

ความพึงพอใจในบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่  
(K-Mobile Banking) ธนาคารกสิกรไทย  
ของกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร  
K-MOBILE BANKING SERVICES SATISFACTION  
IN BANGKOK AREA

เปี่ยมลาภ เกิดทะโสสม

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Peamlap Kerdtasom

E-mail: peamlap.ker@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking,

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking) ธนาคารกสิกรไทย ของกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านความปลอดภัย ด้านความสะดวก ด้านความน่าเชื่อถือ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประชากรในงานวิจัยนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking) ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ (SPSS Version 16.0) หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัยพบว่า 1.) ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.20 มีอายุ 46-50 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.80 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.80 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50

2.) ความพึงพอใจในบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking) ธนาคารกสิกรไทย ของกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านราคา ด้านความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

**คำสำคัญ :** ความพึงพอใจ; ธนาคารกสิกรไทย

#### ABSTRACT

The objective is to study the satisfaction of K-Mobile Banking Services in Bangkok area, satisfactions of Product, Price, Place, Safety, Convenience and Reliability which are classified by personal factors of Gender, Age, Education, Occupation and Monthly Income. The population of this research are the K-Mobile Banking users in Bangkok area. The questionnaire was instrument of this research responded by 400 samples. Data was analyzed by SPSS (Social Science Research - SPSS Version 16.0) for the statistics of frequencies, percentages, mean ( $\bar{X}$ ) and standard deviation (SD).

It found that 1.) There are 400 of respondents, most of them are female 237 people represent by 59.20% at the most age of 46-50 years old for 79 people (19.80%) while the most are graduate Bachelor' degree or equivalent for 236 people (59.00%), the most are the private employees 203 people (50.80%) and the most are monthly income of 25,001-35,000 baht for 118 people (29.50%).

2.) Satisfaction of K-Mobile Banking Services in Bangkok Area overall is at high level, As consider by aspect the highest level of satisfaction respectively is Price, Convenience, Safety, Place, Reliability and Product.

**Keywords:** Satisfaction; Kasikorn Bank

## บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งในปัจจุบันโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ถูกพัฒนาไปถึงระบบ 5G หรือ 5<sup>th</sup> Generation คือ การสื่อสารแบบไร้สายในยุคที่ 5 ซึ่งมีความสามารถในการส่งข้อมูลในปริมาณที่มากกว่าระบบ 4G ถึง 1,000 เท่า โดยระบบ 5G เป็นพื้นฐานของแนวคิด Internet of Thing และ Machine to Machine ซึ่งทำให้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่รองรับระบบตั้งแต่ 3G จนถึง 5G ในปัจจุบันถูกเรียกว่า “โทรศัพท์สมาร์ทโฟน (Smartphone)” รวมถึงการพัฒนาแอปพลิเคชัน (Application) ต่าง ๆ ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในปัจจุบันก็เป็นลูกเล่นอันหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้สมาร์ทโฟนมากยิ่งขึ้น

จากข้อมูลเบื้องต้นที่กล่าวมา ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย โดยจะศึกษาถึง “ความพึงพอใจในบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking) ธนาคารกสิกรไทย ของกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยผู้วิจัยหวังว่าข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้จะใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการให้บริการ ตลอดจนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ของธนาคาร เพื่อต่อยอดย้ำภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำอันดับ 1 ของธนาคารกสิกรไทย บนโลก Digital Banking ได้เป็นอย่างดี

## วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจในบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking) ธนาคารกสิกรไทย ของกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

## ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจในบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking) ธนาคารกสิกรไทย ของกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

#### ตัวแปรอิสระ คือ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

#### ตัวแปรตาม คือ

1. ความพึงพอใจในบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking) ธนาคารกสิกรไทย ของกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านความปลอดภัย ด้านความสะดวก ด้านความน่าเชื่อถือ

### ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking) ธนาคารกสิกรไทย

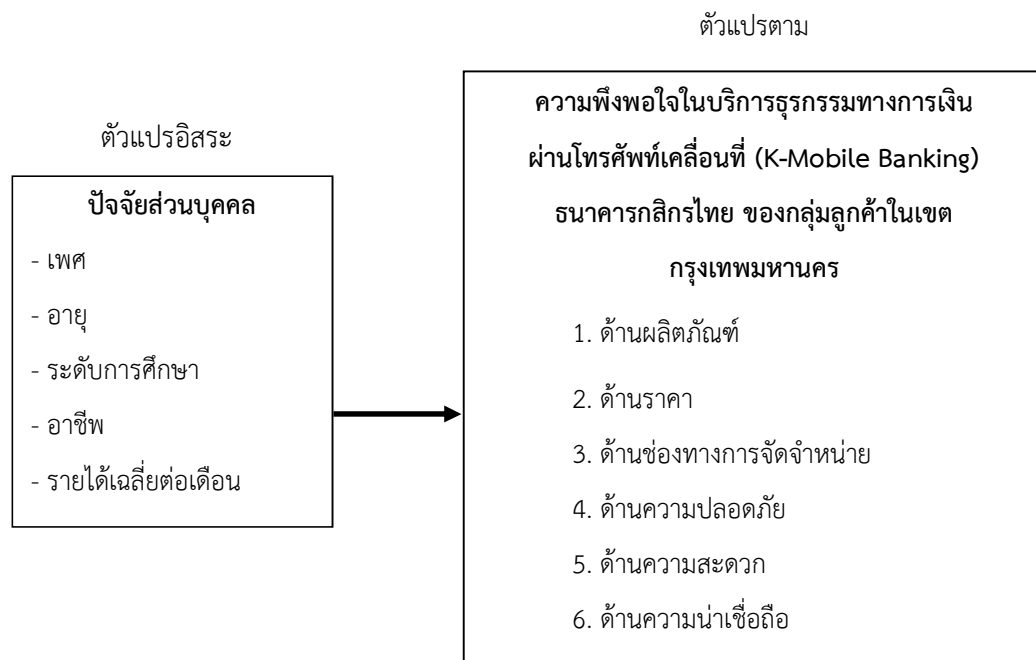
### ขอบเขตด้านระยะเวลา

การเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม - พฤศจิกายน พ.ศ. 2563

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจในบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking) ธนาคารกสิกรไทยของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
2. เพื่อนำผลที่ได้จากงานวิจัยไปประยุกต์ใช้งานกับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะกลุ่มธนาคาร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการบริการให้ดียิ่งขึ้น

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจการบริการ

#### ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ ตามความหมายของพจนานุกรมทางด้านจิตวิทยา ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า เป็นความรู้สึกของผู้รับบริการที่มีต่อสถานบริการตามประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการนั้น ๆ ความแตกต่างที่เห็นได้ชัดเจนคือ ความพึงพอใจเป็นทัศนคติที่มีต่อการให้บริการของบุคคลต่อองค์กร ซึ่งเป็นเป้าหมายและแรงจูงใจนั้นก็มีความหมาย แต่อย่างไรก็ตาม ทั้งสองเรื่องนี้ไม่สามารถแยกออกจากกันได้อย่างชัดเจนด้วยเหตุผล 2 ประการคือ

1. ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่ตอบสนองสิ่งที่ชอบหรือไม่ชอบ และถือว่ามนุษย์เราพยายามเข้าไปใกล้สิ่งที่ตนพอใจ และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ตนไม่พอใจ ซึ่งเป็นผลให้ความพึงพอใจเชื่อมโยงกับพฤติกรรมในการจูงใจให้ใช้บริการ และ

2. ทฤษฎีการจูงใจทั้งหลายอยู่ภายใต้ข้อสมมติฐานของความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่า แต่ละคนจะถูกจูงใจให้มุ่งหาสิ่งที่ตนพึงพอใจ ซึ่งการจูงใจจะต้องพิจารณาในเรื่องความพึงพอใจควบคู่กันไปด้วย

#### ทฤษฎีความต้องการของ เอ.เอช มาสโลว์ (Maslow's Hierarchical Theory of Motivation)

Maslow กล่าวว่า ความปรารถนาของมนุษย์นั้นติดตัวมาแต่กำเนิด และความปรารถนาเหล่านี้จะเรียงลำดับขั้นของความปรารถนาตั้งแต่ขั้นแรกไปสู่ความปรารถนาขั้นสูงขึ้นไปเป็นลำดับ ดังนี้

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย
3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and Love Needs) เป็นความต้องการได้รับความรักและความเป็นเจ้าของ และต้องการที่จะได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน
4. ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (Self-Esteem Needs) เป็นความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง ทั้งนับถือตนเอง และได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น
5. ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Self-Actualization Needs) เป็นความปรารถนาในทุกสิ่งทุกอย่างซึ่งบุคคลสามารถจะได้รับอย่างเหมาะสม

