

ลักษณะความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของ
ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

The Study of Satisfaction of Users the Applications K PLUS Kasikorn Bank of the
Population in Bangkok.

ฐิติพร พิมพ์เงิน¹

ณัฐวดี อันตระกูล²

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อขอบเขตการวิจัยด้านเนื้อหา ครอบคลุมตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS และลักษณะความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS และเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือผู้ที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์ค่า Chi – Square และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และหาความต่างรายคู่โดยใช้วิธี Scheffe (Scheffe's Method)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

¹นักศึกษาระดับปริญญาโทสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยรามคำแหง

²ดร.คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยรามคำแหง

2. ปัจจัยด้านพฤติกรรม ประกอบด้วย ประเภทธุรกรรมที่เข้าใช้งานจำนวนธุรกรรมที่เข้าใช้งาน สถานที่เข้าใช้งานช่วงเวลาเข้าใช้งาน และระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้งานไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, การใช้งานแอปพลิเคชัน, K PLUS, ธนาคารกสิกรไทย

ABSTRACT

THE OBJECTIVES OF THIS RESEARCH AIM TO STUDY THE SCOPE OF THE RESEARCH COVERS CONTENT OF PERSONAL FACTORS, USAGE BEHAVIOR OF K PLUS APPLICATIONS AND CHARACTERISTICS OF SATISFACTION IN USING K PLUS APPLICATIONS AND STUDY ABOUT APP USAGE BEHAVIORS K PLUS APPLICATION THAT AFFECTS THE SATISFACTION OF USING THE K PLUS APPLICATION OF KASIKORN BANK OF THE POPULATION IN BANGKOK. THE SAMPLE GROUP USED IN THE RESEARCH WAS THOSE WHO USED FINANCIAL TRANSACTIONS THROUGH THE K PLUS APPLICATION FROM KASIKORN BANK OF 400 PEOPLE IN BANGKOK. THE INSTRUMENT USED IN THE RESEARCH WAS A 5 LEVEL RATING SCALE QUESTIONNAIRE. DATA WERE COLLECTED BY USING FREQUENCY, PERCENTAGE, MEAN, STANDARD DEVIATION AND TEST HYPOTHESES BY USING CHI – SQUARE ANALYSIS AND ONE-WAY ANOVA AND FINDING THE DIFFERENCE USING SCHEFFE'S METHOD.

THE RESEARCH FINDINGS WERE:

1. PERSONAL FACTORS I.E. GENDER, AGE, EDUCATION LEVEL, OCCUPATION AND MONTHLY INCOME THERE ARE DIFFERENCES SO DOESN'T AFFECT THE SATISFACTION OF USING THE K PLUS APPLICATION FROM KASIKORN BANK OF THE POPULATION IN BANGKOK. 2. BEHAVIORAL FACTORS I.E. TYPE OF TRANSACTION ACCESS, NUMBER OF TRANSACTION ACCESSED, LOCATION ACCESS, TIME ACCESS AND THE AVERAGE DURATION OF USE., SO DOESN'T AFFECT THE SATISFACTION OF USING THE K PLUS APPLICATION FROM KASIKORN BANK OF THE POPULATION IN BANGKOK.

2. BEHAVIORAL FACTORS I.E. TYPE OF TRANSACTION ACCESS, NUMBER OF TRANSACTION ACCESSED, LOCATION ACCESS, TIME ACCESS AND THE AVERAGE DURATION OF

USE., SO DOESN'T AFFECT THE SATISFACTION OF USING THE K PLUS APPLICATION FROM KASIKORN BANK OF THE POPULATION IN BANGKOK.

Keyword: Satisfaction, Users the Applications, K PLUS, Kasikorn Bank

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่ต้องอาศัยดิจิทัลแบงกิ้งในการดำเนินธุรกิจ ทั้งการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ การซื้อสินค้าออนไลน์ และการชำระเงินค่าสินค้าและบริการออนไลน์ ช่วยทำให้ลูกค้าทำธุรกรรมได้สะดวก รวดเร็วขึ้น และก็มีคาดการณ์ว่าจะเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยในปี 2025 การค้าขายผ่าน E-Commerce ทั่วทั้งโลก จะมีมูลค่าถึงสองแสนห้าหมื่นล้านบาท เติบโตขึ้นจากปี 2014 ถึง 3 เท่าตัว จะเห็นได้ว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง (Internet Banking) และ โมบายแบงกิ้ง (Mobile Banking) มีการปรับตัวอย่างสูง โดยเฉพาะอัตราการเติบโตอย่างก้าวกระโดดสำหรับช่องทาง โมบายแบงกิ้ง (Mobile Banking) จากปี 2556-2557 ซึ่งมีการขยายตัวสูงขึ้นทั้งปริมาณและมูลค่าของธุรกรรมทางการเงินในการชำระเงิน ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟนในชีวิตประจำวันอีกทั้งในการพัฒนาฟังก์ชันต่างๆ ผ่านโมบายแบงกิ้งแอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ช่องทางโมบายแบงกิ้ง (Mobile Banking) มีการเติบโตอย่างสูงและมีแนวโน้มที่เติบโตมากขึ้นในอนาคต(ศูนย์วิจัยกสิกรไทย เว็บไซต์ [siamphone,2558](http://siamphone.2558))

