

**ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Bualuang iBanking
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
SATISFACTION OF CUSTOMERS ON USING BUALUANG
IBANKING APPLICATION OF BANGKOK BANK PUBLIC
COMPANY LIMITED IN BANGKOK AREA**

ณัฐกานต์ ศิริจันทร์รัตนนา

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

Nattakan Sirijanrattana

E-mail: nut.sirijanrattana@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking,

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Bualuang iBanking ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Bualuang iBanking ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านความปลอดภัย และด้านผู้ให้บริการ โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ประชากรในงานวิจัยนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน Bualuang iBanking กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ (SPSS) หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัยพบว่า 1.) มีผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Bualuang iBanking จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 ส่วนใหญ่ มีอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี/เทียบเท่า จำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0

2.) ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Bualuang iBanking ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านความปลอดภัย ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผู้ให้บริการ ตามลำดับ

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ; แอปพลิเคชัน

ABSTRACT

The research of Customer Satisfaction of Customer on Using Bualuang iBanking Application of Bangkok Bank Public Company Limited in Bangkok Area. The objective is to study Customer Satisfaction Bualuang iBanking Application of Bangkok Area. The factors of research include Product, Price, Place, Promotion, Safety and Service provider. That are classified by Personal factors were including Sex, Age, Occupation, Average monthly income, and Education. The population used customers who use the Bualuang iBanking application service in Bangkok Area. The samples used in this research amount of 330 peoples. The questionnaire was instrument of this research. Data was analyzed by using SPSS for Social Science Research. The statistics were percentage, minimum, maximum, mean and standard deviation.

The result found that 1.) The users all respondents 400 peoples. Most are female 260 peoples representing 65.0%, are male 140 peoples representing 35.0%. Most aged 31-40 years old 160 peoples representing 40.0%, 21-30 years old 140 peoples representing 35.0%, 41-50 years old 80 peoples representing 20.0% and over 51 years old 20 peoples representing 5.0% respectively. Most are the private

employees/ employees 240 peoples representing 60.0%, followed by state enterprise employees 100 peoples representing 25.0% and government officer, self employed/ freelance and others 20 peoples representing 5.0% respectively. Most are average income per month 20,001 – 30,000 baht and 30,001 – 40,000 baht 100 peoples representing 25.0% followed by 40,001 – 50,000 baht and over 50,001 baht 80 peoples representing 20.0% and 10,001 – 20,000 baht 40 peoples representing 10.0% respectively. Most are Bachelor's degree 320 peoples representing 80.0% and Master's degree 80 peoples representing 20.0% respectively

2.) Customer Satisfaction of Using Bualuang iBanking Application in Bangkok Area. Overall is at a high level. Considering each side, then that side is the high-level Price, Channel of Distribution, Safety, Product, Promotion and Service provider respectively.

Keywords: Satisfaction; Application

บทนำ

ในอดีตที่ผ่านมา การไปต่อกิวเพื่อใช้บริการที่ธนาคารนั้นถือเป็นกิจกรรมที่มีค่าใช้จ่ายทั้งทางตรงและทางอ้อมมากมาย ไม่ว่าจะเป็นต้นทุนค่าเดินทาง ต้นทุนทางด้านเวลา รวมไปถึงความซับซ้อนของขั้นตอนทางด้านเอกสารต่าง ๆ ทำให้หลายคนหลีกเลี่ยงที่จะเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร โดยเลือกจะไปในเฉพาะเวลาที่จำเป็น ทำให้ธนาคารสูญเสียโอกาสในการสร้างรายได้ในระดับหนึ่ง

จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี การทำธุรกรรมการเงินในปัจจุบัน ก็ได้มีการปรับตัวไปตามยุคสมัย เพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็ว จึงทำให้เกิดสิ่งๆที่เรียกว่า E-Banking หรืออาจเรียกด้วยชื่ออื่น เช่น Internet Banking (ธนาคารอินเทอร์เน็ต) Online Banking (ธนาคารออนไลน์) เป็นต้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Bualuang iBanking ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Bualuang iBanking ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ คือ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตัวแปรตาม คือ

1. ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Bualuang iBanking ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านความปลอดภัย ด้านผู้ให้บริการ

ขอบเขตด้านประชากร

ลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน Bualuang iBanking ในเขตกรุงเทพมหานคร

