

**ความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส  
ของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร  
Satisfaction on Mobile application (K+) usage of Employee  
of Kasikornbank Public Company Limited in Bangkok**

เอมปวีร์ อัครอรุณลักษณ์  
สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย  
ผู้รับผิดชอบบทความ

Empawee Akaraarunlak  
E-mail: empawee.a@gmail.com  
Department of Management, Faculty of Business Administration,  
Ramkhamhaeng University, Thailand  
Corresponding author

**บทคัดย่อ**

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส และเพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 215 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือ การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance : One=way ANOVA) เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป และใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพโสด ตำแหน่งพนักงานระดับปฏิบัติการให้คำปรึกษาและการขาย (BAS/BAR) มีรายได้ต่ำกว่า 25,000 บาท และมีระยะเวลาในการทำงาน 1-5 ปี ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ด้านอายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานรับผิดชอบ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการทำงาน มีผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ยกเว้น เพศ และ สถานะภาพ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเคพลัส ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคพลัส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเคพลัส; ความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส; ธนาคารกสิกรไทย

### **Abstract**

This independent study aimed to study satisfaction on mobile application (K+) usage of employee of kasikornbank public company limited in bangkok, to study the behavior of using K Plus applications, and to study the satisfaction of using application of K Plus. The sample of 215 samples were used to study with the descriptive statistics: frequency, percentage, mean, and standard deviation as well as t-Test, One-way ANOVA or F-test and linear regression Simple Regression Analysis

The results showed that most of the sample groups were female, under 30 years of age, with bachelor's degree, single status, operation level, consulting and sale (BAS/BAR). Earn less than 25,000 baht and have a working period of 1-5 years. From the personal factor, it was found the differences of age, education level, job position, responsibility, average monthly income and working time affected satisfaction except gender and behavioral status. However, the application behavior usage of K PLUS did not influence satisfaction of using K PLUS application with statistical significance at the level of 0.05

**Keywords:** Behavior of using K Plus applications; Satisfaction of using application of K Plus; Kasikornbank Public Company Limited.

### **บทนำ**

ความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทำให้มีการพัฒนาคิดค้นสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่อการดำรงชีวิตเป็นอันมาก เทคโนโลยีได้เข้ามาเสริมปัจจัยพื้นฐานการดำรงชีวิตได้เป็นอย่างดี เทคโนโลยีทำให้การสร้างที่พักอาศัยมีคุณภาพมาตรฐาน สามารถผลิตสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์มากขึ้น เทคโนโลยีทำให้ระบบการผลิตสามารถผลิตสินค้าได้เป็นจำนวนมากมีราคาถูกลง สินค้าได้คุณภาพ เทคโนโลยีทำให้มีการติดต่อสื่อสารกันได้สะดวก การเดินทางเชื่อมโยงถึงกันทำให้ประชากรในโลกติดต่อรับฟังข่าวสารกันได้ตลอดเวลา

พัฒนาการของเทคโนโลยีทำให้ชีวิตความเป็นอยู่เปลี่ยนไปมาก ลองย้อนไปในอดีตโลกมีกำเนิดมาประมาณ 4,600 ล้านปี เชื่อกันว่าพัฒนาการตามธรรมชาติทำให้เกิดสิ่งมีชีวิตถือกำเนิดบนโลกประมาณ 500 ล้านปีที่แล้ว ยุคไดโนเสาร์มีอายุอยู่ในช่วง 200 ล้านปี สิ่งมีชีวิตที่เป็นเผ่าพันธุ์มนุษย์ค่อยๆ พัฒนามาคาดคะเนว่าเมื่อห้าแสนปีที่แล้วมนุษย์สามารถส่งสัญญาณท่าทางสื่อสารระหว่างกันและพัฒนามาเป็นภาษา มนุษย์สามารถสร้างตัวหนังสือ และจารึกไว้ตามผนังถ้ำ เมื่อประมาณ 5,000 ปีที่แล้ว กล่าวได้ว่ามนุษย์ต้องใช้เวลานานพอสมควรในการพัฒนาตัวหนังสือที่ใช้แทนภาษาพูด และ

จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์พบว่า มนุษย์สามารถจัดพิมพ์หนังสือได้เมื่อประมาณ 5,000 ปีที่แล้ว กล่าวได้ว่าฐานทางประวัติศาสตร์พบว่า มนุษย์สามารถจัดพิมพ์หนังสือได้เมื่อประมาณ 500 ถึง 800 ปีที่แล้ว เทคโนโลยีเริ่มเข้ามาช่วยในการพิมพ์ ทำให้การสื่อสารด้วยข้อความและภาษาเพิ่มขึ้นมาก เทคโนโลยีพัฒนามาจนถึงการสื่อสารกัน โดยส่งข้อความเป็นเสียงทางสายโทรศัพท์ที่ได้ประมาณร้อยกว่าปีที่แล้ว และเมื่อประมาณห้าสิบปีที่แล้ว ก็มีการส่งภาพโทรทัศน์และคอมพิวเตอร์ทำให้มีการใช้สารสนเทศในรูปแบบข่าวสารมากขึ้น ในปัจจุบันมีสถานที่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการกระจายข่าวสาร มีการแพร่ภาพทางโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมเพื่อรายงานเหตุการณ์สด เห็นได้ชัดว่าเทคโนโลยีได้เข้ามาบีบคั้นพัฒนาอย่างมาก บทบาทของการพัฒนาเทคโนโลยีรวดเร็วขึ้นเมื่อมีการพัฒนาอุปกรณ์ทางด้านคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ จะเห็นได้ว่าในช่วงสี่ห้าปีที่ผ่านมาจะมีผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งมีคอมพิวเตอร์เข้าไปเกี่ยวข้องให้เห็นอยู่ตลอดเวลา

ในอดีตยุคที่มนุษย์ยังเร่ร่อน มีอาชีพเกษตรกรรม ล่าสัตว์ ต่อมามีการรวมตัวกันสร้างเมือง และสังคมเมืองทำให้เกิดอุตสาหกรรมการผลิต การผลิตทำให้เกิดการปฏิวัติทางอุตสาหกรรมที่เน้นการผลิตจำนวนมาก สังคมจึงเป็นสังคมเมืองที่มีอุตสาหกรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่หลังจากปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา ระบบสื่อสารโทรคมนาคมและคอมพิวเตอร์ก้าวหน้ามาก ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคสังคมสารสนเทศ ชีวิตความเป็นอยู่เกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสารจำนวนมาก การสื่อสารโทรคมนาคมกระจายทั่วถึง ทำให้ข่าวสารแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว สังคมในปัจจุบันเป็นสังคมไร้พรมแดนเพราะเรื่องราวของประเทศหนึ่งสามารถกระจายแพร่ออกไปยังประเทศต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว

### **วัตถุประสงค์ของการศึกษา**

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัสของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคพลัสของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
4. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัสของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
5. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัสที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัสของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

### **สมมติฐานของการวิจัย**

สมมติฐานข้อที่ 1

(H<sub>0</sub>): ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคพลัส ที่แตกต่างกัน

(H<sub>1</sub>): ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคพลัสที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2

(H<sub>0</sub>): พฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

(H<sub>1</sub>): พฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

### **ขอบเขตของการวิจัย**

การศึกษาความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัสของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการสำรวจความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคพลัสของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยแบ่งขอบเขตในการศึกษาด้านอื่นๆ ดังนี้

#### **1. ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง**

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส คือ พนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร รวมทั้งสิ้น 200 คน สำหรับกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเปิดตารางของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น อยู่ที่ 95% จะมีความคลาดเคลื่อนอยู่ที่ 5% เริ่มแจกแบบสอบถามช่วงเดือนมิถุนายน - กรกฎาคม 2562 โดยกำหนด การแจกออกเป็นวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ ในช่วงเวลา 8.30 น. - 16.30 น.