ข้อมูล ณ เดือนมกราคม 2562 จากธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ระบุว่า ปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ในไทย มีทั้งหมด 6,729 สาขา แบ่งอยู่ในพื้นที่กรุงเทพฯ 2,003 สาขา และอีก 4,726 กระจายอยู่ทั่วภูมิภาคสำหรับจำนวนสาขาธนาคารพาณิชย์ที่มีมากที่สุดในเขตกรุงเทพฯ ได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ 332 แห่ง ธนาคารกรุงเทพ 315 แห่ง และธนาคารกสิกรไทย 265 แห่ง โดยธนาคารที่สาขาลดลงมากที่สุด ได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ ลดลง 54 แห่ง ธนาคารกสิกรไทย ลดลง 42 แห่ง ธนาคารทหารไทย ลดลง 16 แห่ง และธนาคารธนชาติ ลดลง 9 แห่ง ซึ่งตลอดปี 2561 ที่ผ่านมา ธนาคารพาณิชย์ได้ปิดสาขาลงไปแล้วอย่างน้อย 121 แห่งแม้ธนาคารลดสาขาแต่ไม่ได้แปลว่าจะไม่มีจุดบริการลูกค้า เพราะธนาคารหลายแห่ง เริ่มหันมาร่วมมือกับตัวแทนเพื่อให้การบริการทางการเงินสะดวกต่อผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยธนาคารแห่งประเทศไทยได้เปิดโอกาสให้ธนาคาร มีตัวแทนธนาคารในการรับทำธุรกรรมฝาก-ถอน-โอน-รับชำระ เช่น ร้านสะดวกซื้อ 7-11 และ ไปรษณีย์ไทย เป็นต้น โดยเบื้องต้นกำหนดถอนเงินกับโอนเงินได้ไม่เกิน 20,000 บาทต่อคนต่อวัน ซึ่งเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการให้บริการของธนาคาร เพื่อลดต้นทุนจากการดำเนินงานของสาขา

ธนาคารกสิกรไทย หนึ่งในสถาบันทางการเงินที่มีการปรับตัวรับยุคดิจิทัลอย่างเห็นได้ชัด ในปี 2562 นี้ ได้เผยแพร่มรดกช่องทางดิจิทัล ขยายฐานลูกค้ามากขึ้นนายปรีดี ดาวฉาย กรรมการผู้จัดการ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยี จะเห็นได้จากปริมาณธุรกรรมบนโลกดิจิทัลที่ขยายตัวต่อเนื่อง มีสัดส่วนประชากรที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ 82% ทำธุรกรรมบนโมบายแบงก์กิ้ง 74% และซื้อสินค้าออนไลน์ 48.5% ส่งผลให้ภาคธนาคารไทยเดินหน้าสู่การเป็นตัวกลางทางการเงินหลักที่มีประสิทธิภาพ โดยธนาคารกสิกรไทยได้มีการนำเทคโนโลยีมาใช่มากขึ้น ตั้งเป้าปี 2562 ของ DataDriven Lending ปลดปล่อยสินเชื่อเป็นวงเงิน 30,000 ล้านบาท พร้อมตั้งเป้าการนำข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจจนสร้างรายได้มีสัดส่วนไม่ต่ำกว่า 50% ของรายได้ทั้งหมดธนาคารฯ ยังได้รับรางวัลจากเวที ETDA e-Commerce Awards 2019 โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) สาขาผู้ให้บริการชำระเงินบนช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ขวัญใจมหาชนแห่งปี ในฐานะผู้ให้บริการชำระเงินบนช่องทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างสร้างสรรค์แม้แนวโน้มการปิดตัวลงของสาขาธนาคารจะลดลงอย่างต่อเนื่อง แต่การทำธุรกรรมรูปแบบใหม่ก็เกิดขึ้นตามมาด้วย ทำให้ภาพรวมการเปลี่ยนแปลงของธนาคารพาณิชย์เป็นอย่างไรก็ค่อยเป็นค่อยไป องค์กรก็ตามเรา ยังคงต้องจับตาดูทิศทาง การให้บริการธุรกรรมทางออนไลน์ของแต่ละธนาคารว่าจะปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลเต็มรูปแบบอย่างไรบ้างเพื่อตอบรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ไม่เคยหยุดนิ่ง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเค โบบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นประเด็นที่สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน ช่องทางใหม่ คือ โบบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) และทำให้ทราบถึงความพึงพอใจจากการ ใช้บริการแอปพลิเคชันเค โบบายแบงก์กิ้งพลัส ว่ามีข้อดี ข้อเสียอย่างไรเพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงให้ สอดคล้องและรองรับความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่ที่กำลังจะเติบโตมากยิ่งขึ้น ในอนาคต