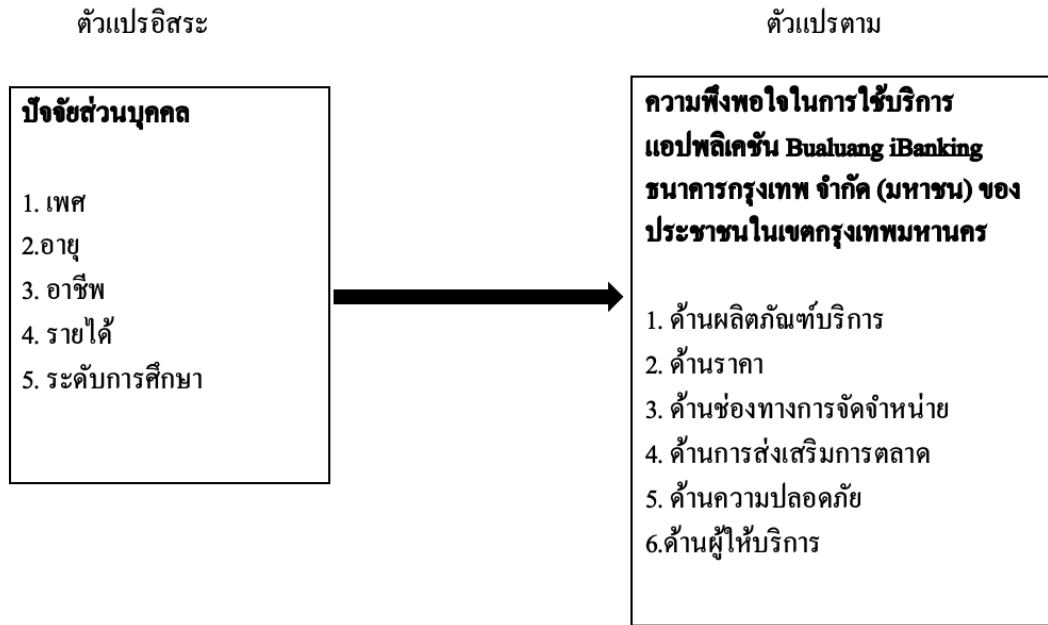
ขอบเขตด้านระยะเวลา

การทำวิจัยครั้งนี้เริ่มทำการวิจัย ตั้งแต่เดือน ตุลาคม ถึง เดือนพฤศจิกายน 2563

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. สามารถนำผลวิจัยที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการแอปพลิเคชัน Bualuang iBanking ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค
2. เพื่อนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางให้แก่ผู้ที่สนใจจะศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน Bualuang iBanking ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีความพึงพอใจ

ความพึงพอใจนั้นเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ต้องใช้ความรู้สึกที่เกิดขึ้น ณ ขณะนั้น มีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป แล้วแต่บุคคลความรู้ในเรื่องดังกล่าว ได้รับการศึกษาอย่างกว้างขวางจนเกิดเป็นทฤษฎีทั่วไป ดังนี้

กลุ่มทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's of Needs)

(Maslow's, 1970, pp.26 - 27) เป็นทฤษฎีด้านความต้องการที่มีชื่อเสียงเป็นยอมรับอย่างกว้างขวางและได้รับการนำไปใช้ในระดัปล โลก ซึ่งมาสโลว์ ได้สรุปไว้ว่า ลำดับความต้องการของบุคคลมี 5 ขั้นตอน ตามลำดับขึ้นไปนี้

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการเบื้องต้นเพื่อความอยู่รอดของชีวิต

2. ความต้องการความปลอดภัย และมั่นคง (Security or Safety Needs) ถ้าหากความต้องการ ทางด้านร่างกายได้รับการตอบสนองแล้ว บุคคลก็จะให้ความสนใจกับความต้องการระดับสูงต่อไป

3. ความต้องการทางด้านสังคม (Social or Belonging Needs) ภายหลังจากที่คนได้รับการ ตอบสนองในขั้นดังกล่าวข้างต้น ก็จะมีความต้องการที่สูงขึ้น ความต้องการทางสังคมเป็นความต้องการที่จะเข้าร่วมและได้รับการยอมรับในสังคมความเป็นมิตร และความรักจากเพื่อน

4. ความต้องการที่จะได้รับการยกย่องนับถือ (Esteem Needs) เป็นความต้องการให้คนอื่นยกย่องให้เกียรติ และเห็นความสำคัญของตน

5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self Actualization) เป็นความต้องการระดับสูงสุดของมนุษย์อยากจะเป็นอยากจะได้ตามความคิดของตน

สรุปได้ว่าทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ นี้ผู้บังคับบัญชาจะต้องพยายามศึกษาความต้องการของผู้ร่วมงานอย่างสม่ำเสมอ ว่าแต่ละคนมีความต้องการสิ่งใด และอยู่ในลำดับขั้น ไหนเพื่อตอบสนองความต้องการเพื่อให้ได้รับดับความพึงพอใจที่ดี

