

การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของ  
ธนาคารกสิกรไทยและธนาคารไทยพาณิชย์

The Comparison of Consumer's Satisfaction for Application Mobile  
Banking of Kasikorn Bank and Siam Commercial Bank



การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของ  
ธนาคารกสิกรไทยและธนาคารไทยพาณิชย์

The Comparison of Consumer 's Satisfaction for Appication Mobile Banking of  
Kasikorn Bank and Siam Commercial Bank



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2558



©2559

ปัทมา วัฒนทรัพย์

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เรื่อง การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารกสิกรไทย  
และธนาคารไทยพาณิชย์

ผู้วิจัย ปภัสรา ถนอมทรัพย์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรภร สังข์ปรีชา)

ผู้เชี่ยวชาญ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรถคุณดม)



(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

25 กุมภาพันธ์ 2559

ปภัสรา ถนอมทรัพย์. ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์, กุมภาพันธ์ 2559, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารกสิกรไทยและธนาคารไทยพาณิชย์ (58 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรภร สังขปรีชา

### บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงคุณภาพเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยของผู้ใช้งานในการเลือกใช้ออปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ แอปพลิเคชัน SCB Easy และศึกษาการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้งานทั้งสองแอปพลิเคชัน ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันของทั้ง 2 ธนาคาร จำนวน 12 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้งานเลือกใช้ออปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus รู้จักและติดตั้งแอปพลิเคชันโดยพนักงานสาขาของธนาคาร เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้ คือความสะดวก มีระยะเวลาการใช้งานแอปพลิเคชันเฉลี่ยไม่เกิน 5 ปี และระยะเวลาเฉลี่ยการเข้าใช้งานแอปพลิเคชันประมาณ 10 ครั้งต่อเดือน ส่วนผู้ใช้งานเลือกใช้ออปพลิเคชัน SCB Easy โดยรู้จักจากเว็บไซต์ของธนาคารและทำการติดตั้งแอปพลิเคชันด้วยตนเอง เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้ คือ ความสะดวก มีระยะเวลาการใช้งานแอปพลิเคชันเฉลี่ยไม่เกิน 5 ปี มีความพึงพอใจจากการใช้ออปพลิเคชัน คือ ความปลอดภัย และมีระยะเวลาเฉลี่ยการเข้าใช้งานแอปพลิเคชันประมาณ 5 ครั้งต่อเดือน ด้านการเปรียบเทียบความพึงพอใจนั้นพบว่า ผู้ใช้งานพบว่าแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus มีจุดเด่นคือ ใช้งานสะดวก แต่มีจุดด้อย คือ ความปลอดภัย ส่วนแอปพลิเคชัน SCB Easy มีจุดเด่นคือ ปลอดภัย แต่มีจุดด้อย คือ รูปแบบแอปพลิเคชันใช้งานยาก ซับซ้อน ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ใช้งานชื่นชอบแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus มากกว่า เพราะใช้ง่าย สะดวก และมีรูปแบบสวยงาม

คำสำคัญ: การเปรียบเทียบ, ความพึงพอใจ, แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์

Thanomsup, P. M.Com.Arts (Strategic Communications), February 2016,  
Graduate School, Bangkok University.

The Comparison of Consumer's Satisfaction for Application Mobile Banking of  
Kasikorn Bank and Siam Commercial Bank (58 pp.)

Advisor: Asst.Prof.Pataraporn Sangkapreecha, Ph.D.

### ABSTRACT

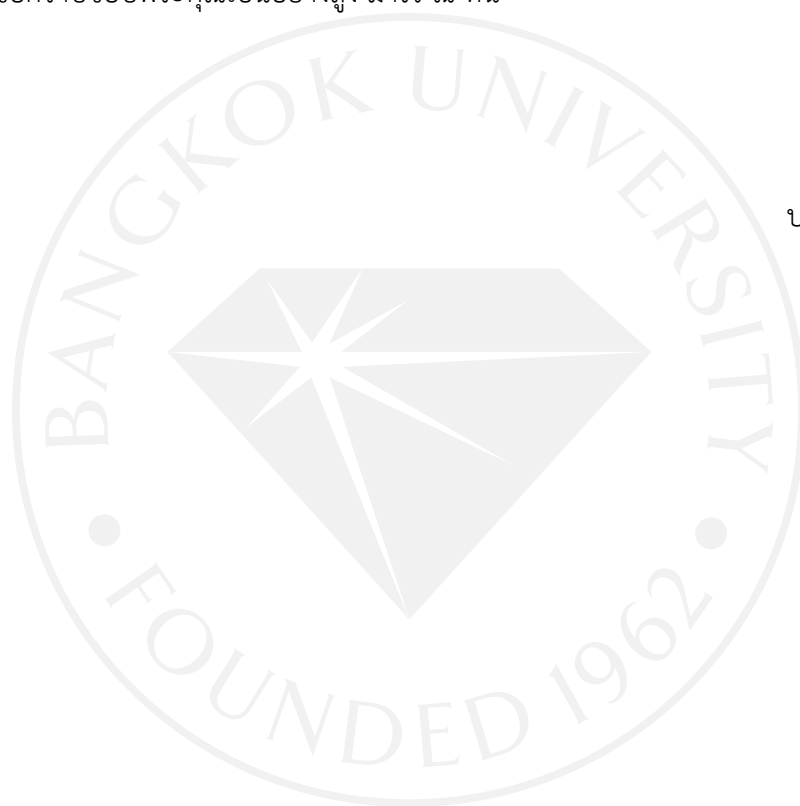
This study was qualitative research. The objectives of the research were to study factors affecting users' decision in choosing "K-Mobile Banking Plus" and "SCB Easy" and to compare the users' satisfaction towards such applications. The data was collected from In-Depth Interview with 12 application users (who use the applications of 2 banks) and data was analyzed in descriptive statistics. The results of study found that user knew the "K-Mobile Banking Plus" from bank officers. The reason to use the application is convenience. The average usage time is less than 5 years, and the frequency of application use is 10 times per month. Users know "SCB Easy" from Bank's website and installed the application by themselves. The reason to use the application is convenience. The average usage time is less than 5 years. Their satisfaction from the application is security, and the frequency of application use is 5 times per month. In terms of users' satisfaction, the features of the "K-Mobile Banking Plus" are easy to use, but the negative feature is security. The feature of "SCB Easy" is security, but the negative features are not easy to use, complicated. Mostly, users like the "K-Mobile Banking Plus" because it is easy to use, convenient, and beautiful appearances.