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริการธนาคารกสิกรไทย

ธนาคารกสิกรไทยก่อตั้งเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ. 2488 ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท โดยมีสาขาสำนักงานถนนเสือป่าในปัจจุบันเป็นที่ทำการแห่งแรก ซึ่งเริ่มด้วยพนักงานเพียง 21 คน แต่เพียงงวดบัญชีแรกที่สิ้นสุดหรือเพียง 6 เดือน ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2488 ก็มียอดเงินฝากสูงถึง 12 ล้านบาท และมีสินทรัพย์ 15 ล้านบาท ตลอดหลายทศวรรษที่ผ่านมา ธนาคารมุ่งมั่นพัฒนาองค์กรและผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้บริการที่เป็นเลิศ

ภายใต้คำขวัญ “บริการทุกระดับประทับใจ”

ปัจจุบัน (ปีค.ศ. 2019) ธนาคารกสิกรไทย เป็นธนาคารพาณิชย์ที่ให้บริการธุรกรรมทางการเงินทั่วประเทศ ไทย จำนวน 1,132 สาขา และมีสาขาสำนักงานตัวแทนต่างประเทศ จำนวน 11 แห่ง

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชัน KPLUS

ธนาคารกสิกรไทยเริ่มให้บริการ K PLUS เมื่อปี ค.ศ. 2013 โดยใช้ชื่อ K Mobile Banking PLUS ในปี ค.ศ. 2017 มีการพัฒนาและปรับโฉมแอปพลิเคชัน ได้เปลี่ยนชื่อเป็น K PLUS

นับตั้งแต่ธนาคารกสิกรไทย พัฒนาและเปิดให้บริการแอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือ ในปี ค.ศ. 2013 เป็นต้นมา จำนวนผู้ใช้งานมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในปี ค.ศ. 2015 มีผู้ใช้งานประมาณ 2.6 ล้านราย จากนั้นในปี ค.ศ. 2016 เติบโตแบบก้าวกระโดดเป็น 4.6 ล้านราย สำหรับ ในระยะเวลาเดือนมกราคม-เดือนมิถุนายน ค.ศ. 2017 มีผู้ใช้งาน K PLUS มากถึง 5.6 ล้านรายแล้ว และคาดว่าจะขยับขึ้นเป็นกว่า 7 ล้านราย ภายในสิ้นปี ค.ศ. 2017 โดยข้อมูล ณ เดือนตุลาคม ปี ค.ศ. 2018 มีผู้ใช้งาน KPLUS 11 ล้านคน ซึ่งสาเหตุที่การใช้งานเติบโตอย่างมาก คือ

- K PLUS มีแนวคิดของการพัฒนาแอปพลิเคชัน ให้เป็น “A Bank in Your Hand” จึงพัฒนาฟีเจอร์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การใช้งานง่ายและจบที่เดียวจริงๆ ได้ด้วยสมาร์ตโฟนเพียงเครื่องเดียว

- ทุกระบบที่คิดมาได้ครอบคลุมทั้ง Functional และ Emotional รวมทั้งสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของลูกค้าในยุค Digital Mobility ทำให้ลูกค้าสามารถทำได้เกือบทุกธุรกรรมการเงิน

- ฟีเจอร์ต่างๆ ล้ำหน้ากว่าที่คิด และทำได้มากกว่าการ โอนเงิน เดบิตเงิน หรือจ่ายบิล เช่นเป็นช่องทางในการสมัคร ซื้อผลิตภัณฑ์และการขอใช้บริการ เช่น การเปิดบัตรเดบิตใหม่ การขอ e-statement เป็นต้น

- มีแนวโน้มที่คนหันมาใช้โมบายแบงก์มากขึ้น เพราะผู้บริโภคมองหาความสะดวกสบาย และคนไทยคุ้นกับบริการด้านดิจิทัล