## ข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus

ปี 2009 ธนาคารกสิกรไทยได้เปิดตัวแอปพลิเคชันในชื่อ K-Mobile Banking PLUS ซึ่งถือเป็นการปฏิวัติวงการธนาคารในสมัยนั้น ต่อมาในปี 2017 กสิกรไทยได้ปรับ แปรนตติงของโมบายแบงกิ้ง โดยเปลี่ยนชื่อและโลโก้ใหม่ให้เรียกง่าย ๆ จำง่าย ๆ ว่า K PLUS ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมและปูทางให้แอปอื่น ๆ ของธนาคารในตระกูล K ที่กำลังตามมา ไม่ว่าจะเป็น K PLUS SME และ K PLUS SHOP และในปีนี้ K PLUS ได้พลิกโฉมแบบ All-new โดยเปลี่ยนแอปใหม่แบบยกเครื่อง ตั้งแต่โลโก้และฟีเจอร์ต่าง ๆ เพื่อผลักดันให้ K PLUS เป็น Lifestyle App ที่ลูกค้าใช้ในชีวิตประจำวัน

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภคจิรา นิลเกษม (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี” การศึกษาระดับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ศึกษาการยอมรับทางเทคโนโลยี ของผู้ใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ศึกษาด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี และศึกษาการตัดสินใจใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามาจากประชากรที่เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่ใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบบบังเอิญ จำนวน 400 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อถือได้ และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regressions)

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท โดยผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักบริการธนาคาร บนอินเทอร์เน็ตโดยพนักงานธนาคารแนะนำ สมัครใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตโดยยื่นใบสมัครที่สาขา เหตุผลที่ใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตเพราะประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาธนาคาร ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านการยอมรับทางเทคโนโลยีและด้านทัศนคติโดยรวมอยู่ใน ระดับความสำคัญมาก การตัดสินใจใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด

ชัยญพัทธ์ จงทวี (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร” งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่า ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย ความปลอดภัย การรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน และการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน เป็นตัวแปรอิสระในการศึกษา เพื่อให้ธนาคารได้ทราบถึงปัจจัย หรือความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking และนำผลของการวิจัยมาประยุกต์ใช้หรือเป็นข้อมูลในการแก้ไขปัญหา ปรับปรุง และพัฒนาการ ให้บริการให้ดียิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต

สำหรับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีความแตกต่างกันในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ที่แตกต่างกัน โดย กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีระดับความพึงพอใจในการ ใช้บริการ Mobile Banking สูงที่สุด สำหรับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายของการใช้งาน และปัจจัยด้านความปลอดภัย ตามลำดับ

ณภาพัช ธนชาติเตชินท์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร” การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่ใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ของผู้บริโภคธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายแบบเพียร์สัน ผลการวิจัย พบว่า

1. ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-34 ปี สถานภาพเป็นโสด ระดับการศึกษา ปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานเอกชน รายได้ต่อเดือน 20,000-29,999 บาท

2. ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้งานธุรกรรมผ่านโมบายแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ส่วนใหญ่มีระดับความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับมาก

3. ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันด้านระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต (ปี) พบว่า ระยะเวลาการใช้เฉลี่ยที่ 2.84 ปี ด้านระยะเวลาการทำธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบาย แอปพลิเคชัน (เดือน) พบว่า ระยะเวลาการทำธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน เฉลี่ยที่ 12.23 เดือน ด้าน การใช้บริการธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า จำนวนการใช้บริการ เฉลี่ยที่ 5 ครั้งต่อเดือน ด้านจำนวนเงินที่ทำรายการแต่ละเดือนโดยเฉลี่ย พบว่า จำนวนเงินที่ทำรายการ เฉลี่ยที่ 7,795 บาท ด้าน ช่วงเวลาที่ทำธุรกรรมผ่านโมบายแอปพลิเคชันมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ทำธุรกรรมผ่านโมบายแอปพลิเคชันใน ช่วงเวลา 14.01 – 18.01 น. ด้านผลกระทบต่อการใช้บริการธุรกรรมทางธนาคารผ่านเว็บไซต์พบว่าส่วนใหญ่ใช้บริการธุรกรรมทางธนาคารผ่านเว็บไซต์ลดลงมาก ด้านประเภทธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน พบว่า ส่วนใหญ่ทำธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันประเภท การโอนเงินระหว่างบัญชีและด้านความมั่นใจในความถูกต้อง ของการใช้ธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันผู้บริโภคมีระดับความมั่นใจในความถูกต้องของการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน มาก

4. ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน พบว่า ภาพรวมอยู่ ในระดับมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้งาน ธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันด้านระยะเวลาการใช้ อินเทอร์เน็ต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคในการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ด้านความพึงพอใจในการทำธุรกรรมผ่านโมบายแอปพลิเคชันแตกต่างกันที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันด้าน ระยะเวลาการทำธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ มาก กับความพึงพอใจ ในการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันโดยรวม ที่นัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05 ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันด้าน ระยะเวลาโดยเฉลี่ย การทำธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม กันในระดับค่อนข้างต่ำ กับความพึงพอใจในการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันโดยรวม ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบาย แอปพลิเคชันด้านจำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ทำรายการแต่ละเดือน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับ ค่อนข้างต่ำ กับความพึงพอใจในการใช้งานธุรกรรม ทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันโดยรวม ที่ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



ปิยาภา ศรีศิริ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจในบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking Plus) ของธนาคารกสิกรไทย ของกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร” การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ การรับรู้ประโยชน์ของบริการ ศึกษาความพึงพอใจในบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking Plus) และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจในบริการ ผลที่ได้จากการศึกษาจะนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ พัฒนา และปรับปรุงการบริการของธนาคารกสิกรไทยให้เป็นธนาคารอันดับหนึ่งที่ลูกค้าไว้วางใจ

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย และใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking Plus) จำนวน 200 คน โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟา ด้านการรับรู้ประโยชน์ของบริการ เท่ากับ .967 และด้านความพึงพอใจในบริการ เท่ากับ .943

สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) ผลการวิจัย พบว่า

ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นหญิง ร้อยละ 60.0 เป็นชาย ร้อยละ 40.0 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการมากกว่า 1 ปีขึ้นไป มีความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการในระดับปานกลาง บริการที่ใช้งานที่สุด คือ การโอนเงิน มีความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ และเคยแนะนำให้คนอื่น ๆ มาใช้บริการ

ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking Plus) มีการรับรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยลูกค้ามีการรับรู้ในเรื่องของการประหยัดเวลาในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่สาขาธนาคารมากที่สุดเป็นลำดับที่หนึ่ง รองลงมาได้แก่ สามารถทำธุรกรรมได้ตลอด 24 ชั่วโมง และบริการสามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว ตามลำดับ และมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยลูกค้ามีความพึงพอใจในเรื่องของรูปแบบการให้บริการที่ทันสมัย โดยเด่น มากที่สุดเป็นลำดับที่หนึ่ง รองลงมาได้แก่ การเปิดให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุด และสามารถใช้บริการนอกเวลาทำการของธนาคาร และลูกค้ามีความพึงพอใจที่ใช้บริการของธนาคาร ตามลำดับ

## วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking) ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยทำการเก็บแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 ชุด โดยใช้สูตรซึ่งไม่ทราบจำนวนแน่นอนของ Cochran (1997) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อน  $\pm 5\%$  ดังนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น ซึ่งผู้วิจัยจะเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แจกแบบสอบถามให้แก่ประชากรที่กำหนดไว้ โดยวิธีการแจกแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ โดยใช้ Google Forms
2. รวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับข้อมูลครบถ้วนแล้ว เพื่อนำไปจัดทำและเตรียมสำหรับการวิเคราะห์

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ (SPSS Version 16.0) หาค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

### ผลวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.20 และเพศชาย จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.80 ส่วนใหญ่ มีอายุ 46-50 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.80 รองลงมาคือ 26-30 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00, 31-35 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50, 36-40 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.80, 21-25 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50, 41-45 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.20, 50 ปีขึ้นไป จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และ 15-20 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และระดับมัธยมศึกษา/เทียบเท่า จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 203 คน

คิดเป็นร้อยละ 50.80 รองลงมาคือธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50, รับราชการ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00, พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมาคือ 35,001-45,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.20, 15,001-25,000 บาท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80, 55,001 บาทขึ้นไป จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80, 45,001-55,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80 และต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2 ความพึงพอใจในบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking) ธนาคารกสิกรไทย ของกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร มีองค์ประกอบ 6 ด้าน โดยผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) พบว่า ความพึงพอใจในบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking) ธนาคารกสิกรไทย ของกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.13$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านราคา และด้านความสะดวก ( $\bar{X} = 4.30$ ,  $\bar{X} = 4.2$ ) ตามลำดับ และด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านความปลอดภัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.17$ ,  $\bar{X} = 4.11$ ,  $\bar{X} = 4.05$ ,  $\bar{X} = 3.95$ ) ตามลำดับ