*Keywords: Comparison, Satisfaction, Mobile Banking Application, Kasikorn Bank, Siam Commercial Bank*

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรภร สังขปรีชา อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ซึ่งได้ให้ความรู้ และชี้แนะแนวทางการศึกษาตรวจสอบข้อบกพร่อง ตลอดจนให้คำปรึกษา ขอขอบคุณผู้ใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงกิ้ง (Mobile Banking) ของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ ทั้ง 12 คน ที่อนุเคราะห์ให้สัมภาษณ์ทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี รวมถึงครอบครัวที่ให้การสนับสนุนในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ ที่นี้

ปภัศรา ถนอมทรัพย์



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 กรอบแนวคิด	4
1.4 ขอบเขตการวิจัย	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.6 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	7
2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application)	10
2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับโมบายแบงกิ้ง (Mobile Banking)	11
2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของโมบายแบงกิ้ง	12
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	17
3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	17
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	18
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	19
3.5 การตรวจสอบความถูกต้อง	19
3.6 ข้อพิจารณาด้านจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์	20
3.7 การนำเสนอข้อมูล	20
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย	22
4.1.1 การรับรู้เกี่ยวกับแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus	22



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) ผลการวิจัย	
4.1.2 ปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้งานเลือกใช้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus	24
4.1.3 พฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus	25
4.1.4 ความพึงพอใจของผู้ใช้งานในการใช้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus	26
4.2 แอปพลิเคชัน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์	27
4.2.1 การรับรู้เกี่ยวกับแอปพลิเคชัน SCB Easy	27
4.2.2 ปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้งานเลือกใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy	28
4.2.3 พฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน SCB Easy	29
4.2.4 ความพึงพอใจของผู้ใช้งานในการใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy	30
4.3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย และ แอปพลิเคชัน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์	31
4.3.1 ความแตกต่างของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy	31
4.3.2 จุดเด่นหรือข้อดีของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ แอปพลิเคชัน SCB Easy	32
4.3.3 จุดด้อยหรือข้อเสียของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ แอปพลิเคชัน SCB Easy	33
4.3.4 การเปรียบเทียบความชื่นชอบในการใช้บริการแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus และ แอปพลิเคชัน SCB Easy	34
4.3.5 ข้อปรับปรุงหลังการใช้งานแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy	35
4.3.6 ความต้องการเพิ่มเติมด้านการบริการ และการใช้งานแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy	36
4.3.7 ข้อเสนอแนะ และบริการเพิ่มเติมของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy	37

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 5 สรุปผล และอภิปรายผลการวิจัย	
5.1 สรุปผลการวิจัย	38
5.1.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้งานเลือกใช้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus	38
5.1.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้งานเลือกใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์	39
5.1.3 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย และ แอปพลิเคชัน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์	41
5.2 อภิปรายผล	42
5.2.1 ปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้งานเลือกใช้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย	42
5.2.2 ปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้งานเลือกใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์	44
5.2.3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน ของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์	45
5.3 ข้อเสนอแนะงานวิจัย	47
5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำมาใช้ประโยชน์	47
5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	48
บรรณานุกรม	49
ภาคผนวก ก แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus	52
ภาคผนวก ข แอปพลิเคชัน SCB Easy	56
ประวัติผู้เขียน	58
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: สถิติเปรียบเทียบร้อยละของผู้ใช้งาน Mobile Banking ของแต่ละธนาคาร	2
ภาพที่ 1.2: กรอบแนวคิดการวิจัย	4
ภาพที่ 2.1: องค์ประกอบของคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ (Customer Delivered Value)	9
ภาพที่ 3.1: จุดเด่นของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus	55



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ในอดีตถ้าพูดถึงการทำธุรกรรมทางการเงินคนส่วนใหญ่ทั่วไปคงนึกถึงการเดินทางไปสาขาของธนาคาร ไม่ว่าจะเป็นการฝาก ถอน โอน หรือ จ่ายเงิน แต่พอเข้าสู่ยุคถัดมาในช่วงปี พ.ศ. 2526 การทำธุรกรรมทางการเงินสามารถทำผ่านตู้เอทีเอ็ม (ATM) (พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติไทย, 2553) ซึ่งหมายถึงบริการ การถอนเงินสด การโอนเงินระหว่างธนาคาร และการชำระใบเสร็จต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีศูนย์บริการเคาน์เตอร์เซอร์วิสต่าง ๆ ที่สามารถรับชำระค่าบริการ ทั้งค่าสาธารณูปโภค หรือการชำระ ค่าผ่อนรถ ค่าผ่อนบ้าน และค่าบริการบัตรเครดิตต่าง ๆ ที่เพิ่มความสะดวกมากขึ้นในการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ โดยที่ไม่ต้องทำรายการผ่านทางสาขาของธนาคารอีกต่อไป

ด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนไปเทคโนโลยีต่าง ๆ ก้าวล้ำทันสมัยมากขึ้น รวมถึงเทคโนโลยีทางด้านเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ โดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือ ที่สามารถทำผ่านโปรแกรมที่ถูกพัฒนาขึ้น สำหรับการใช้งานบนโทรศัพท์มือถือ หรือที่เรียกกันทั่วไปว่าแอปพลิเคชัน (Application) ไม่จะเป็นการดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกมส์ หรือ บริการแชทคุยกันผ่านมือถือ จึงทำให้ปฏิเสธไม่ได้ว่าโทรศัพท์มือถือเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของคนในปัจจุบัน ซึ่งเพราะเหตุนี้เองในช่วงปี พ.ศ. 2543 ธนาคารต่าง ๆ ได้เห็นช่องทางในการเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า โดยการนำเทคโนโลยีบริการ การทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือภายใต้ระบบของการส่งข้อความสั้น (SMS) แต่เปิดให้บริการเฉพาะสอบถามยอดเงิน และการโอนเงินระหว่างบัญชีของผู้ใช้งานเท่านั้น เทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องขึ้น จึงทำให้เกิดแนวคิดในการทำแอปพลิเคชันของธนาคารที่สามารถใช้งานผ่านสมาร์ทโฟนหรือที่เรียกว่าโมบายแบงกิ้ง (Mobile Banking) (“Mobile Banking”, 2556)

ในยุคเริ่มแรกของโมบายแบงกิ้ง (Mobile Banking) เป็นยุคของการใช้การส่งข้อความสั้น (SMS) ยังไม่มีระบบความปลอดภัยที่ดีพอ เนื่องจากการส่งข้อความสั้น (SMS) ยังคงเป็นการส่งตัวอักษรที่ไม่ได้มีการเข้ารหัสรักษาความปลอดภัย ซึ่งทำให้เวลาที่มีการส่งข้อมูลไปยังเซิร์ฟเวอร์ (Server) นั้น ข้อมูลต่าง ๆ ที่ส่งไปอาจถูกมองเห็นได้ไม่ยาก เพื่อความสบายใจของลูกค้าทางธนาคารจึงเปิดให้ใช้งานในส่วนของการตรวจสอบยอดเงิน การเติมเงิน และ การจ่ายใบเสร็จต่าง ๆ เท่านั้น เพราะทางธนาคารพิจารณาแล้วว่าบริการเหล่านี้มีความเสี่ยงไม่สูงมากนัก