- ในปีค.ศ. 2019 K PLUS เป็นแอปพลิเคชัน ไลฟ์สไตล์ที่เป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตให้ง่ายและสะดวกสบายของผู้ใช้งาน โดยผ่านกิจกรรมต่างๆ ที่มากกว่าธุรกรรมทางการเงิน

การสมัครใช้บริการ

ลูกค้าสามารถสมัครใช้บริการได้ 3 ช่องทาง ดังต่อไปนี้

1. สาขาของธนาคาร ถูกค่าจะต้องจัดเตรียมเอกสารดังต่อไปนี้
2. ตู้ ATM
3. โทรศัพท์มือถือ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อลักษณะความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์

K PLUS หมายถึง แอปพลิเคชัน Mobile Banking ของธนาคารกสิกรไทย เพื่อใช้ทำธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ นอกจากนี้ยังมีบริการแนะนำผลิตภัณฑ์ต่างๆของธนาคารกสิกรไทยและพันธมิตรของธนาคารกสิกรไทย เช่น โปร โมชั่นบัตรเครดิต, บัตรสมาชิกต่างๆ และบริการใหม่ประจำปี 2562 คือ ME Mode และ K+TODAY เพื่อให้การใช้ชีวิตประจำวันมีความสะดวกสบายและง่ายมากขึ้น

แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส หมายถึง แอปพลิเคชันทางการเงินจากธนาคารกสิกรไทยเพื่อใช้สำหรับการทำธุรกรรมทางการเงินของธนาคารที่เปิดให้บริการผ่านทางช่องทางสมาร์ตโฟน โดยจะต้องมีฟังก์ชันรองรับในการใช้งาน ซึ่งผู้ใช้งานจะต้องดำเนินการโหลดแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสติดตั้งลงบนมือถือรูปแบบการให้บริการในช่องทางแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองพฤติกรรมและการใช้ชีวิตของผู้ใช้งานในปัจจุบันที่ทำให้ผู้ใช้งานสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น

พฤติกรรม หมายถึง พฤติกรรมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสได้แก่ความถี่ในการใช้งานระยะเวลาในการใช้งานอุปกรณ์การสื่อสารที่ใช้ในรูปแบบการใช้งานและลักษณะการใช้งาน

ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความชอบไม่ชอบต่อการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสในประเด็นต่างๆ อันประกอบด้วย ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ความพึงพอใจด้านราคา (Price) ความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย (Place) ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ครอบคลุมตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS และลักษณะความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS

ขอบเขตด้านประชากร

ครอบคลุมประชากรที่ใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านพื้นที่

ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในเขตกรุงเทพมหานคร

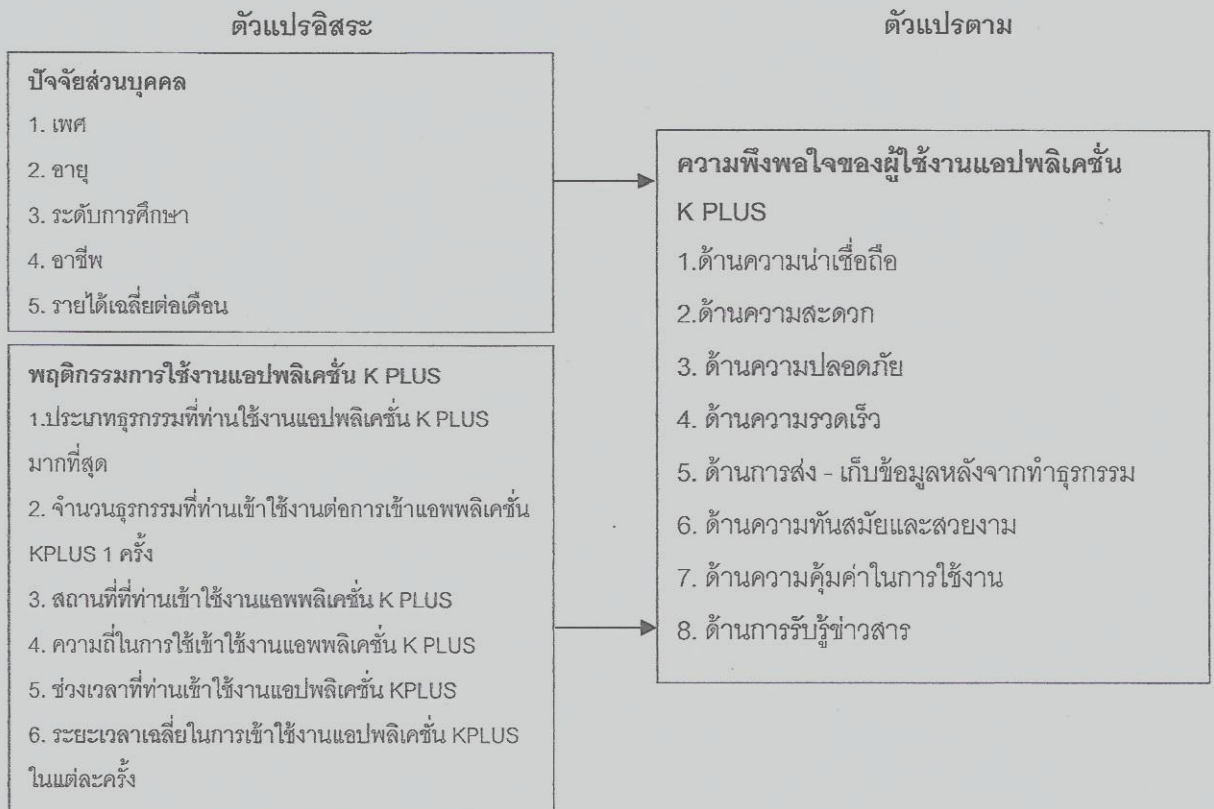
ขอบเขตด้านระยะเวลา

ครอบคลุมการจัดเก็บข้อมูลวิจัยภายในเดือน กรกฎาคม-ตุลาคม 2562

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันส่งผลต่อลักษณะความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ใช้งานที่แตกต่างกันส่งผลต่อลักษณะความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. แสดงข้อมูลเพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ในลักษณะทางประชากร พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน K PLUS
2. แสดงข้อมูลค่านิยม สิ่งเร้าหรือสิ่งจูงใจ และปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชัน K PLUS ในด้านภาพรวมของแอปพลิเคชัน ลักษณะการให้บริการ และรูปแบบการใช้งาน ให้สอดคล้องกับลักษณะประชากรและพฤติกรรมการใช้งานในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน K PLUS
3. เพื่อนำผลการศึกษามาเป็นองค์ความรู้และแนวทางให้แก่ผู้ที่สนใจต้องการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

ทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

อรรถพร คำคม (2546) ความพึงพอใจคือ ระดับความพึงพอใจของบุคคลต่อกิจกรรมต่างๆซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของกิจกรรมนั้น โดยความพึงพอใจนั้นเกิดจากพื้นฐานของเรื่องนั้นที่ควรรับรู้ ค่านิยม และประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลจะได้รับ สามารถแบ่งเป็นระดับของความพึงพอใจได้โดย เมื่อกิจกรรมที่เกิดขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้นได้

วฤทธิ สารฤทธิคาม (2548) ความพึงพอใจเป็นปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งจูงใจที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน แบ่งออกโดยใช้ทิศทางของผลการประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบ หรือ ไม่มีปฏิกิริยา

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2559) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ ทำให้ช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถตัดสินใจได้เร็วขึ้นในการเลือกใช้บริการ และทำให้เกิดการให้บริการซ้ำจนเกิดยอดขายและรักษาระดับความพึงพอใจส่งผลกระทบต่อบริษัท การเกิดความพึงพอใจในใจของผู้บริการจะเกิดการบอกต่อไปให้บุคคลที่อยู่รอบตัวของผู้ใช้บริการ

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้ศึกษาความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคของ Engel, Blackwell and Miniard (1990) และ Schiffman and Kannuk (2000) และให้ข้อคิดเห็นว่าการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาวิธีการที่แต่ละบุคคลทำการตัดสินใจที่จะใช้ทรัพยากร(เงิน เวลา บุคคล และอื่นๆ) เกี่ยวกับการบริโภคสินค้า ซึ่งนักการตลาด

ต้องศึกษาว่าสินค้าที่เขาขายจะทำการเสนอขายนั้นใครคือลูกค้า (Who?) ผู้บริโภค ซื่ออะไร (What?) ทำไมจึงซื่อ (Why?) ซื่ออย่างไร (How?) ซื่อเมื่อไร (When?) ซื่อที่ไหน (Where?) ซื่อและใช้บ่อยครั้งเพียงใด (How often?) รวมทั้งศึกษาว่าใครมีอิทธิพลต่อการซื่อ (Who?)