#### **2. ขอบเขตด้านตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา**

##### **2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่**

2.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ตำแหน่งงาน รับผิดชอบ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ระยะเวลาในการทำงาน

2.1.2 ปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส ประกอบไปด้วย การเข้าใช้งานของแอปพลิเคชันเคพลัส ประกอบไปด้วย การโอนเงินไปยังบัญชีและปลายทางต่างๆ การจ่ายบิล การถอนเงินที่ตู้เอทีเอ็ม แบบไม่ใช้บัตร การตั้งโอนเงินล่วงหน้า การใช้ฟังก์ชันเกี่ยวกับการลงทุน การใช้งาน K+ Market การสมัครสินเชื่อและดูรายละเอียดสินเชื่อ การดูรายการแจ้งเตือนต่างๆ การดูรายการเงินบัญชีย้อนหลัง บริการด้านบัตรเครดิต บริการด้านบัตรเดบิต ประกันเดินทาง

##### **2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่**

ความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์(Product) ด้านราคา(Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

### 3. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ตั้งแต่วันที่ 27 - 31 พฤษภาคม 2562 โดยใช้แบบสอบถาม

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลมาวิเคราะห์ถึงความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคลพลัส
2. เพื่อนำข้อมูลปัจจัยพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเคลพลัสมาปรับปรุงและพัฒนาแอปพลิเคชันเคลพลัสให้สอดคล้องกับความต้องการกับลักษณะประชากร
3. เพื่อนำผลความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคลพลัสของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มาปรับปรุงและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น
4. เพื่อนำผลการศึกษามาเป็นองค์ความรู้และแนวทางให้กับผู้ที่ต้องการศึกษา เรื่องพฤติกรรมที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคลพลัส
5. เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาปรับปรุงรูปแบบการใช้แอปพลิเคชันเคลพลัสให้มีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้งานได้

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### แนวความคิดที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางประชากรศาสตร์

วรรณพร หวลมานพ (2558) ให้คำจำกัดความว่า แนวคิดด้านประชากรเป็นวิธีในการวิเคราะห์ผู้รับสาร ซึ่งเป็นแนวคิดที่มีหลักการและเป็นเหตุเป็นผลโดยเชื่อในหลักการที่ว่าพฤติกรรมส่วนใหญ่ของมนุษย์สามารถดำเนินชีวิตตามกรอบที่สังคมได้กำหนดเป็นแม่บทไว้ และสังคมทั่วไปๆ จะทำหน้าที่ในการกำหนดให้บุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีแบบแผนพฤติกรรมที่แตกต่างถึง (กาญจนา แก้วเทพ, 2541 น. 363, อ้างถึงใน วชิรินทร์ กิติทวีเกียรติ, 2556, น. 7) แต่ในขณะที่ผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ใกล้เคียงกันก็ย่อมมีลักษณะทางพฤติกรรมและทัศนคติคล้ายคลึงกัน

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluation) และการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา (Schiffman & Kannuk, 1994, p. 7) หรืออาจหมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล (Evaluation) การจัดหา (Acquiring) การใช้ (Using) และการจ่าย (Disposing) เกี่ยวกับสินค้าและบริการ (Engel, Blackwell & Miniard, 1993, p. 5) จากความหมายจะเห็นว่า

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาวิธีการที่แต่ละบุคคลทำการตัดสินใจที่จะใช้ทรัพยากร (เงิน เวลา บุคคล และอื่นๆ) เกี่ยวกับการบริโภคสินค้า ซึ่งนักการตลาดต้องศึกษาว่าสินค้าที่เขาขายจะทำการเสนอขายนั้นใครคือลูกค้า (Who?) ผู้บริโภค ชื้ออะไร (What?) ทำไมจึงซื้อ (Why?) ชื้ออย่างไร (How?) ชื้อเมื่อไร (When?) ชื้อที่ไหน (Where?) ชื้อและใช้บ่อยครั้งเพียงใด (How often?) รวมทั้งศึกษาว่าใครมีอิทธิพลต่อการซื้อ (Who?) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538, น.3)