ทฤษฎีการจูงใจของ (Herzberg's The Motivator Dissatisfaction Theory)

Herzberg (1959,p. 113) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเจตคติที่มีต่อการทำงานของวิศวกรและนักบัญชีจำนวนมากเพื่อหาข้อสรุปว่า คนที่ปฏิบัติงาน ได้ผลดีมีประสิทธิภพนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน ซึ่ง Herzberg ได้แสดงให้เห็นถึงความ ต้องการของคนที่มีต่อการทำงานสองประการ คือ

ประการแรกเป็นความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงความไม่พอใจ สภาพแวดล้อมของงาน เรียกว่า ปัจจัยค้ำจุนความต้องการ

ประการที่สอง เป็นความต้องการที่ผู้ปฏิบัติงานจะต้องใช้ความสามารถเขา แสวงหาความก้าวหน้า เรียกว่า ปัจจัยเกื้อหนุน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้สามารถจำแนกองค์ประกอบได้ดังนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นางสาววรรณพร หวลมานพ (2558) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส เป็นเพศหญิงอายุ 20 – 29 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และมีสถานภาพโสด พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พบว่ามีความถี่ในการใช้งานโดยเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งมีระยะเวลาในการใช้งานโดยเฉลี่ย 1 – 15 นาที ผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ เพื่อใช้ทำธุรกรรมทางการเงินพื้นฐาน โดยมีลักษณะของการใช้งานแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสเพื่อโอนเงินไปยังบัญชีของธนาคารกสิกรไทยและต่างธนาคาร ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พบว่า มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด

ยุทธการ เรือนแก้ว ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อการใช้บริการแอปพลิเคชันมายโม ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาแม่สรวย ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจต่อการใช้บริการแอปพลิเคชันมายโมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาแม่สรวย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เมื่อจำแนกเป็นรายปัจจัยพบว่า ทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านกระบวนการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 รองลงมาด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ด้านการนำเสนอลักษณะทางด้านกายภาพค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ด้านราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ตามลำดับ สำหรับผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันมายโมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาแม่สรวย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน พบว่า โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

นายอภิวัฒน์ จอมน้อย, นายศุภกิจ คุ้มดีสัง (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ แอปพลิเคชัน (ช.ก.ส. A-Mobile) ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์

การเกษตร (ช.ก.ส.) สาขาวิเชียรบุรี ผลการศึกษาค้นคว้า พบว่า ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน (ช.ก.ส. A-Mobile) ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวิเชียรบุรี โดยภาพรวมแล้วอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าระดับสูงสุด คือ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือด้านพนักงานที่ให้บริการ อยู่ในระดับมาก และต่ำสุดคือด้านการตลาด พบว่าอยู่ในระดับมาก

นางสาวณัฐณี กุรุกิจวานิชย์ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินในเขตธนาคารออมสินภาค 3 ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-30 ปี มีสถานภาพโสด เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 30,000 บาท 2) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ 3) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ด้านระยะเวลาที่เป็นลูกค้าธนาคารออมสิน แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก ช่วงเวลาที่ให้บริการ สถานที่ให้บริการ และประเพณีธรรมเนียม ส่วนด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านบุคลากร ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ด้านประเพณีธรรมเนียม และเหตุผลในการเลือกใช้บริการ

นางสาวศุภรัตน์ ถาวรชื่น (2560) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อการใช้ แอปพลิเคชัน KTB netbank ของผู้รับบริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ขนาดตัวอย่าง 400 คน ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 พบว่าความคาดหวังด้านความปลอดภัยและด้านความสะดวกรวดเร็วมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระยะเวลาที่เคยใช้บริการแอปพลิเคชัน KTB netbank ส่วนความคาดหวังด้านความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์ทางบวกทั้งกับความถี่ในการใช้ต่อเดือนกับระยะเวลาที่เคยใช้บริการแอปพลิเคชัน KTB netbank ระยะเวลาที่เคยใช้บริการแอปพลิเคชัน KTB netbank มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชัน KTB netbank ทั้งด้านความปลอดภัย ด้านความสะดวกรวดเร็ว และด้านความน่าเชื่อถือ