### สรุปผลการวิจัย

#### ปัจจัยส่วนบุคคล

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking) ธนาคารกสิกรไทย ของกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร มีผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.20 และเพศชาย จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.80 ส่วนใหญ่ มีอายุ 46-50 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.80 รองลงมาคือ 26-30 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00, 31-35 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50, 36-40 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.80, 21-25 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50, 41-45 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.20, 50 ปีขึ้นไป จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และ 15-20 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และระดับมัธยมศึกษา/เทียบเท่า จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.80 รองลงมาคือธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50, รับราชการ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00, พนักงาน

รัฐวิสาหกิจ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมาคือ 35,001-45,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.20, 15,001-25,000 บาท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80, 55,001 บาทขึ้นไป จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80, 45,001-55,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80 และ ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

### **ความพึงพอใจในบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking) ธนาคารกสิกรไทย ของกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร**

ความพึงพอใจในบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking) ธนาคารกสิกรไทย ของกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านราคา ด้านความสะดวก และด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านความปลอดภัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

#### **อภิปรายผล**

ด้านผลิตภัณฑ์ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ มีบริการธุรกรรมที่หลากหลาย เช่น โอนเงิน จ่ายบิล เต็มเงิน เช็คยอด โดยไม่ต้องใช้บัตรฯ, ข้อมูลทางการเงินใน K-Mobile Banking มีความถูกต้องและเชื่อถือได้

ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารสาขา และสามารถดาวน์โหลดได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย

ด้านความสะดวก ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สามารถใช้งานได้ทุกสถานที่ที่มีอินเทอร์เน็ต, สามารถใช้งานร่วมกับโทรศัพท์มือถือได้หลายรุ่น, รองรับการใช้เงินผ่าน QR Code หรือการจ่ายบิลด้วยการสแกนบาร์โค้ด, สามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถเรียกดูประวัติการทำธุรกรรมย้อนหลังได้อย่างสะดวก

ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของปิยาภา ศรีศิริ (2558) ซึ่งพบว่าลูกค้าที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking Plus) มีการรับรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยลูกค้ามีการรับรู้ในเรื่องของการประหยัดเวลาในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่สาขาธนาคารมากที่สุดเป็นลำดับที่หนึ่ง รองลงมาได้แก่ สามารถทำธุรกรรมได้ตลอด 24 ชั่วโมง และบริการสามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว ตามลำดับ และมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยลูกค้ามีความพึงพอใจในเรื่องของรูปแบบการให้บริการที่

ทันสมัย โดยเด่น มากที่สุดเป็นลำดับที่หนึ่ง รองลงมาได้แก่ การเปิดให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุด และสามารถให้บริการนอกเวลาทำการของธนาคาร และลูกค้ามีความพึงพอใจที่ใช้บริการของธนาคาร ตามลำดับ

รวมถึงสอดคล้องกับการศึกษาของ ชัญญาพัทธ์ จงทวี (2558) ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายของการใช้งาน และปัจจัยด้านความปลอดภัย ตามลำดับ

### **ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย**

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า โดยภาพรวมความพึงพอใจในบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking) ของกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ หากมีปัญหาในการใช้งาน ฝ่ายบริการของลูกค้าของธนาคารสามารถแก้ปัญหาให้อย่างรวดเร็ว ควรเพิ่มช่องทางการติดต่อในการแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว และควรมีสายตรงที่ติดต่อเกี่ยวกับปัญหาการใช้งานแอปพลิเคชันโดยตรง, มีการอัปเดตข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ และมีองค์ประกอบ กราฟฟิก รูปแบบที่สวยงาม ธนาคารควรมีการปรับ Version อยู่เสมอเพื่อเพิ่มลูกเล่นใหม่ ๆ หรือปรับปรุงรูปแบบให้มีความทันสมัย นำใช้งานอยู่เสมอ

ด้านราคา พบว่า โดยภาพรวมความพึงพอใจในบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking) ของกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ธนาคารควรมีการพิจารณาค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้อาจต้องเปรียบเทียบกับค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมของธนาคารอื่นร่วมด้วย