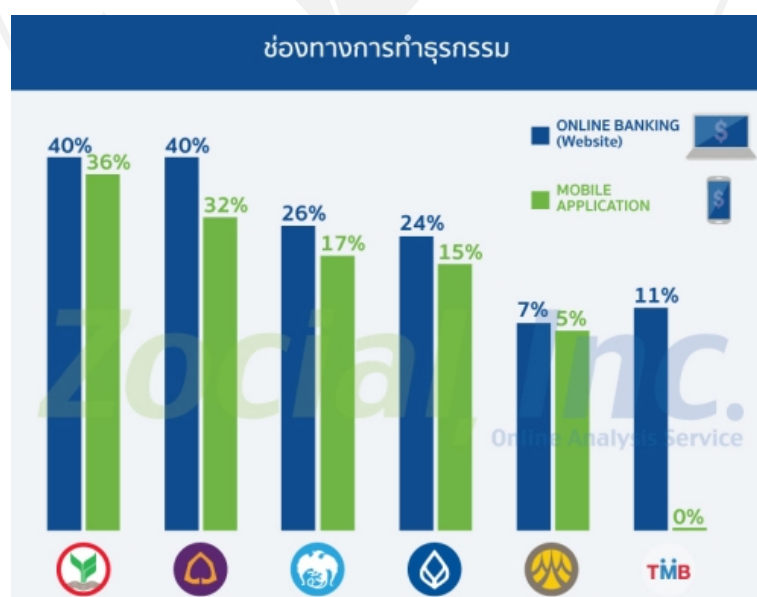
อย่างไรก็ดีบริการการส่งข้อความสั้น (SMS) นี้กลับไม่เป็นที่แพร่หลายและได้รับความนิยมมากนัก ทางธนาคารจึงมีการต่อยอดและพัฒนาการบริการ จนเข้าสู่ยุคของการใช้งานโทรศัพท์ซิมทูลคิท (SIM Toolkit) ซึ่งเป็นยุคถัดมาของโมบายแบงกิ้ง (Mobile Banking) การใช้งานนี้มีความทันสมัยมากขึ้นโดยเป็นการร่วมมือกันระหว่างค่ายโทรศัพท์มือถือกับธนาคาร โดยมีการนำบริการ

ต่าง ๆ บรรจุลงในซิมการ์ด (SIMCARD) ของเครือข่ายโทรศัพท์ซึ่งมีความปลอดภัยค่อนข้างสูง บริการนี้เรียกกันว่าเอทีเอ็มซิม (ATM SIM) โดยในช่วงนี้เองเริ่มมีจำนวนผู้ใช้งาน Internet Banking On Mobile เพิ่มมากขึ้น แต่โทรศัพท์มือถือที่ใช้งานกันอยู่ในยุคนั้นความเร็วอินเทอร์เน็ตก็ยังไม่ดีคุณภาพมากนัก จึงทำให้การใช้งาน Internet Banking มีข้อจำกัดมาก (“ความปลอดภัยในการใช้ Mobile Banking”, ม.ป.ป.)

การพัฒนาไปสู่ยุคของโทรศัพท์มือถือที่ใช้งานผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของ 3G หรือที่รู้จักกันอีกชื่อหนึ่งว่าสมาร์ตโฟนนั้นได้เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาเทคโนโลยีของโทรศัพท์มือถือที่มีประโยชน์อย่างมากทั้งในเรื่องของช่องสัญญาณ การรับ-ส่งข้อมูลที่รวดเร็ว ซึ่งส่งผลทำให้การใช้งานโมบายแบงกิ้ง (Mobile Banking) มีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองการใช้งานของผู้ใช้ได้มากยิ่งขึ้น จนทำให้สถิติจำนวนผู้ใช้บริการ Mobile Banking มีทั้งหมด 8,434,873 คน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2558)

จากการค้นคว้าข้อมูลจาก Zocial Inc. ซึ่งเป็นสถาบันผู้เชี่ยวชาญด้านข้อมูลบนโลกออนไลน์พบว่า ช่องทางการทำธุรกรรมทางออนไลน์หรือแอปพลิเคชันโมบายแบงกิ้งในประเทศไทยที่มีผู้ใช้งานมากที่สุด 2 อันดับแรก คือ ธนาคารกสิกรไทยคิดเป็นร้อยละ 36 และ ธนาคารไทยพาณิชย์คิดเป็นร้อยละ 32 (ดังภาพที่ 1.1)

ภาพที่ 1.1: สถิติเปรียบเทียบร้อยละของผู้ใช้งาน Mobile Banking ของแต่ละธนาคาร



ที่มา: Zocial Inc. (2557). สถิติธนาคารไทยที่ได้รับ Engagement บนโลกออนไลน์ Social Media มากที่สุด. สืบค้นจาก [www.it24hrs.com/2014/banking-social-media-engagement](http://www.it24hrs.com/2014/banking-social-media-engagement).

แอปพลิเคชัน (Application) K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย ได้ถูกพัฒนาขึ้นในปี พ.ศ. 2552 เป็นการให้บริการทางการเงินที่มีการใช้งานได้ตามที่ต้องการ โดยทางธนาคารกสิกรไทยได้ทำการวิจัยและออกแบบพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีรูปแบบการใช้งานที่ดูทันสมัยใช้งานง่าย มีบริการการทำธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ ที่สามารถทำธุรกรรมทั้งตรวจสอบยอด โอนเงิน เติมเงิน และจ่ายบิลได้ง่าย ปลอดภัย ด้วยเทคโนโลยีความปลอดภัยมาตรฐานระดับโลก นอกจากนี้ยังมีรูปแบบการบริการแบบ One Stop Service เป็นการบริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ ซึ่งเป็นการนำบริการที่เกี่ยวข้องกันทั้งหมดมาไว้ในจุดบริการเดียวกัน เพื่อเพิ่มความสะดวกในการใช้บริการให้กับลูกค้า แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus มีจุดเด่นที่สามารถตกแต่งแอปพลิเคชันได้ด้วยตนเอง โอนเงินได้สะดวกโดยไม่ต้องจำเลขที่บัญชีด้วยการโอนเงินผ่านเบอร์โทรศัพท์ หรือ QR Code มี E-Slip เพื่อเป็นหลักฐานในการทำธุรกรรม และมีบริการจ่ายบิลได้ทันทีเพียงแคสแกนบาร์โค้ด (ธนาคารกสิกรไทย, 2556)

แอปพลิเคชัน (Application) SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารไทยพาณิชย์ได้เปิดบริการการทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2551 มีจุดเด่นในการให้บริการ คือ ไม่ต้องเปลี่ยนเบอร์ ไม่ต้องเปลี่ยนซิมการ์ด ใช้งานได้กับทุกเครือข่าย เพียงแต่โทรศัพท์มือถือต้องสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ เป็นรูปแบบบริการธนาคารออนไลน์สำหรับลูกค้าที่ใช้งานบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ต ที่สะดวกและง่ายกับการตรวจสอบยอดเงิน การเชื่อมโยงทุกบัญชีของลูกค้ากับธนาคารไทยพาณิชย์ไว้ในที่เดียว การโอนเงินหลากหลายประเภทตลอด 24 ชั่วโมง การจ่ายบิลเกือบทุกประเภท การเติมเงินมือถือหรือทางด่วน การบริหารจัดการด้านกองทุน การบริการด้านบัตรเครดิต การแจ้งยอดเตือนเมื่อเงินเข้า-ออกผ่านแอปพลิเคชัน การค้นหาสาขาหรือตู้ ATM ของธนาคารไทยพาณิชย์ (ธนาคารไทยพาณิชย์, 2555)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าแอปพลิเคชัน (Application) ของทั้ง 2 ธนาคารมีความแตกต่างกัน โดยข้อเปรียบเทียบจุดเด่นแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย และ SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์ เช่น K-Mobile Banking Plus สามารถตกแต่งแอปพลิเคชันให้สวยงามได้ดังใจ, จ่ายบิลทันทีด้วยการสแกนบาร์โค้ด และ SCB Easy มีความสามารถในการทำธุรกรรมเหมือนใช้งานผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์, มีความปลอดภัยสูงเทียบเท่ากับ SCB Easy Net