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

คีรีวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538) คุณภาพการให้บริการ เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ การให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับ คุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีตจากการพูดปากต่อปากและ จากโฆษณาลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล (2553) การบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Service Quality) คือ การส่งมอบบริการตามความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้ลูกค้าเป้าหมายที่ได้รับบริการไปแล้วเกิดความพึงพอใจ และธุรกิจอยู่รอด โดยผู้ให้บริการต้องนำเสนอโดยการให้ความสมดุล ระหว่างความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน โดยทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามมีโครงสร้างที่สร้างขึ้นจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้ออกแบบสอบถามให้สอดคล้องกับการวิจัยสำหรับแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ประเภทธุรกรรมจำนวนธุรกรรมสถานที่ที่ใช้งาน ความถี่ในการใช้เข้าใช้งาน ช่วงเวลาที่เข้าใช้งาน และระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้งาน

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครประกอบด้วย 8 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือด้านความสะดวกด้านความปลอดภัยด้านความรวดเร็วด้านการส่ง - เก็บข้อมูลหลังจากทำธุรกรรม ด้านความทันสมัยและสวยงามด้านความคุ้มค่าในการใช้งานและด้านการรับรู้ข่าวสาร

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ และร้อยละ

1.2 พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ประเภทธุรกรรมจำนวนธุรกรรมสถานที่ที่ใช้งาน ความถี่ในการเข้าใช้งาน ช่วงเวลาที่เข้าใช้งานและระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้งานโดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่และร้อยละ

1.3 ความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือด้านความสะดวกด้านความปลอดภัยด้านความรวดเร็วด้านการส่ง - เก็บข้อมูลหลังจากทำธุรกรรม ด้านความทันสมัยและสวยงามด้านความคุ้มค่าในการใช้งานและด้านการรับรู้ข่าวสาร โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อลักษณะความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติแบบ Chi - Square

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ใช้งานที่แตกต่างกันส่งผลต่อลักษณะความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และหาความต่างรายคู่โดยใช้วิธี Scheffe (Scheffe's Method)

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 56.30 มีอายุในช่วง 31 - 40 ปีคิดเป็นร้อยละ 29.80 มีระดับศึกษาในปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 54.30 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 33.00 มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน 40,001 - 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.00

2. พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ใช้บริการประเภทธุรกรรมที่ท่านใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ประเภทเติมเงินค่าโทรศัพท์คิดเป็นร้อยละ 27.30 ใช้บริการในการทำธุรกรรม2 ธุรกรรมต่อการเข้าแอปพลิเคชัน K PLUS 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 42.80 ใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ในที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 46.00 ความถี่ในการใช้เข้าใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS 5-6 ครั้ง / สัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 61.00 ใช้บริการในช่วงเวลาที่ท่านเข้าใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS 12:00 น. – 17:59 น. คิดเป็นร้อยละ 47.80 และใช้ระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ในแต่ละครั้ง 1 – 5 นาที คิดเป็นร้อยละ 75.80

3. ความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$ S.D. = 0.33) โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย คือ ด้านความสะดวก ($\bar{X} = 3.78$ S.D. = 0.50) รองลงมาคือ ด้านความรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.72$ S.D. = 0.51) ด้านการรับรู้ข่าวสาร ($\bar{X} = 3.71$ S.D. = 0.48) ด้านความคุ้มค่าในการใช้งาน ($\bar{X} = 3.69$ S.D. = 0.39) ด้านการส่ง-เก็บข้อมูลหลังจากทำธุรกรรม ($\bar{X} = 3.69$ S.D. = 0.45) ด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.60$ S.D. = 0.50) ด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.56$ S.D. = 0.52) และด้านความทันสมัยและสวยงาม ($\bar{X} = 3.51$ S.D. = 0.53)

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อลักษณะความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 ปัจจัยด้านพฤติกรรม ประกอบด้วย ประเภทธุรกรรมที่เข้าใช้งานจำนวนธุรกรรมที่เข้าใช้งานสถานที่เข้าใช้งานความถี่ในการเข้าใช้งานช่วงเวลาเข้าใช้งาน และระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้งานต่างกัน ส่งผลต่อลักษณะความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน พบว่า ประเภทธุรกรรมที่เข้าใช้งานจำนวนธุรกรรมที่เข้าใช้งานสถานที่เข้าใช้งานช่วงเวลาเข้าใช้งาน และระยะเวลาเฉลี่ยในการที่เข้าใช้งาน ไม่ส่งผลต่อลักษณะความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนความถี่ในการเข้าใช้งานส่งผลต่อลักษณะความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผล

1. จากผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่งผลต่อลักษณะความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมทุกด้านและรายด้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรณพร หวลมานพ (2558) การศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเค โบบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพรพรรณ ช้างงานิยม (2553) ทำการวิจัยศึกษาเรื่อง ลักษณะบุคคล ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน โทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของลูกค้าธนาคารในกรุงเทพมหานคร พบว่าพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน โทรศัพท์มือถือ ด้านธนาคารผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์กับ อาชีพ และความพึงพอใจในส่วนของระบบด้านรูปแบบทางกายภาพ 2) พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน โทรศัพท์มือถือ ด้านระบบ โทรศัพท์ที่มีความสัมพันธ์กับ อาชีพ รายได้และความพึงพอใจในส่วนของระบบด้านรูปแบบทางกายภาพ 3) พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน โทรศัพท์มือถือด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการศึกษา และรายได้ 4) พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน โทรศัพท์มือถือ ด้านความถี่ในการเข้ายอดเงินมีความสัมพันธ์กับ อายุการศึกษา อาชีพ ความพึงพอใจในส่วนของบริการด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ความพึงพอใจในส่วนของระบบด้านรูปแบบทางกายภาพ และด้านความปลอดภัย 5) พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน โทรศัพท์มือถือ ด้านความถี่ในการโอนเงินมีความสัมพันธ์กับ อาชีพ รายได้ความพึงพอใจในส่วนของบริการด้านต้นทุน ความพึงพอใจในส่วนของระบบด้านรูปแบบทางกายภาพ และด้านความปลอดภัย 6) พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน โทรศัพท์มือถือ ด้านความถี่ในการชำระสินค้าและบริการมีความสัมพันธ์กับอายุ อาชีพ รายได้ความพึงพอใจในส่วนของบริการด้านต้นทุนด้านความสะดวกสบาย ความพึงพอใจในส่วนของระบบด้านรูปแบบทางกายภาพ และด้านความปลอดภัย 7) พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน โทรศัพท์มือถือด้านความถี่ในการชำระค่าบัตรเครดิตมีความสัมพันธ์กับ อายุการศึกษารายได้ความพึงพอใจในส่วนของบริการด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ความสะดวกสบาย ความพึงพอใจในส่วนของระบบด้านรูปแบบทางกายภาพ และด้านความปลอดภัย 8) พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน โทรศัพท์มือถือ ด้านความถี่ในการจ่ายค่าสาธารณูปโภคมีความสัมพันธ์กับรายได้ 9) พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน โทรศัพท์มือถือ ด้านความถี่ในการเติมเงิน โทรศัพท์มือถือมีความสัมพันธ์กับ อายุการศึกษา รายได้ความพึงพอใจในส่วนของบริการด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ต้นทุน การติดต่อสื่อสาร ความพึงพอใจในส่วนของระบบด้านรูปแบบทางกายภาพและด้านความปลอดภัย

2. จากผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ 2 พบว่าปัจจัยด้านพฤติกรรม ประกอบด้วย ประเภทธุรกรรมที่เข้าใช้งาน จำนวนธุรกรรมที่เข้าใช้งาน สถานที่เข้าใช้งานความถี่ในการเข้าใช้งานช่วงเวลาเข้าใช้งาน และระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้งานต่างกันส่งผลต่อลักษณะความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครประเภทธุรกรรมที่เข้าใช้งาน, จำนวนธุรกรรมที่เข้าใช้งาน, สถานที่เข้าใช้งาน, ช่วงเวลาที่เข้าใช้งาน, ระยะเวลาเฉลี่ยในการที่เข้าใช้งาน ไม่ส่งผลต่อลักษณะความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของมณฑล นิมิตภักดีกุล (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจยกเลิกบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบน โทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการส่วนมากเป็นวัยทำงานที่ต้องมีการทำธุรกรรมทางการเงินบ่อย และต้องทำอะไรด้วยตนเอง ส่วนลูกค้ากลุ่มที่มีรายได้สูงอาจจะยังไม่นิยมใช้เนื่องจากบริการที่มีในโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือเพราะตัวลูกค้าเองที่ต้องการให้พนักงานบริการให้เพื่อความสะดวกของตัวเอง รวมทั้งยังมีความกังวลด้านความปลอดภัยจึงทำให้มีแนวโน้มที่ยกเลิกการใช้บริการและไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรธรรม ใจโต (2555) ทำการวิจัยศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของธนาคารออมสิน ในจังหวัดลำปาง พบว่า คุณภาพการใช้บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจ มีความสัมพันธ์ต่อระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการ Internet Banking ของธนาคารออมสิน และงานวิจัยของ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1. ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 40,001-60,000 บาท เพื่อกระตุ้นให้ กลุ่มผู้ใช้งานดังกล่าวเกิดความถี่ในการใช้งานเพิ่มมากขึ้นและนำไปสู่ความพึงพอใจต่อการใช้ออปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครในระดับที่สูงยิ่งขึ้นและนอกจากนั้นควรจะขยายการทำการตลาดของของแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทย ไปสู่กลุ่มผู้ใช้งานที่มีอาชีพค้าขายสินค้าออนไลน์ ประกอบธุรกิจส่วนตัวและกลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่ำ-ปานกลางซึ่งเป็นกลุ่มผู้ใช้งานที่มีความถี่และความพึงพอใจต่อการใช้ออปพลิเคชันอยู่ในระดับสูงซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มที่เป็นฐานลูกค้าที่แท้จริงของแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยดังนั้นจึงควรพัฒนาลักษณะการให้บริการรวมถึงการสื่อสารทางการตลาดที่มีความเฉพาะเจาะจงไปสู่อุปกรณ์ดังกล่าวโดยเฉพาะ