แนวคิดทฤษฎีความพึงพอใจ

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow, 1970 อ้างถึงใน รังสรรค์ ฤทธิ์ผาด, 2550, หน้า 23) มาสโลว์ (Maslow) ได้เรียงลำดับสิ่งจูงใจ หรือความต้องการของมนุษย์ไว้ 5 ระดับ โดยเรียงลำดับขั้นของความต้องการไว้ตามความสำคัญ ดังนี้

1. ความต้องการพื้นฐานทางสรีระ
2. ความต้องการความปลอดภัยรอดพ้นอันตรายและมั่นคง
3. ความต้องการความรัก ความเมตตา ความอบอุ่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ
4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง การยกย่อง และความเคารพตัวเอง
5. ความต้องการความสำเร็จด้วยตนเอง ความพอใจในขั้นต่างๆ ของความต้องการของมนุษย์

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

Robert Lauterborn (ทวี สมบัติกุลธนะ. 2545) ได้เสนอส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้า (4Cs) ซึ่งต้องพิจารณาควบคู่กับส่วนประสมการตลาดของธุรกิจที่ให้บริการ (4Ps) มุมมอง ถึงจะทำให้การบริหารการตลาดของธุรกิจประสบความสำเร็จ ประกอบด้วยดังนี้

1. คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Solution) ลูกค้าจะเลือกใช้บริการอะไรหรือกับใคร สิ่งที่ลูกค้าใช้พิจารณาเป็นหลักคือ คุณค่าหรือคุณประโยชน์ต่างๆ ที่จะได้รับเมื่อเทียบกับเงินที่จ่าย ดังนั้นธุรกิจต้องเสนอเฉพาะบริการที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างแท้จริง

2. ต้นทุน (Cost to Customer) ต้นทุนหรือเงินที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายสำหรับบริการนั้นต้องคุ้มค่ากับบริการที่จะได้ หากลูกค้ายินดีจ่ายในราคาสูง แสดงว่าความคาดหวังในบริการนั้นย่อมสูงด้วย ดังนั้นในการตั้งราคาค่าบริการ ธุรกิจจะต้องหาราคาที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายให้ได้ เพื่อนำราคานั้นไปใช้ในการลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ทำให้สามารถเสนอบริการในราคาที่ลูกค้ายอมรับได้

3. ความสะดวก (Convenience) ลูกค้าจะใช้บริการกับธุรกิจใด ธุรกิจนั้นจะต้องสร้างความสะดวกให้ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสอบถามข้อมูลและการไปใช้บริการ หากลูกค้าไปติดต่อใช้บริการได้ไม่สะดวก ธุรกิจจะต้องทำหน้าที่สร้างความสะดวกด้วยการให้บริการถึงที่บ้านหรือที่ทำงานลูกค้า รวมถึงการใช้เทคโนโลยีในการให้บริการ

4. การติดต่อสื่อสาร (Communication) ลูกค้าย่อมต้องการได้รับข่าวสารอันเป็นประโยชน์จากธุรกิจ ในขณะที่ตัวลูกค้าก็ต้องการติดต่อธุรกิจเพื่อให้ข้อมูล ความเห็น หรือข้อร้องเรียนธุรกิจจะต้องจัดหาสื่อที่เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมาย เพื่อการให้และรับข้อมูลความเห็นจากลูกค้าจนสร้างให้เกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดทั้งหลายจะไม่ประสบความสำเร็จเลยหากการสื่อสารล้มเหลว

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรรณพร หวลมานพ (2559) การศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชัน เคโมบาย แบงก์กิ้ง พลัส ของธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์การศึกษา เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากร พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรของผู้ใช้งานกับพฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้ใช้งานที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส และเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้งานที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส

ภัทรา มหามงคล (2554) การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร การศึกษาเฉพาะบุคคลฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มผู้ใช้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ณัชชารีย์ ชุตินันท์ (2559) การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบ K PLUS SME ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของการใช้บริการทางการเงินผ่านระบบ K PLUS SME ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการระบบ K PLUS SME ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ ลูกค้าที่ใช้บริการระบบ K PLUS SME ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยข้อมูล 2 ชุดที่อิสระจากกัน, การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ภัทรพล มงคลพาณิชย์กิจ (2557) การศึกษาอิสระ เรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขานบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขานบุรี รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมของการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขานบุรี และเพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขานบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขานบุรี จำนวน 400 ตัวอย่าง และทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ส่วนเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามสถิติที่ใช้ในการแจกแจงข้อมูลคือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับผลการทดสอบใช้สถิติไคสแควร์

อภิชาติ เทศสวัสดิ์วงศ์ (2553) ทศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือ และความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้จะศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน ของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือ จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้การหาค่าที่ (Independent Sample t-Test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) สถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows

อโนมา แซ่ตั้ง (2554) ทศนคติและพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม SPSS for Window สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยการหาค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

## วิธีดำเนินการวิจัย

### วิธีการเก็บข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลกับพนักงานระดับปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร เครือข่ายการบริการและการขาย 2 เขตการบริการและการขาย 22

2. ผู้วิจัยดำเนินการให้ข้อมูลคำอธิบาย วัตถุประสงค์ วิธีการที่จะปฏิบัติต่อผู้เข้าร่วมวิจัย ประโยชน์และความเสี่ยง ตลอดจนตอบข้อสงสัยจนได้รับเชิญให้เข้าร่วมการวิจัย เข้าใจ และให้เวลาตัดสินใจโดยอิสระ ก่อนลงนามให้ความยินยอมเข้าร่วมในการวิจัย

3. ผู้วิจัยเก็บและรวบรวมข้อมูลให้ครบตามขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่มาประชุมกันที่สำนักงานเขตการบริการและการขาย 22 และแจกตามสาขาต่าง ๆ ภายในเขต การบริการและการขายเดียวกันด้วยตนเอง โดยเริ่มแจกแบบสอบถามช่วงเดือน มิถุนายน - กรกฎาคม 2562 กำหนดการแจกออกเป็นวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ ในช่วงเวลา 8.30 น. ถึง 19.30 น.

4. รวบรวมและนำข้อมูลมาวิเคราะห์และหาความสัมพันธ์ทางสถิติ



### การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้แบ่งได้ 2 ประเภทได้แก่

1. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสองข้อ มีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือ การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป

2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

### ผลการวิจัย

1. การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผลการวิเคราะห์พบว่า

1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบคำถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 และเพศชาย จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5

1.2 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามช่วงอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบคำถามส่วนใหญ่อายุต่ำกว่า 30 ปี มากที่สุดจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมา คือ อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และน้อยที่สุดอายุ 41-50 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0

1.3 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุดจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 90.5 และน้อยที่สุดระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5

1.4 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบคำถามส่วนใหญ่สถานภาพโสด มากที่สุดจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 79.0 และน้อยที่สุดสถานภาพสมรส จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0

1.5 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามตำแหน่งงานรับผิดชอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบคำถาม ส่วนใหญ่เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการธุรกรรมเงินสดฝาก - ถอน เคาน์เตอร์สูง

(BCO) มากที่สุดจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาเป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ ให้คำปรึกษาและการขาย (BAS/BAR) จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 และน้อยที่สุด เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการผู้ช่วยผู้จัดการ (ABM) จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5

1.6 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบคำถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 25,000 บาท มีจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมา มีรายได้ 35,001 – 45,000 บาท มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 รายได้ 25,000 – 35,000 บาท มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และลำดับสุดท้ายมีรายได้ 45,001 ขึ้นไป มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0