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Approach) โดยใช้หลักการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน Bualuang iBanking ธนาคารกรุงเทพ จำกัด มหาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ทั้งนี้ เนื่องจากกลุ่มประชากรมีจำนวน 8,600,000 คน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แจกแบบสอบถามให้แก่ประชาชนที่กำหนดไว้ โดยทำแบบสอบถามเป็น Google Form
2. ตอบข้อซักถามบางประการที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาจจะต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม
3. รวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับข้อมูลครบถ้วนแล้ว เพื่อนำไปจัดทำและเตรียมสำหรับการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ (SPSS Version 26.0)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับวิเคราะห์เพื่อบรรยายปัจจัยส่วนบุคคล
2. ใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X})
3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Bualuang iBanking ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ใช้บริการ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 และเพศชาย จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ 21 – 30 ปี จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0, 41 – 50 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ มีสถานภาพโสด จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ มีสถานภาพสมรส จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และมีสถานภาพหย่าร้าง / หม้าย จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า จำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมาคือ ปริญญาโท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0, อาชีพข้าราชการเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ และอื่น ๆ จำนวนที่เท่ากันคือ 20 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และมีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาคือ รายได้ 40,001 – 50,000 บาท และมีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0, รายได้ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2 ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Bualuang iBanking ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีองค์ประกอบ 6 ด้าน โดยผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านความปลอดภัย ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผู้ให้บริการ ($\bar{X} = 4.17$, $\bar{X} = 4.03$, $\bar{X} = 3.92$, $\bar{X} = 3.89$, $\bar{X} = 3.74$, $\bar{X} = 3.60$) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Bualuang iBanking ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีผู้ใช้บริการที่

ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 และเพศชาย จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 ส่วนใหญ่ มีอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ 21 – 30 ปี จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0, 41 – 50 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0, ข้าราชการ เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ และ อื่น ๆ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาคือ 40,001 – 50,000 บาท และ 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และ 10,001 – 20,000 จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี/เทียบเท่า จำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 และ ปริญญาโท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Bualuang iBanking ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ สามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง การทำธุรกรรมต่าง ๆ มีความปลอดภัย น่าเชื่อถือ สามารถประหยัดเวลาและตั้งรายการโอนล่วงหน้าได้ มีความสะดวกสบายในการใช้บริการ มีการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ มีความทันสมัย ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. ด้านผลิตภัณฑ์บริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ สามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง การทำธุรกรรมต่าง ๆ มีความปลอดภัย น่าเชื่อถือ สามารถประหยัดเวลาและตั้งรายการโอนล่วงหน้าได้ มีความ

สะดวกสบายในการใช้บริการ มีการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ มีความทันสมัย ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ **วรรณพร หวลมานพ (2558)** ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบาย แบงก์กิงพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ด้านราคา

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ แอปพลิเคชันสามารถดาวน์โหลดได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ไม่คิดค่าธรรมเนียมรายปี ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมด้วยตนเอง สามารถขอรายการเดินบัญชีได้ และมีอัตราการคิดค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมที่มีความเหมาะสม ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ **ยุทธการ เรือนแก้ว** ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อการใช้บริการแอปพลิเคชันมายโมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาแม่สรวย

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ การติดตั้งแอปพลิเคชันสามารถดาวน์โหลดได้หลายช่องทาง มีขั้นตอนในการดาวน์โหลดที่ไม่ยุ่งยาก มีการโฆษณาผ่านช่องทางต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ และแอปพลิเคชันคำแนะนำในการใช้งานก่อนเริ่มใช้บริการ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ **อภิวัฒน์ จอกน้อย, ศุภกิจ คุ่มดีลัง (2562)** ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน (ช.ก.ศ. A-Mobile) ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ช.ก.ศ.) สาขาวิเชียรบุรี

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่ธนาคารมีการแนะนำแอปพลิเคชัน ทำให้มีความเข้าใจในการใช้งานมากขึ้น แอปพลิเคชันมีการมอบสิทธิพิเศษต่าง ๆ ที่สามารถนำไปใช้งานได้ การโฆษณาของแอปพลิเคชันจากช่องทางต่าง ๆ มีความน่าเชื่อถือ และมีการบอกรายละเอียดข้อมูลครบถ้วน ชัดเจน มีการโฆษณาผ่านช่องทางต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ **ณัฐณี คุรุกิจวานิชย์ (2558)** ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการ

ตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินในเขตธนาคารออมสินภาค

3

5. ด้านความปลอดภัย

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ แอปพลิเคชันมีระบบการแจ้งเตือนการทำธุรกรรม ไม่มีความกังวลใจหลังการใช้งานแอปพลิเคชัน แอปพลิเคชันมีฟังก์ชันให้ใช้งาน สามารถจำกัดการแสดงผลบัญชีในการทำธุรกรรม การทำธุรกรรมการเงินผ่านแอปพลิเคชันมีการยืนยันตัวตนก่อนการเข้าใช้งาน และแอปพลิเคชันมีความเสถียรในการเข้าใช้งาน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ **สุภรัตน์ ถาวรชื่น (2560)** ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อการใช้ แอปพลิเคชัน KTB netbank ของผู้รับบริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