ซึ่งจากข้อมูลของจำนวนผู้ใช้บริการโมบายแบงกิ้ง ที่เลือกใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงกิ้ง (Mobile Banking) ของธนาคารกสิกรไทย และ ธนาคารไทยพาณิชย์ เป็น 2 อันดับแรก มีความต้องการและความพึงพอใจที่ต่างกัน ผู้วิจัยจึงต้องการทำการศึกษาถึงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของแอปพลิเคชันโมบายแบงกิ้งของทั้ง 2 ธนาคาร อันจะเป็นประโยชน์ในการเลือกใช้ได้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน และเพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ผลิตนำผลการวิจัยมาปรับปรุงและพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพที่ดีที่สุดต่อธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้า

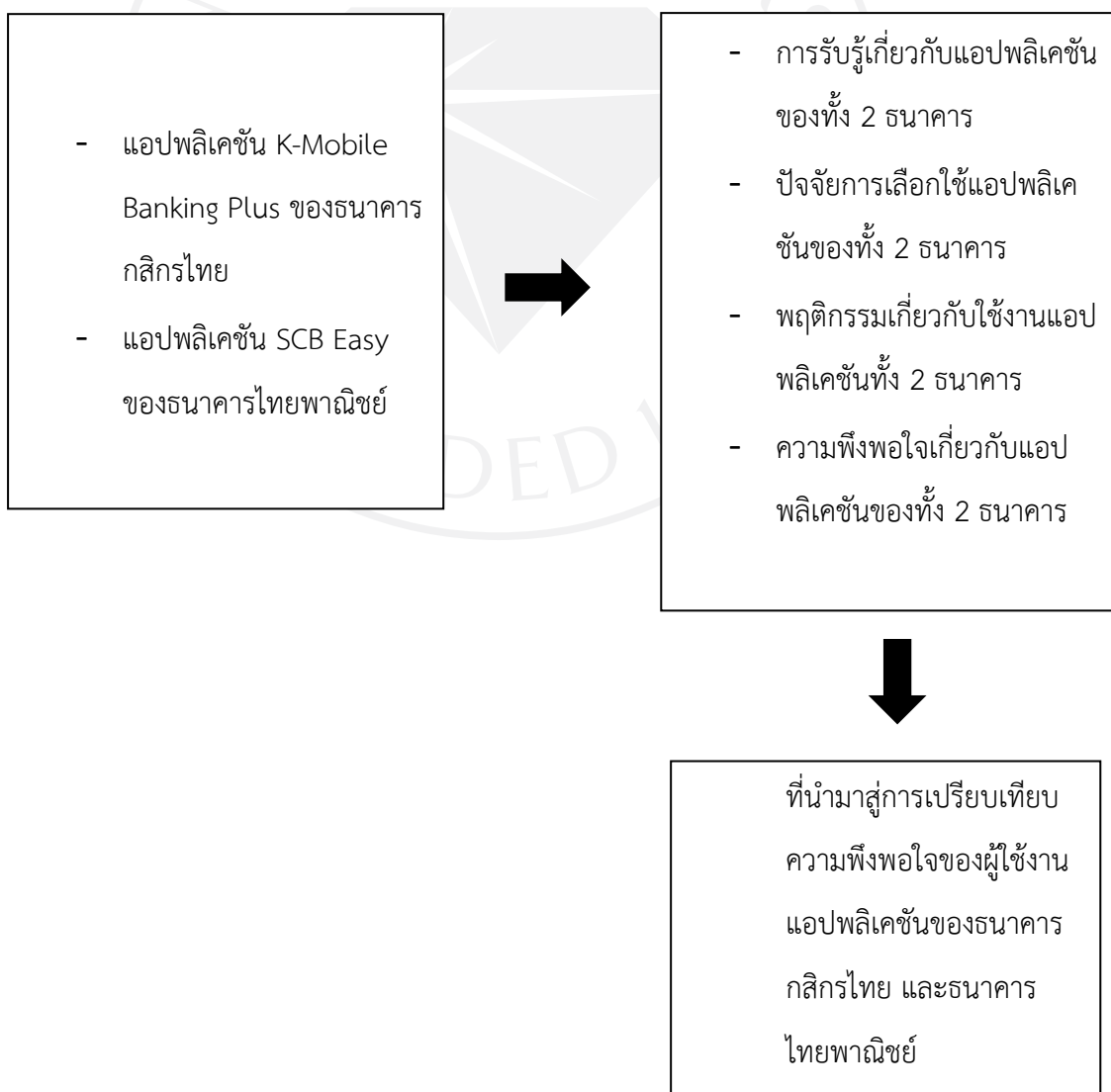
1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้ออปพลิเคชันของผู้ใช้งาน K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้ออปพลิเคชันของผู้ใช้งาน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์

1.2.3 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย และแอปพลิเคชัน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์

## 1.3 กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 1.2: กรอบแนวคิดการวิจัย



#### 1.4 ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย และ แอปพลิเคชัน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์ โดยเก็บข้อมูลด้วยวิธีการการสื่อสารส่วนบุคคลเชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คน ที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และมีการใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงก์ของทั้ง 2 ธนาคารนี้เท่านี้ ซึ่งมีระยะเวลาการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2558 ถึงเดือนธันวาคม 2558

#### 1.5 ประโยชน์ของการศึกษาค้นคว้า

- 1) เพื่อเป็นข้อมูลให้กับผู้ที่ไม่ได้ใช้งานโมบายแบงก์ (Mobile Banking) และมีความสนใจได้ทราบถึงจุดเด่น จุดด้อยของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ แอปพลิเคชัน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์ อันจะเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจเลือกใช้งานได้ตรงกับความต้องการ
- 2) เพื่อได้ทราบถึงการเปรียบเทียบทั้งข้อดี และ ข้อเสีย ของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ แอปพลิเคชัน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์ และเพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ผลิตแอปพลิเคชัน นำผลการวิจัยมาปรับปรุง และพัฒนาระบบให้ตอบสนองกับความต้องการของกลุ่มผู้ใช้งานและ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลที่ดีที่สุดต่อธนาคารกสิกรไทย และ ธนาคารไทยพาณิชย์