1.7 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบคำถาม ส่วนใหญ่ระยะเวลาในการทำงาน 1 - 5 ปี จำนวนมากที่สุด 124 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมาระยะเวลาในการทำงาน 5 - 10 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ระยะเวลาในการทำงาน 11 ปีขึ้นไป จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และน้อยที่สุดระยะเวลาในการทำงานต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

1.8 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเข้าใช้งานแอปพลิเคชันผลการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับการเข้าใช้งานสะดวกมากที่สุด คือ การเงินไปยังบัญชีและปลายทางต่างๆ รองลงมาให้ระดับการเข้าใช้งานสะดวกมาก คือ การจ่ายบิล, การถอนเงินที่ตู้เอทีเอ็ม แบบไม่ใช้บัตร, การดูรายการแจ้งเตือนต่างๆ, การดูรายการเดินบัญชีย้อนหลัง และบริการด้านบัตรเดบิต ลำดับถัดไปให้ระดับการเข้าใช้งานสะดวกปานกลาง คือ การสมัครสินเชื่อและดูรายละเอียดสินเชื่อ, การใช้ฟังก์ชันเกี่ยวกับการลงทุน, การใช้งาน K+ Market และการตั้งโอนล่วงหน้า ลำดับสุดท้ายให้ระดับการเข้าใช้งานน้อย คือ ประกันเดินทาง

1.9 ระดับความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส สำหรับผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่ให้ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ประหยัดค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชันเคพลัส, ความหลากหลายในการทำธุรกรรม เช่น โอนเงิน จ่ายบิล, ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารกสิกรไทย, ความทันสมัยของแอปพลิเคชัน, ความสะดวก รวดเร็วในการทำธุรกรรม, ความน่าเชื่อถือในการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชันเคพลัส, ความถูกต้อง และแม่นยำ ของระบบธนาคารกสิกรไทย, ข้อมูลข่าวสารต่างๆ มีรูปแบบที่ทันสมัยสามารถทำให้เข้าใจถึง ข้อมูลการให้บริการต่างๆ ได้อย่างง่าย, วิธีการเข้าใช้งานที่ง่ายดาย, ความคุ้มค่าที่ได้รับ เมื่อเปรียบเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ และ ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวในการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชันเคพลัส รองลงมาให้ระดับความพึงพอใจมาก คือ การลงทะเบียนเพื่อเริ่มใช้งาน สามารถทำได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว, สามารถดาวน์โหลดใช้งานได้ทั้ง iOS ผ่าน App Store และ Android ผ่าน Google Play, มีการโฆษณาผ่านทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์, มีรูปแบบสีสันทันทีสวยงาม, ความผิดพลาดในการทำธุรกรรมเปรียบเสมือนการใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทยหรือตู้เอทีเอ็ม, สิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดร้านอาหาร เครื่องดื่ม ตัวชมภาพยนตร์ และ กิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น เมื่อสแกน QR ผ่าน K+ รับเงินคืน 20 บาท เมื่อซื้อครบ 200 บาทขึ้นไป

## 2. การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

2.1 สมมติฐานข้อที่ 1: พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ และ สถานภาพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส ไม่แตกต่างกัน

2.2 สมมติฐานข้อที่ 1.1: พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานรับผิดชอบ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ระยะเวลาในการทำงาน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส แตกต่างกัน

2.2.1 สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม เพื่อศึกษาว่าความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัสแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเพศที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ( $t = -2.634, P > .05$ ) กล่าวคือ พนักงานที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส ไม่แตกต่างกัน

2.2.2 สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) เพื่อศึกษาว่าความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ( $F = 123.160, p < .05$ ) จึงสรุปได้ว่า ปฏิเสธ สมมติฐานที่ 1 กล่าวคือ พนักงานที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคพลัสแตกต่างกัน