นอกจากนั้นยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยมีลักษณะการใช้งานเพื่อใช้ทำธุรกรรมทางการเงินพื้นฐานในการ โอนเงิน ไปบัญชีธนาคารกสิกรไทยและต่างธนาคารซึ่งเป็นบริการที่ได้รับความนิยมสูงสุดด้วยวิธีการที่ง่ายไม่จำเป็นต้องจำเลขบัญชีของผู้ที่การจะ โอนเงินแต่สามารถโอนเงินไปบัญชีธนาคารกสิกรไทยและต่างธนาคารได้สะดวกมากยิ่งขึ้นเพียงมีเบอร์โทรศัพท์มือถือหรือรหัส QR-code ของบัญชีปลายทางที่ต้องการจะ โอนเงินซึ่งถือว่าเป็นจุดแข็งที่ทำให้บริการในลักษณะดังกล่าวเป็นที่นิยมนั้นธนาคารกสิกรไทยจึงควรพัฒนาวิธีการโอนเงินในลักษณะดังกล่าวให้มีความหลายหลายมากยิ่งขึ้นและนอกจากนั้นควรจะมีการส่งเสริมการตลาดในการให้บริการฟรีค่าธรรมเนียมการ โอนเงินไปต่างธนาคารผ่านแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทย เพื่อกระตุ้นและชักจูงใจให้ผู้ใช้ออปพลิเคชันเค โมบายแบงก์กิ้งพลัสใช้งานมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทาวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความพึงพอใจหลังการใช้บริการแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยเพื่อทราบจุดแข็งและจุดอ่อนของแอปพลิเคชันเค โมบายเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงระบบและพัฒนาระบบการทำงานของแอปพลิเคชัน K PLUS ธนาคารกสิกรไทยให้ทันสมัยและสร้างความพึงพอใจสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้นตรงกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าธนาคาร

2. ควรศึกษาทัศนคติที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชันออนไลน์ในการทำธุรกรรมการเงินของทุกๆ ธนาคาร เพื่อที่จะทราบความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าพึงพอใจในการใช้บริการสูงสุด

3. ควรมีการศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานธนาคารกสิกรไทย และให้ความกัับพนักงานเกี่ยวกับความรู้ด้านเทคโนโลยี ด้านดิจิทัล เพื่อให้พนักงานจะสามารถให้ความรู้แก่ผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้องและมีคุณภาพ

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีด้วยความดูแล และความกรุณาจาก อาจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ อ้นตระกูล อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาเฉพาะบุคคล ซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทางการศึกษา ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ มาโดยตลอด จนกระทั่งการค้นคว้าอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

กราบขอบพระคุณคณาจารย์ท่านอื่นๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ และสามารถนำวิชาการต่างๆ มาประยุกต์ใช้ ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ซึ่งได้สละเวลาอันมีค่าให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม นับเป็นสิ่งสำคัญในการกระทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ประสบความสำเร็จ

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณพระบิดา มารดา ครอบครัว เพื่อนๆ คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการวิจัยครั้งนี้ ที่ให้การดูแลเป็นอย่างดี ให้คำปรึกษาในเรื่องต่างๆ ช่วยอำนวยความสะดวกตลอดจนคอยสนับสนุนในด้านการศึกษา รวมไปถึงทุกๆ เรื่องด้วยดีมาตลอด ทำให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จในวันนี้

เอกสารอ้างอิง

- พรพรรณ ช้างงานเนียม. (2553). ลักษณะบุคคล ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของลูกค้าธนาคารในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มงคล นิมิตภักดีกุล. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจยกเลิกบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรรณพร หวลมานพ. (2558). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เว็บไซต์ siamphone. (2558). สถิติยอดขายสมาร์ทโฟนในประเทศไทย. โดยข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2559. จาก www.siamphone.com.
- อรวรรณ ใจโต. (2555). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของธนาคารออมสิน ในจังหวัดลำปาง (รายงานผลการวิจัย). ลำปาง: มหาวิทยาลัยเนชั่น.