#### 1.6 นิยามคำศัพท์

- 1) แอปพลิเคชันโมบายแบงก์ (Application Mobile Banking) ในที่นี้หมายถึง โปรแกรมหรือซอฟต์แวร์ที่ถูกพัฒนา สำหรับช่วยในการใช้งานบนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพา ไม่ว่าจะเป็นสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ต ซึ่งโปรแกรมจะช่วยตอบสนองความต้องการใช้งานของผู้บริโภค อีกทั้งยังทำให้ใช้งานได้อย่างสะดวกสบาย เช่น การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือสมาร์ตโฟนของธนาคารกสิกรไทย ที่ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกสบาย และประหยัดเวลามากขึ้น
- 2) K-Mobile Banking Plus ในที่นี้หมายถึง บริการการทำธุรกรรมทางการเงินและการแจ้งข่าวสารสิทธิพิเศษต่าง ๆ ของธนาคารกสิกรไทย โดยสามารถใช้งานผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนที่ต้องทำงานร่วมกับระบบ Internet GPRS/EDGE/3G และ 4G ของผู้ให้บริการเครือข่าย เช่น AIS, DTAC, TRUEMOVE H
- 3) SCB Easy ในที่นี้หมายถึง บริการการทำธุรกรรมทางการเงินของธนาคารไทยพาณิชย์ผ่านทางโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ต ที่มีบริการทั้งการตรวจสอบยอดเงินเข้า-ออกผ่านการใช้งานทางแอปพลิเคชัน การโอนเงินหลากหลายประเภทได้ตลอด 24 ชั่วโมง การจ่ายบิลต่าง ๆ และ บริการเสริมพิเศษทางด้านบัญชีที่เกี่ยวข้องกับธนาคารไทยพาณิชย์อีกมากมาย



4) ปัจจัยในการเลือกใช้ออปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย และแอปพลิเคชัน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์ ในที่นี้หมายถึง การเลือกใช้งานเพราะ ความสะดวก รวดเร็ว สามารถใช้งานได้ตลอดเวลา ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน

5) ความพึงพอใจในการใช้ออปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย และ แอปพลิเคชัน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์ ในที่นี้หมายถึง ความพึงพอใจในการใช้งานได้สะดวก รวดเร็ว ใช้งานได้ตลอดเวลา ประหยัดเวลาในการทำธุรกรรมที่สาขาของธนาคาร

6) ความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ ในที่นี้หมายถึงความเชื่อมั่นในชื่อเสียงของธนาคาร ที่มีความน่าเชื่อถือ มีมาตรฐานและความปลอดภัยที่ดี



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์ของธนาคารกสิกรไทยและธนาคารไทยพาณิชย์” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

- 2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application)
- 2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับโมบายแบงก์ (Mobile Banking)
- 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของโมบายแบงก์ (Mobile Banking)
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

##### ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Shelly (1975 อ้างใน พัชรี สกุรัตนศักดิ์ และชมภู วิวัฒน์วิทย์, 2554) ได้สรุปว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือความรู้สึกทางบวก และความรู้สึกในทางลบ ในความรู้สึกทางบวกมักเกิดขึ้นแล้วจะมีความสุข กล่าวคือ เป็นความรู้สึกระบบย้อนกลับสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก และความสุขนี้จะส่งผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางลบแบบอื่น ๆ ความรู้สึกทางบวก ความรู้สึกทางลบ และความสุข มีความสัมพันธ์กัน และระบบความสัมพันธ์ของทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ สิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจของมนุษย์ ได้แก่ ทรัพยากร หรือสิ่งเร้า ระบบความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้มากที่สุดเมื่อมนุษย์มีทรัพยากรทุกอย่างที่ต้องการอย่างครบถ้วน

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542 อ้างใน พัชรี สกุรัตนศักดิ์ และชมภู วิวัฒน์วิทย์, 2554) ได้ให้ความหมายของคำว่าพึงพอใจว่าเป็นเรื่องของความรู้สึกของแต่ละบุคคลโดยความพึงพอใจไม่มีที่สิ้นสุดและเปลี่ยนแปลงได้เสมอ ตามกาลเวลาและสภาพแวดล้อมบุคคลที่มีโอกาสจะไม่พึงพอใจในสิ่งที่เคยพึงพอใจมาก่อนแล้ว

Lotler (2000 อ้างใน พัชรี สกุรัตนศักดิ์ และชมภู วิวัฒน์วิทย์, 2554) ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นระดับความรู้สึกที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติหรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ (Product Perceived Performance) กับความคาดหวังของลูกค้า (Expectation) ซึ่งเกิดขึ้นจากประสบการณ์และความรู้สึกจากผู้ซื้อในอดีต ระดับความพึงพอใจสามารถแบ่งได้เป็น 3 ระดับดังนี้ กล่าวคือ หากการทำงานของข้อเสนอหรือผลิตภัณฑ์ ตรงกับความ

คาดหวังของลูกค้า ลูกค้าก็ย่อมเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าเกินความคาดหวังลูกค้าก็ยิ่งเกิดความรู้สึกพึงพอใจมากขึ้น แต่ความพึงพอใจอย่างเดียวไม่สามารถดึงดูดลูกค้าให้อยู่ได้ตลอดไป ความพึงพอใจในระดับสูงของลูกค้าจะเกิดความสนิทใกล้ชิดกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ผลที่ตามมาคือ ความจงรักภักดีของลูกค้าในระดับสูงนั่นเอง

### การวัดความพึงพอใจ

หทัยรัตน์ ประทุมสูตร (2542 อ้างใน พิมพ์กมล ปาริสุวรรณ, 2556) แนวทางการศึกษาความพึงพอใจแยกได้ 2 แนวคิดดังนี้

1) วัดจากสภาพทั้งหมดของแต่ละบุคคล การศึกษาตามแนวทางนี้จะได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ แต่อาจทำให้เกิดความยุ่งยากกับการวัดและการเปรียบเทียบ

2) วัดได้โดยแยกเป็นองค์ประกอบ เช่น องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับงาน ความพึงพอใจอาจหมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีของบุคคลซึ่งมักเกิดหลังจากได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ตนเองต้องการ แต่ถ้าหากไม่ได้รับตามความต้องการก็จะไม่เกิดความพึงพอใจขึ้น สำหรับความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการ จะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการ ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการ อาจทำได้ดังนี้ (สาโรช ไสยสมบัติ, 2534)

- การสังเกต เป็นอีกวิธีที่ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยสังเกตจากพฤติกรรมทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรอรับบริการ และหลังจากได้รับการบริการ การวัดความพึงพอใจนี้ ผู้วัดจะต้องทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนกำหนดการวัดอย่างแน่นอน จึงจะสามารถประเมินผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้

- การใช้แบบสอบถาม วิธีนี้ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย โดยการขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด ให้ทำการแสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่ได้กำหนดคำตอบไว้ให้ หรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามจะเป็นคำถามด้านความพึงพอใจของการให้บริการในแผนกต่าง ๆ ขององค์กร

- การสื่อสารส่วนบุคคล เป็นอีกหนึ่งวิธีที่ทำให้ทราบผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งวิธีการนี้ต้องใช้เทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้การสื่อสารส่วนบุคคลที่จะจูงใจให้ผู้ตอบการสื่อสารส่วนบุคคลตอบคำถามตรงกับข้อเท็จจริง การวัดความพึงพอใจวิธีนี้เป็นวิธีที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพ

การวัดความพึงพอใจต่อการบริการนั้น สามารถทำได้หลายวิธีแต่การจะทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งนั้น จะต้องขึ้นกับสถานการณ์ความเหมาะสม ความสะดวก จุดมุ่งหมายและเป้าหมายของการวัดผลเป็นสำคัญ จึงจะส่งผลให้การวัดผลนั้นมีประสิทธิภาพเป็นที่น่าเชื่อถือได้มากที่สุด

