyber Banking** ช่วยให้สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้สะดวกและรวดเร็ว

ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ (Physical Evidence) ความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบาย-แบงก์กิ้ง K PLUS ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ การแจ้งเตือนการทำธุรกรรม โดยทุกครั้งจะมีรหัสลับ (OTP) ที่ส่งผ่านอีเมลหรือข้อความ (SMS) **ความเป็นมาตรฐานสากล** ความมีเสถียรในการให้บริการ ควบคุมการเข้าใช้งาน ด้วยรหัส PIN หรือ SCAN ลายนิ้วมือ Finger ID และ จัดการบัญชีของตนเองโดยจำกัดการแสดงผลบัญชีเพื่อไม่ต้องการให้ผู้อื่นทราบ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุภรัตน์ ถาวรชื่น (2560) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อการใช้ แอปพลิเคชัน KTB netbank ของผู้รับบริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับพฤติกรรมการใช้ ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้กับความพึงพอใจที่มีต่อการใช้ รวมทั้งเพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจที่มีต่อการใช้ แอปพลิเคชัน KTB netbank ของผู้รับบริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นชาย มีอายุ ระหว่าง 26-35 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001-25,000 บาท **ด้านที่มีมาตรฐานความน่าเชื่อถือระดับสากลต่อการทำธุรกรรมการเงินออนไลน์ของท่าน อยู่ในระดับที่มาก** โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ แอปพลิเคชัน KTB netbank ในระดับมาก

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 มีการศึกษาสูงสุดคือ ปริญญาตรี จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.25 มีสถานภาพโสด จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้างโรงงาน จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง K PLUS ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ ด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการ โฆษณแบบกึ่ง K PLUS ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี สามารถสรุปข้อเสนอแนะจากการวิจัย ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ รายการทำธุรกรรมหลากหลาย เช่น โอนเงิน ชำระบิล โดยผู้ให้บริการจะต้องเสริมสร้างการปรับปรุงเล็กๆ น้อยๆ ที่เกิดขึ้นจากความพยายามอย่างต่อเนื่อง ค่อยเป็นค่อยไปในการปรับปรุงจากมาตรฐานเดิมที่มีอยู่ให้ดีขึ้น รวมถึงการปรับปรุงระบบการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น การปรับปรุงนี้อาจไม่จำเป็นต้องใช้เทคนิคพิเศษใด ๆ เพียงแต่ใช้ความรู้ความสามารถของพนักงานทุกคนในองค์กร ในการตรวจสอบงานระบบของตนเอง และตั้งใจพัฒนาระบบให้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม

ด้านราคา (Price) สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ เมื่อใช้บริการแอปพลิเคชันจะประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่สาขา โดยผู้ให้บริการจำเป็นต้องรักษามาตรฐานระดับสากลนี้ไว้ตลอดไป เพื่อผลการตลาดของธุรกิจในอนาคต ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ โดยผู้ให้บริการควรโฆษณาและประชาสัมพันธ์เรื่องความคุ้มค่าที่ลูกค้าจะได้รับประโยชน์ ให้มากยิ่งขึ้น เพราะถือเป็นการเชิญชวนให้ลูกค้าลองใช้บริการ

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ แอปพลิเคชัน K PLUS มีระบบแนะนำการใช้งาน ก่อนเริ่มใช้บริการ โดยผู้ให้บริการต้องมีคู่มือแนะนำการใช้งาน หรือมีการแจ้งบริการให้ทราบ และเมื่อลูกค้าพบปัญหาสามารถอ่านคู่มือแนะนำได้อย่างเข้าใจและไม่ซับซ้อน การติดตั้งแอปพลิเคชันมีความรวดเร็ว โดยผู้ให้บริการจะต้องพัฒนาบริการที่ช่วยให้ผู้ใช้เรียกดูและดาวน์โหลดแอปพลิเคชันนั้น มีขนาดของแอปพลิเคชันที่ไม่ใหญ่เกินไป ตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าทุกกลุ่มที่ใช้งาน รวมถึงลูกค้าที่ใช้โทรศัพท์มือถือรุ่นเก่า ให้สามารถใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ วิธีการสมัครใช้งานไม่สลับซับซ้อน โดยผู้ให้บริการจะต้องควรมีการปรับปรุงขั้นตอนการสมัครใช้บริการ โดยคำนึงถึงความสะดวกรวดเร็ว รวมถึงต้องมีความปลอดภัยของข้อมูลสูงด้วย ส่งผลให้เป็นการอำนวยความสะดวก และปัจจุบันยังสามารถลดความไม่พึงพอใจของลูกค้าได้ด้วย

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชัน K PLUS มีการบอกรายละเอียดข้อมูลครบถ้วน ชัดเจน โดยผู้ให้บริการจะต้องสร้างโอกาสให้ผู้ที่สนใจในรายละเอียดข้อมูลต่าง ๆ เข้าถึงข้อมูลได้สะดวก โดยผู้ใช้งานสามารถเชื่อมโยงจากแอปพลิเคชันไปยังหน้าเว็บข้อมูลของธนาคารและเข้าถึงข้อมูลได้ครบถ้วน ชัดเจน ได้ทันที ความคุ้มค่าของส่วนลดและบัตรกำนัล โดยผู้ให้บริการจะต้องสร้างกลยุทธ์การสะสมแต้มเพื่อนำแลกรางวัลจากการใช้บริการ นั่นคือส่วนลดและบัตรกำนัลแบบออนไลน์ ช่องทางเหล่านี้ในการสื่อสารและส่งบัตรกำนัลให้กับลูกค้าได้อย่างสะดวก และคุ้มค่า การส่งข่าวสารผ่านสื่อหลากหลายรูปแบบ โดยผู้ให้บริการจะต้องควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์

ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ เช่น แจกแผ่นพับ ป้ายโฆษณา นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ รวมถึงสื่อดิจิทัล มัลติมีเดียที่อยู่บนโลกออนไลน์

ด้านบุคลากร (People) สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ พนักงานมีการแนะนำให้ท่านสมัครบริการแอปพลิเคชัน K PLUS โดยผู้ให้บริการต้องมอบหมายให้ผู้จัดการสาขาต้องแนะนำและทบทวนการปฏิบัติงานให้กับพนักงานก่อนเริ่มปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ พนักงานมีความรู้ความชำนาญ โดยผู้ให้บริการต้องจัดการอบรมให้ความรู้ความเข้าใจแก่พนักงานธนาคารที่ประจำสาขา รวมถึงพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ เกี่ยวกับบริการ K PLUS ให้พนักงาน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลการให้บริการเป็นอย่างดี เพื่อที่สามารถตอบคำถาม แก้ไขปัญหาได้ถูกต้องตรงตามต้องการความต้องการของผู้ติดต่อ และควรจัดให้มีจำนวนพนักงานที่เพียงพอเพื่อสร้างความพึงพอใจที่ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

ด้านกระบวนการ (Process) สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS สะดวก รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก โดยผู้ให้บริการต้องควรรักษามาตรฐานการขั้นตอนในการเข้าใช้บริการมีความสะดวก รวดเร็ว ใช้งานง่าย และไม่ซับซ้อน แอปพลิเคชัน K PLUS สามารถใช้งานได้ทุกสถานที่ ที่มีอินเทอร์เน็ต โดยผู้ให้บริการต้องรักษามาตรฐานแอปพลิเคชันได้อย่างยั่งยืน รวมถึงการดาวน์โหลดข้อมูล จะต้องทำได้รวดเร็ว สามารถเรียกดูประวัติการทำธุรกรรมย้อนหลังได้ โดยผู้ให้บริการสามารถให้ลูกค้าสามารถดูประวัติการทำธุรกรรมย้อนหลัง และสามารถส่งประวัติธุรกรรมไปยัง e-mail ลูกค้าตามมาตรฐานสากลไว้ตลอดไป

ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ (Physical Evidence) สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ จัดการบัญชีของตนเองโดยจำกัดการแสดงผลบัญชีเพื่อไม่ต้องการให้ผู้อื่นทราบ โดยผู้ให้บริการควบคุมการใช้งานนี้ด้วยการเข้ารหัส PIN หรือ SCAN ลายนิ้วมือ Finger ID เพื่อเปิดแสดงเลขที่บัญชีหรือเลขบัตรบางส่วน ควบคุมการใช้งาน ด้วยรหัส PIN หรือ SCAN ลายนิ้วมือ Finger ID โดยผู้ให้บริการควรออกแบบหน้าจอผู้ใช้ K PLUS ให้สามารถควบคุมการใช้งานได้มีความน่าสนใจ และดึงดูดผู้ใช้บริการ ความมีเสถียรในการให้บริการ โดยผู้ให้บริการต้องพัฒนาระบบการป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล เทคโนโลยีการเข้ารหัสที่ป้องกัน การฉ้อโกงโดยบุคคลหรือความผิดพลาดทางเทคนิค ระบบจะต้องทำให้ทันสมัยยึดหลักมาตรฐานสากล

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง K PLUS ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี จึงควรทำการศึกษาและวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพิ่มเติม เช่น การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารหลักฐานที่เกี่ยวข้อง (Data Collection) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการธนาคาร สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง เป็นแนวทางการปรับปรุงและพัฒนา โฆษณาเบงกิ้ง ให้ตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และสามารถช่วยในด้านการกำหนดนโยบาย การวางแผนงานการตัดสินใจ

แก้ปัญหา ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้ข้อมูลความพึงพอใจการใช้บริการ โบนัสแบ่งกึ่ง
ได้อย่างเหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

- จิตวัต ศรีสุวรรณ. (2557). ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ K-Cyber Banking ธนาคารกสิกรไทย ในเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- จุฑาภรณ์ ไร่วอน. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการบัวหลวง ไอแบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงเทพ
จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา ผู้ใช้บริการบัวหลวง ไอแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
เขตสาทรกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชัชฎาภรณ์ เดชาเสถียร. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ KTB Netbank ในเขต
กรุงเทพมหานคร. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐกิตต์ เล่งเจ๊ะ และ สิริพันธ์ วงศ์อินทวัง. (2561). ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นด้านคุณภาพบริการต่อความ
พึงพอใจในการใช้บริการ MYMO PAY ของกลุ่มลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขต
กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- รศ.ดร.ทิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2564). หลักการตลาด (*Principles of Marketing*). กรุงเทพมหานคร: Top
Publishing.
- วรรณพร หวลมานพ. (2558). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเค โบนัสแบ่งกึ่งแพลตฟอร์ม
ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภรัตน์ ถาวรชื่น. (2560). ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อการ ใช้ แอปพลิเคชัน KTB netbank
ของผู้รับบริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน). กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภิสรา รอดบุญ. (2563). ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ของข้าราชการ
สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- W.G. Cochran. (1953). *Sampling techniques*. New York: John Wiley & Sons. Inc