2.2.3 สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) เพื่อศึกษาว่าความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ( $F = 20.778, p < .05$ ) จึงสรุปได้ว่า ปฏิเสธ สมมติฐานที่ 1 กล่าวคือ พนักงานที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคพลัส แตกต่างกัน

2.2.4 สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) เพื่อศึกษาว่าความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ( $F = 4.322, p > .05$ ) จึงสรุปได้ว่า ปฏิเสธ สมมติฐานที่ 1.4 กล่าวคือ พนักงานที่มีสถานภาพที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคพลัส ไม่แตกต่างกัน

2.2.5 สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) เพื่อศึกษาว่าความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งรับผิดชอบ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัสแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งงานที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส แตกต่างกัน

อย่างมีนัยสำคัญ ( $F = 107.343, p < .05$ ) จึงสรุปได้ว่า ปฏิเสธ สมมติฐานที่ 1 กล่าวคือ พนักงานที่มีตำแหน่งงานรับผิดชอบที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน แตกต่างกัน

2.2.6 สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) เพื่อศึกษาว่าความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฉลี่ย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ( $F = 51.798, p < .05$ ) จึงสรุปได้ว่า ปฏิเสธ สมมติฐานที่ 1 กล่าวคือ พนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการใช้งานแอปพลิเคชันเฉลี่ย แตกต่างกัน

2.2.7 สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) เพื่อศึกษาว่าความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านระยะเวลาในการทำงาน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฉลี่ยแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านระยะเวลาในการทำงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฉลี่ย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ( $F = 39.051, p < .05$ ) จึงสรุปได้ว่า ปฏิเสธ สมมติฐานที่ 1 กล่าวคือ พนักงานที่มีระยะเวลาในการทำงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฉลี่ย แตกต่างกัน

2.3 สมมติฐานข้อที่ 2: ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเฉลี่ย มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเฉลี่ย สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ การวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ผลการวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเฉลี่ย ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเฉลี่ย ร้อยละ 1.9 อย่างมีนัยสำคัญ ( $p > .05$ ) จึงยอมรับ สมมติฐานที่ 2 กล่าวคือ ปัจจัยพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฉลี่ย

## บทสรุปและข้อเสนอแนะ

### อภิปรายผลการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1: ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รับผิดชอบ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ระยะเวลาในการทำงาน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฉลี่ย แตกต่างกัน

จากการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างนั้น ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ตำแหน่งงานรับผิดชอบ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ระยะเวลาในการทำงาน มีเพียงปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และ สถานภาพ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฉลี่ย ไม่แตกต่างกัน ตามความเห็นของผู้วิจัยสามารถกล่าวได้ว่า ไม่ว่าจะกลุ่มตัวอย่างจะมีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และ สถานภาพใดก็ตามย่อมมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน แต่อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานรับผิดชอบ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ระยะเวลาในการทำงานที่แตกต่างกัน ย่อมมีผลต่อ

ความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด และทฤษฎีของ วรรณพร หลวมานพ (2559) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้ แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิงพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบทางสมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้งาน (อายุ อาชีพ รายได้) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิงพลัส (ความถี่ในการใช้งาน) ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิงพลัส แต่ตัวแปรอาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิงพลัส

สมมติฐานข้อที่ 2: ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคพลัส

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส กลุ่มตัวอย่างให้ระดับการเข้าใช้งาน สะดวกมากที่สุด คือ การโอนเงินไปยังบัญชีและปลายทางต่างๆ รองลงมาให้ระดับการเข้าใช้งาน สะดวกมาก คือ การจ่ายบิล, การถอนเงินที่ตู้เอทีเอ็ม แบบไม่ใช้บัตร, การดูรายการแจ้งเตือนต่างๆ, การดูรายการเดินบัญชีย้อนหลัง และบริการด้านบัตรเดบิต ลำดับถัดไปให้ระดับการเข้าใช้งาน สะดวก ปานกลาง คือ การสมัครสินเชื่อและดูรายละเอียดสินเชื่อ, การใช้ฟังก์ชันเกี่ยวกับการลงทุน, การใช้งาน K+ Market และการตั้งโอนล่วงหน้า ลำดับสุดท้ายให้ระดับการเข้าใช้งานน้อย คือ ประกันเดินทาง