### การสร้างความพึงพอใจ คุณค่า และการรักษาลูกค้า

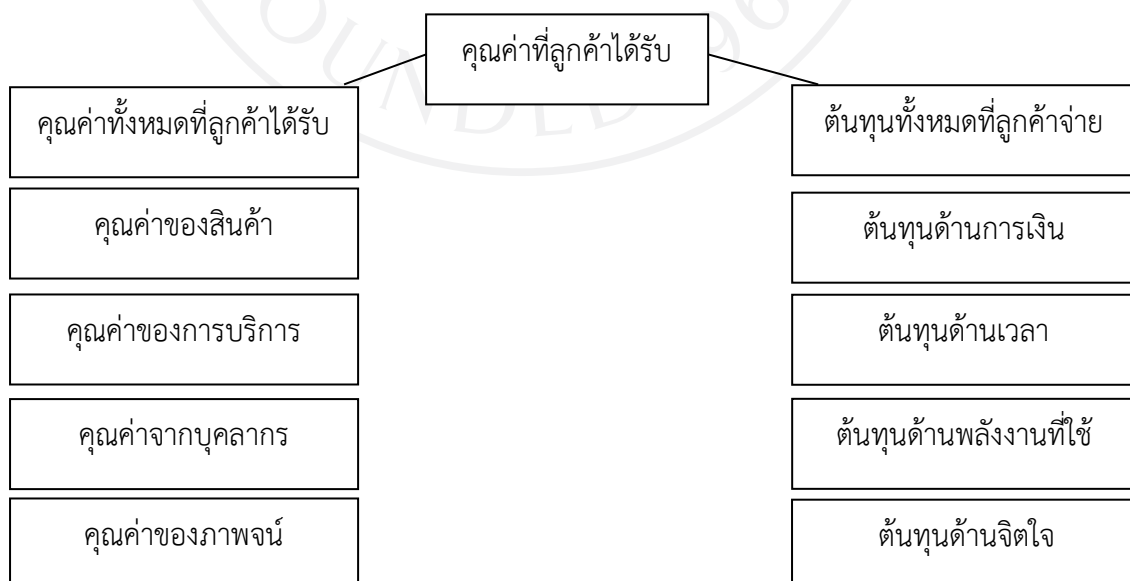
Kotler (2000 อ้างใน ธรรมวรรณ กัญญาหัตถ์, 2554) ในปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์หลากหลาย เช่นตราสินค้า ราคา และผู้ขาย ซึ่งผู้บริโภคจะประเมินก่อนทำการเลือกซื้อภายใต้ขอบเขตของต้นทุน ความรู้ รายได้ และการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจจากการซื้อและเกิดการซื้อซ้ำในอนาคต

คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ (Customer Delivered Value) เป็นผลต่างระหว่างคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้าได้รับ (Total Customer Value) ซึ่งเป็นผลรวมประโยชน์ทั้งหมดที่ลูกค้าคาดหวังจากสินค้าหรือบริการที่ได้รับ นำไปเทียบกับต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าจ่าย (Total Customer Cost) ซึ่งเป็นผลรวมของต้นทุนที่ลูกค้าคาดว่าจะเกิดขึ้นทั้งในขณะการเลือกซื้อ การซื้อ ตลอดจนการเลิกใช้บริการหรือสินค้านั้น ๆ

คุณค่าที่ลูกค้าได้รับจะแสดงอยู่ในรูปสัดส่วนระหว่างคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้าได้รับต่อต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าจ่าย โดยอาจแสดงอยู่ในรูปอัตราส่วนระหว่างคุณค่าต่อราคา (Value/ Price Ratios) แต่อย่างไรก็ตามลูกค้าอาจจะไม่เลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่มีคุณค่าที่ลูกค้าได้รับสูงสุด เนื่องจาก

- 1) ลูกค้าอาจมีข้อจำกัดในการซื้อในราคาต้นทุนต่ำ
- 2) ลูกค้าอาจพิจารณาผลประโยชน์ในระยะสั้น
- 3) ลูกค้าอาจพิจารณาจากความพึงพอใจในด้านอื่น ๆ

ภาพที่ 2.1: องค์ประกอบของคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ (Customer Delivered Value)



ที่มา: Kotler, P. (2000). *Marketing management* (10<sup>th</sup> ed.). NJ: Prentice-Hall.

อย่างไรก็ตาม ผู้ขายควรทำการประเมินคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้าได้รับ และต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่าย เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับคู่แข่งในแต่ละราย เพื่อให้รู้สัดส่วนระหว่างค่าทั้งสองของแต่ละตราสินค้าในใจลูกค้า และเพื่อที่จะเพิ่มคุณค่า ลดต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการเสริมสร้างผลิตภัณฑ์ ทั้งในด้านสินค้า บริการ บุคลากร และภาพพจน์ซึ่งเป็นประโยชน์และช่วยลดต้นทุนของลูกค้า

## 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับ Mobile Application

สุชาดา พลาชัยภิรมย์ศิลป์ (2553) กล่าวว่า โมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) ประกอบด้วยคำสองคำ คือ โมบาย (Mobile) กับ แอปพลิเคชัน (Application) และอธิบายความหมายโมบายแอปพลิเคชัน ดังนี้ Mobile คืออุปกรณ์สื่อสารที่ใช้สำหรับพกพาสามารถทำงานเหมือนกับคอมพิวเตอร์ เนื่องจากเป็นอุปกรณ์พกพา จึงมีคุณสมบัติเด่น คือขนาดเล็ก น้ำหนักเบา และใช้พลังงานค่อนข้างน้อย ทำหน้าที่ตอบสนองการใช้งานของผู้ใช้ได้อย่างหลากหลาย ส่วน Application หมายถึงซอฟต์แวร์ที่ใช้เพื่อตอบสนองการทำงานของผู้ใช้ Application จะต้องมีส่วนที่เรียกว่า ส่วนติดต่อกับผู้ใช้ (User Interface) เพื่อเป็นตัวกลางในการใช้งานต่าง ๆ ดังนั้น โมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) หมายถึง แอปพลิเคชันที่ใช้ในการทำงานของผู้ใช้บนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพา แอปพลิเคชันเหล่านี้จะทำงานบนระบบปฏิบัติการ (OS) ที่แตกต่างกันออกไป อาจจะเรียกอีกอย่างหนึ่งคือ แอปพลิเคชันระบบ ตัวอย่างของระบบปฏิบัติการบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ หรือ แอปพลิเคชันระบบ ได้แก่ ระบบปฏิบัติการ Windows Mobile ของบริษัทไมโครซอฟท์, ระบบปฏิบัติการของ Blackberry OS พัฒนาโดยบริษัท RIM, ระบบปฏิบัติการของ iPhone OS พัฒนาโดยบริษัท Apple หรือระบบปฏิบัติการของระบบ Android ที่พัฒนาโดยบริษัท Google

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้โมบาย แอปพลิเคชัน (Mobile Application)

ศรัญญา การุณวรรณนะ (2556) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของโมบาย แอปพลิเคชัน (Mobile Application) ดังนี้

- 1) สามารถให้บริการลูกค้าได้ตลอดเวลาเพียงลูกค้ามีโทรศัพท์มือถือ เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ
- 2) สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และสามารถติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้โดยตรงเป็นการเพิ่มช่องทางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของลูกค้าในเรื่องของสินค้าและบริการ
- 3) สามารถรวบรวมผลตอบรับและข้อมูลพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ
- 4) สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายลูกค้า เพื่อนำเสนอสิทธิพิเศษต่าง ๆ กับลูกค้าได้โดยตรง