ด้านความปลอดภัย พบว่า โดยภาพรวมความพึงพอใจในบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking) ของกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ระบบมีความเสถียรภาพในการให้บริการ ธนาคารควรทดสอบการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินในทุกระบบปฏิบัติการเช่น IOS หรือ Android หรือรุ่นของโทรศัพท์ที่สามารถรองรับแอปพลิเคชัน K PLUS ในแต่ละ Version ที่แตกต่างกัน เพื่อตรวจสอบดูความเสถียรภาพในการใช้งาน

ด้านความสะดวก พบว่า โดยภาพรวมความพึงพอใจในบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking) ของกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ สามารถตั้งรายการทำธุรกรรมบ่อยเป็นรายการโปรดได้ เพื่อลดขั้นตอนในการดำเนินการ ซึ่งในส่วนนี้ผู้ใช้บริการอาจยังไม่มีความรู้ ความเข้าใจในการใช้ลูกเล่นดังกล่าวนี้มากเท่าที่ควร เนื่องจากทางธนาคารไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์ และอธิบายให้เห็นภาพกระบวนการใช้งานที่ชัดเจน และเข้าใจได้ง่าย

ธนาคารจึงควรปรับปรุง และพัฒนาการประชาสัมพันธ์ในเรื่องลูกเล่นต่าง ๆ ที่ธนาคารได้มีการพัฒนาขึ้นมา เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจและใช้บริการมากยิ่งขึ้น

ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า โดยภาพรวมความพึงพอใจในบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking) ของกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ความเป็นผู้นำในการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ และชื่อเสียงของธนาคารสามารถใช้เป็นหลักประกันความน่าเชื่อถือของ K-Mobile Banking โดยปัจจุบันแต่ละธนาคารได้มีการพัฒนา ปรับปรุง บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือ ให้มีความครอบคลุมในหลากหลายธุรกรรม ดังนั้นธนาคารควรส่งเสริม หรือโฆษณาประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับประโยชน์และรายละเอียดของบริการฯ ให้ครอบคลุม และทั่วถึงมากกว่านี้ อันจะนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการที่มากขึ้น และการบอกต่อของผู้ใช้บริการไปยังผู้อื่นให้มากยิ่งขึ้น

### บรรณานุกรม

#### ภาษาไทย

ชญญาพัทธ์ จงทวี. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการ Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ณภาพัช ธนชาติเดชินท์. (2558). พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน). เข้าถึงได้จาก : <https://www.kasikornbank.com> (วันที่สืบค้นข้อมูล : 4 พฤศจิกายน 2563).

ปิยาภา ศรีศิริ. (2558). การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจในบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (K-Mobile Banking Plus) ของธนาคารกสิกรไทยของกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ภัคจิรา นิลเกษม. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ภาณุวัฒน์ สัมมารกิจ และ รศ.แอนนา จุมพลเสถียร. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเปิดรับแอปพลิเคชันในสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. เข้าถึงได้จาก : <http://203.131.210.100/ejournal/wp-content/uploads/2015/07/JCIS57041.pdf> (9 พฤศจิกายน 2558)

### ภาษาอังกฤษ

Deesineny2523. (2017). วิวัฒนาการของ Smartphone และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร. ค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.modify.in.th/19937>

Mashshare. (2016). เจาะลึกเบื้องหลังการพัฒนา K PLUS Mobile Banking อันดับหนึ่งของไทย. ค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.manozero.com/behind-kplus-mobile-banking-by-kbank>

P.B. (2019). คนไทยขึ้นแท่นแชมป์โลก สัดส่วนผู้ใช้บริการ Mobile Banking สูงสุด 74% ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วประเทศ. ค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2563, จาก <https://droidsan.com/thailand-mobile-banking-2019-to-cashless-society>

Supattra Ammaranon X Ourgreenfish. (2019). พฤติกรรมการใช้ Internet ของคนไทยในปี 2562 เติบโตขึ้นอย่างไร?. ค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2563, จาก <https://blog.ourgreenfish.com/thailand-internet-user-behavior-2019-grow>

Techsauce Team. (2018). K PLUS ใหม่ ‘เปลี่ยนเพื่อรู้ใจขึ้น’ พร้อมมี AI เป็นเบื้องหลังสำคัญ. ค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2563, จาก <https://techsauce.co/tech-and-biz/new-k-plus-mobile-banking-app-ai>

The Bangkok Insight Editorial Team. (2563). ‘โควิด-19’ ดันยอดใช้ ‘K PLUS’ 3 เดือนแรก 700 ล้านรายการ. ค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.thebangkokinsight.com/340726>