## ข้อเสนอแนะ

### การนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเคพลัส ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคพลัส ของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ดังนั้นพนักงานหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับธนาคาร สามารถนำผลลัพธ์ที่ได้ไปพิจารณาวางแผนการบริหารจัดการหรือนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนา แก้ไข และปรับปรุง ให้เกิดประสิทธิภาพ เพื่อสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้มากที่สุด ดังนั้นจึงได้มีการกำหนดข้อเสนอแนะ ดังนี้ คือ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล จากผลการวิจัยพบว่า อายุ, ระดับการศึกษา, ตำแหน่งความรับผิดชอบ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ระยะเวลาในการทำงาน ที่แตกต่างกัน ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องควรทราบถึงปัจจัยดังกล่าว ว่ามีความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันเคพลัสอย่างไร เพื่อที่ผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้องจะได้ตอบสนองความต้องการได้อย่างถูกต้อง

2. พฤติกรรมการใช้งาน พบว่ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคพลัส ของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้งานโอนเงินไปยังบัญชีและปลายทางต่างๆ ผู้ใช้งานให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้นความ สะดวก รวดเร็ว และความถูกต้องของข้อมูล เป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งหากเกิดความผิดพลาดและไม่ถูกต้อง อาจทำให้เกิดความเสียหายขึ้นได้

## เอกสารอ้างอิง

- ณัชชารีย์ ชูดีวัตินภานิตย์. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบ K PLUS SME ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
- ภัทรา มหามงคล. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภัทรพล มงคลพาณิชย์กิจ. (2557). ความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาธนบุรี. สารนิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสยาม
- วัชรระ ตี๋ยปรีชญา. (2553). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (K-Cyber Banking) ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนเจริญเมือง จังหวัดเชียงใหม่. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำนักงานบริหารและพัฒนาวิชาการ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- วรรณพร หวลมานพ. (2559). พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชัน เคโมบาย แแบงก์กิ้ง พลัสของธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระวารสารศาสตร์ มหาบัณฑิต (การบริหารสื่อสารมวลชน), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อภิชาติ เทตสวัสดิ์วงศ์. (2553). ทศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- อนิมา แซ่ตั้ง. (2554). ทศนคติและพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

## สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- ข่าวสด. 10 เทคโนโลยี ฟลิกโลกปี 2019. ค้นเมื่อ 9 มิถุนายน 2562, จาก [https://www.khaosod.co.th/sci-tech/news\\_2021981](https://www.khaosod.co.th/sci-tech/news_2021981)
- ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน). รายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน 2561. ค้นเมื่อ 9 มิถุนายน 2562, จาก [https://www.kasikornbank.com/th/sustainable-development/SDAnnualReports/2018\\_SD\\_TH.pdf](https://www.kasikornbank.com/th/sustainable-development/SDAnnualReports/2018_SD_TH.pdf)
- ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน). K Plus หน้าแรก รวมทุกธุรกรรมในปุ่มเดียว. ค้นเมื่อ 9 มิถุนายน 2562, จาก <https://www.kasikornbank.com/kplus>

**Books**

Lamb, Hair, and McDaniel (2004). *Consumer Behavior*.

Maslow, A.H. (1970). *Motivation and personality*. New York: Harper and Row.

Schiffman, L.G.; & Kanuk, L.L. (1997). *Consumer Behavior*. (6<sup>th</sup> Edition).

New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Yamane, Taro. 1970. "Statistical an Introductory Analysis" 2<sup>nd</sup>.Ed Tokyo: John Weather Thill, Inc.