6. ด้านผู้ให้บริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ไม่มีความกังวลใจหลังการใช้งานแอปพลิเคชันเจ้าหน้าที่ธนาคาร / พนักงาน Call Center สามารถแก้ปัญหาได้ถูกต้องและรวดเร็ว มีการให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง และมีความสะดวกรวดเร็ว ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ **สุภรัตน์ ถาวรชื่น (2560)** ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อการใช้ แอปพลิเคชัน KTB netbank ของผู้รับบริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ด้านผลิตภัณฑ์บริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ควรปรับปรุงฟังก์ชันบริการด้าน โอนเงิน เดิมเงิน จ่ายบิล และการกวดเงินโดยไม่ใช้บัตร ให้มีความสะดวกสบายมากขึ้น และควรมีการอัปเดตเวอร์ชันของแอปพลิเคชันให้บ่อยกว่าเดิม

ด้านราคา

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ทางธนาคารควรมีการเปรียบเทียบค่าธรรมเนียมกับธนาคารอื่น ๆ หรือมีโปรโมชั่นในการทำธุรกรรมทางการเงินเพื่อให้ผู้ใช้เกิดความพึงพอใจ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ แอปพลิเคชัน Bualuang iBanking ของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สามารถดาวน์โหลดได้ง่าย แต่ยังมีผู้ใช้บริการได้ยาก ทางธนาคารควรจะทำให้การสมัครใช้บริการทำได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ แอปพลิเคชัน Bualuang iBanking มีสิทธิพิเศษและบริการใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา แต่ผู้ใช้งานรับรู้ข้อมูลได้น้อย กล่าวคือ ธนาคารควรเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น พนักงานธนาคารควรมีการแนะนำสิทธิพิเศษต่าง ๆ อยู่เสมอ

ด้านความปลอดภัย

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ แอปพลิเคชัน Bualuang iBanking ปรับปรุงให้มีความเสถียรมากขึ้น โดยควรมีการอัปเดตพัฒนาระบบอย่างสม่ำเสมอ และหากเกิดเหตุขัดข้องหรือมีการอัปเดตควรมีการประกาศแจ้งหรือประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าก่อนทุกครั้ง

ด้านผู้ให้บริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ถึงแม้พนักงาน Call Center จะมีการให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง แต่ธนาคารควรจะต้องจัดพนักงาน Call Center ให้มีเพียงพอต่อการให้บริการแอปพลิเคชันด้วย เพื่อช่วยให้ผู้บริการเมื่อพบปัญหาและต้องการติดต่อ Call Center ไม่ต้องใช้เวลานานในการรอสายแต่ละครั้ง

บรรณานุกรม

- กชกร เป้าสุวรรณ และคณะ. (2550). การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง เรื่องระบบคอมพิวเตอร์ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1. สาขาวิชา เทคโนโลยีการศึกษา, มหาวิทยาลัยบูรพา
- ขวัญพงศ์ พันธุ์เจริญวรกุล. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารที่ใช้โปรแกรมสั่งอาหารอัตโนมัติในกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- จุฑาภรณ์ ไร่วอน. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการบัวหลวง ไอแบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา ผู้ใช้บริการบัวหลวง ไอแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เขตสาทร กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร
- จตุพร รัตนบุรี. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบัวหลวงเอ็มแบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงเทพ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช.
- ณัฐณี คุรุกิจวานิชย์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ ของธนาคารออมสินในเขตธนาคารออมสินภาค 3
- ยุคลธร ัญญะเศรษฐ์. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัวหลวงเอ็มแบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงเทพ. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ยุทธการ เรือนแก้ว. ความพึงพอใจต่อการใช้บริการแอปพลิเคชันมายโมผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาแม่สรวย.
- ทวีพงศ์ สู่สวัสดิ์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของการให้บริการ Mobile banking ของธนาคารออมสิน (MYMO) และ ธนาคารกสิกรไทย (K-PLUS) ในจังหวัดเพชรบุรี. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
- วาสนี เสถียรกาล. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วรรณพร หวลมานพ. (2558). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชัน เคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร
- อภิวัฒน์ จอกน้อย, ศุภกิจ ตุ่มดีลัง. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ แอปพลิเคชัน (ช.ก.ส. A-Mobile) ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ช.ก.ส.) สาขาวิเชียรบุรี