### ข้อผิดพลาดที่ธุรกิจควรหลีกเลี่ยงจากการใช้โมบาย แอปพลิเคชัน (Mobile Application)

ศรัญญา การุณวรรธนะ (2556) กล่าวว่า ในการดำเนินธุรกิจด้วยโมบายแอปพลิเคชัน มีข้อควรระวัง ดังนี้

1) แอปพลิเคชันอาจหลงหายไปในฝูงชน เพราะมีการแข่งขันทางการตลาดของแอปพลิเคชันมากขึ้น องค์กรหรือธุรกิจต้องหาแนวทางในการพัฒนาให้แอปพลิเคชันของตนเองมีความโดดเด่น

2) ค่าใช้จ่ายเกินกว่าผลตอบแทน แอปพลิเคชันต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจึงทำให้มีค่าใช้จ่ายสูง องค์กรหรือธุรกิจต้องมีการเรียนรู้จนมีทักษะหรือเทคนิคที่แข็งแกร่งมากพอ

3) แอปพลิเคชันไม่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) ที่ดีต้องมีการดึงดูดความสนใจจากลูกค้าให้เข้ามาใช้งานบ่อย ๆ แอปพลิเคชันต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหมายความว่าต้องมีค่าใช้จ่ายในการพัฒนาแอปพลิเคชันอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

4) กำลังเลียนแบบการประสบความสำเร็จของธุรกิจอื่น เนื่องจากโมบาย แอปพลิเคชัน (Mobile Application) กำลังได้รับความนิยมเป็นผลมาจากอัตราการเติบโตของผู้ใช้สมาร์ทโฟนที่มากขึ้น องค์กรหรือธุรกิจควรพิจารณาตนเองว่าการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อที่จะดึงดูดใจลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการนั้น เป็นการปรับปรุงการดำเนินงานหรือสามารถขยายบริการได้จริงหรือไม่ และท้ายที่สุดควรพิจารณาด้วยว่าการพัฒนาแอปพลิเคชัน คือการช่วยพัฒนาการดำเนินธุรกิจที่ลูกค้าต้องการจากองค์กรมากกว่าการลงทุนในระบบงานและพนักงาน

### 2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking)

#### ความหมายของโมบาย แบงก์กิ้ง (Mobile Banking)

โมบายแบงก์กิ้ง หรือ M-Banking เป็นบริการหนึ่งที่จัดอยู่ในหมวดของ M-Commerce และเป็นบริการที่อยู่ในกลุ่มของ E-Banking ซึ่งเป็นการทำธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าถึงบริการของธนาคารได้อย่างสะดวกสบาย โดยที่ลูกค้าไม่ต้องเดินทางมาทำธุรกรรมทางการเงินที่สาขาของธนาคาร (Kreyer, Pousttchi & Turowski, 2002 อ้างใน วิไลร์ศม์ เจริญพงษ์พร, 2554)

บริการของโมบายแบงก์กิ้งทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลทางการเงินของตนเองได้ผ่านช่องทาง SMS, WAP และ JAVA Application โดยใช้ GPRS เป็นตัวสนับสนุนในการเข้าใช้งานจากโทรศัพท์มือถือ เทคโนโลยีแต่ละตัวสามารถรองรับการทำงานได้ไม่เหมือนกัน เพราะมีขีดจำกัดของความสามารถในการใช้งานของอุปกรณ์สื่อสาร รวมถึงการทำงานร่วมกับผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือที่มีเทคโนโลยีต่าง ๆ (Mallet, Rossi & Tuunainen, 2004 อ้างใน วิไลร์ศม์ เจริญพงษ์พร, 2554)

### ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Channel Platform)

วีไลร์ศน์ เจียรพงษ์พร (2554) กล่าวว่า ปัจจุบันมีช่องทางที่ใช้สำหรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือหลายช่องทาง ดังนี้

1) บริการผ่านข้อความ (Short Message Service: SMS) เป็นการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยลูกค้าส่งความต้องการไปยังธนาคารผ่านช่องทางข้อความโทรศัพท์มือถือ และธนาคารจะตอบกลับความต้องการของลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือเช่นกัน ซึ่งการรับ-ส่งข้อความจะทำได้ไม่เกิน 140-160 ตัวอักษรต่อหนึ่งข้อความตามแต่ผู้ให้บริการของโทรศัพท์นั้น ๆ

2) บริการผ่านเว็บไซต์บนโทรศัพท์มือถือ (Mobile on Web) เป็นการทำธุรกรรมทางการเงินจากเว็บไซต์ของธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ โดยลูกค้าใช้บริการผ่านเว็บเบราว์เซอร์ของโทรศัพท์เพื่อเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต และพิมพ์ URL ของธนาคาร

3) บริการผ่านแอปพลิเคชันทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Client Application) เป็นการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้ามายังธนาคารผ่านแอปพลิเคชันที่ธนาคารกำหนด โดยลูกค้าต้องทำการติดตั้งแอปพลิเคชันลงบนโทรศัพท์มือถือก่อน หลังจากนั้นจึงจะสามารถใช้งานมายังธนาคารได้

### คุณสมบัติทั่วไปของการให้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ที่สำคัญ พรทิวา ฟาคุ่ม (2555) ได้สรุปไว้ว่า

- 1) Mobility คือ ผู้ใช้งานสามารถนำติดตัวไปได้ทุกที่ และทำงานด้วยความเร็วเคลื่อนที่ระดับสูง
- 2) Broad Reachability คือ ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงการบริการที่หลากหลายได้ทุกที่ ทุกเวลา
- 3) Ubiquity คือ ผู้ใช้งานเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่ายขึ้น
- 4) Convenience คือ ผู้ใช้งานมีความสะดวกในการเชื่อมต่อใช้งานกับอุปกรณ์และระบบเครือข่ายอื่น
- 5) Localization of Products and Services คือ ผู้ใช้งานสามารถรู้ตำแหน่งการให้บริการแบบเฉพาะพื้นที่ในขณะที่ใช้งาน

## 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของ Mobile Banking

การสร้างกลยุทธ์การตลาดรูปแบบใหม่ของโมบายแบงกิ้ง ทางธนาคารกสิกรไทยได้เสนอ 3 กลยุทธ์ ดังนี้ (ธนาคารกสิกรไทย, 2558)

- 1) มุ่งเน้นเพิ่มจำนวนลูกค้าและอัตราการใช้บริการ โดยเน้นที่ประสิทธิภาพของการทำธุรกรรมทางการเงินที่มากกว่าการทำธุรกรรมระหว่างธนาคาร โดยสามารถให้ทำธุรกรรมที่หลากหลายมากขึ้น เช่น การร่วมมือกับวิง ผู้นำทางด้านบริการโอนเงินรายใหญ่ในกัมพูชาที่ให้บริการโอนเงินข้ามแดนไทย-กัมพูชา และทำการสร้างกิจกรรมทางการตลาดเพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ

2) พัฒนานวัตกรรมและยกระดับการให้บริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ การดำเนินชีวิต และการสร้างมูลค่าเพิ่มของการใช้บริการ เพื่อสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของลูกค้าที่พึ่งพาเทคโนโลยีต่าง ๆ ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร

3) พัฒนาศักยภาพในการพัฒนาระบบความปลอดภัยขั้นสูง เพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจในการเข้าใช้บริการ

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ได้สร้างกลยุทธ์ทาง Mobile Banking โดยการผลักดันผู้ใช้จากการสร้างนิสัยใหม่กับลูกค้าที่ใช้บริการกับสาขาเป็นโมบายแบงกิ้งแทน นอกจากนี้ยังมีการผลักดันการใช้งานด้านการจ่ายบิลต่าง ๆ ด้วยค่าธรรมเนียมที่เท่ากับช่องทางอื่น ๆ โดยแนวคิดนี้เป็นการผลักดันตลาดจากผู้นำความคิดให้เข้ามาใช้และแนะนำบริการไปยังบุคคลอื่น (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2557)

นโยบายการดำเนินธุรกิจของธนาคารจะมุ่งเน้นส่งผลิตภัณฑ์และบริการที่มีประสิทธิภาพ บริการโมบายแบงกิ้งของธนาคารออมสินจะถูกออกแบบและตอบสนองความต้องการตามไลฟ์สไตล์ของลูกค้า และสนองตอบทุกช่วงอายุ ประกอบด้วยคุณภาพการให้บริการของพนักงาน และช่องทางในการให้บริการที่ครอบคลุม และเชื่อมโยงกับระบบไอทีที่มีประสิทธิภาพจากธนาคาร

#### การสร้างคุณค่าและความหมายให้กับ Digital Banking มี 3 เรื่องหลัก ๆ ได้แก่

1) Banking/ Payment Channel การพัฒนาช่องทางในการทำธุรกรรมต่าง ๆ ที่สะดวกและมีความปลอดภัย และให้ความสำคัญกับการพัฒนาการบริการธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ให้สามารถรองรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่กำลังจะเกิดขึ้น ให้สามารถทำธุรกรรมได้ครบวงจรแบบง่าย ใช้ได้จริง และช่วยแก้ปัญหาในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ การเชื่อมโยงบริการต่าง ๆ ของธนาคารจะต้องมีความสอดคล้องกัน ไม่ว่าจะผ่านทางสาขา ผ่านระบบอัตโนมัติ ผ่านศูนย์บริการทางโทรศัพท์ ผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าแก้ไขปัญหาได้ทุกที่ทุกเวลา และเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้กับลูกค้า

2) Customer Engagement ต้องมีการปรับตัวรองรับสื่อโซเชียลมีเดียทุกช่องทาง รวมถึงสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ในการใช้ Digital Banking ทั้งพัฒนาบริการเสริม เพื่อให้ลูกค้าได้ติดต่อสื่อสารใกล้ชิด และตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ด้านต่าง ๆ ให้กับลูกค้า

3) IT Security Maximization ธนาคารจะต้องทำการพัฒนาระบบ วิเคราะห์ และสามารถรับรู้ความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง มีโครงสร้างรักษาความปลอดภัยที่ดี (ธีรพันธ์ ศรีหงส์, 2557)



## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศศิวิมล มณีเหล็ก (2554) ศึกษาเรื่อง ทักษะคติและความพึงพอใจในการใช้บริการ K- Mobile Banking Plus ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นบุคลากรและนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่ใช้บริการ K- Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทยโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 50 ราย และใช้แบบสอบถามปลายปิด (Closed Formal Structured Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ในการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ K-Mobile Banking Plus กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักบริการจากพนักงานแนะนำ และส่วนมากใช้บริการในด้านของการเชื่ยคยอดเงินเข้า-ออก รองลงมาเป็นการใช้งานด้านการโอนเงิน ข้อมูลด้านความพึงพอใจในการใช้บริการ K-Mobile Banking Plus กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยพบปัญหาในขณะที่ใช้งาน และส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และขอควรปรับปรุงหรือแก้ไขที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เสนอแนะคือระบบเครือข่ายที่ช้าและไม่รองรับ wifi จำนวนร้านค้าที่รับชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบ K – Mobile Banking Plus ยังมีน้อยเกินไป และจำนวนบัญชีธนาคารที่ผูกกับหมายเลขโทรศัพท์มือถือมีจำนวนจำกัด ทักษะคติต่อการเลือกใช้บริการ K-Mobile Banking Plus ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการเลือกใช้เพราะช่วยลดค่าใช้จ่ายและเวลาในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร เนื่องจากผู้ใช้บริการสามารถทำธุรกรรมทางการเงินบนมือถือได้ทุกที่ที่ต้องการ ทำให้ช่วยลดค่าใช้จ่ายและเวลาในการเดินทาง

พรพรรณ ช่างาเนียม (2553) ศึกษา ลักษณะบุคคล ความพึงพอใจและพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของลูกค้าธนาคารในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้บริการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของธนาคารใดธนาคารหนึ่งในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ที่สามารถใช้งานได้ทุกสถานที่อยู่ในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย รองลงมาคือ ธนาคารไทยพาณิชย์ ประโยชน์ที่ได้จากการใช้บริการ ส่วนใหญ่เลือกใช้เพราะความสะดวกในการใช้งาน ความบ่อยครั้งในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ของการโอนเงิน และชำระค่าสินค้าและบริการมากที่สุด

รวรรุณี มีชัย (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นประชากรทั่วไปในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ (ที่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้) และมีบัญชีออมทรัพย์กับ

ธนาคารพาณิชย์ จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนของข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านแรงจูงใจในการใช้บริการ พบว่า มีแรงจูงใจความสะดวกด้านเวลาในการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด การรับรู้ พบว่า ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลจากศูนย์บริการธนาคาร การเรียนรู้ ส่วนใหญ่ศึกษาการใช้งานด้วยตนเอง

พรทิศา ฟ้าคุ้ม (2555) ศึกษาเรื่อง การรับรู้และเจตคติในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของลูกค้าธนาคารกสิกรไทยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าธนาคารกสิกรไทยที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ผ่านโทรศัพท์มือถือที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์ของธนาคารกสิกรไทยในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่เลือกใช้เพราะคิดว่ามีประเภทธุรกรรมที่ใช้ทางการเงินระหว่างบัญชี มีเหตุผลที่เลือกใช้ใช้บริการ ส่วนใหญ่คิดว่าประหยัดเวลา และรวดเร็ว ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของลูกค้าธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่ามีความสะดวกสบาย รวดเร็ว ประหยัดเวลามากกว่าไปใช้บริการที่ธนาคาร ข้อมูลด้านเจตคติในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ พบว่า มีความปลอดภัยและรูปแบบของบริการ เช่นการส่ง SMS และ E-mail แจ้งเตือนหลังจากใช้บริการสำเร็จ อยู่ในระดับมาก

จุไรพร วงษ์เรียนรอด (2553) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอ่างทอง โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ จำนวน 400 คน ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ด้านพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการทั้งการมีผู้แนะนำให้ใช้บริการและความสามารถที่ใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยรู้จักบริการไทยพาณิชย์เป็นอันดับแรก การใช้บริการครั้งแรกทดลองใช้บริการด้วยตนเอง มีการใช้บริการประเภทการโอนเงินระหว่างบัญชีมากที่สุด

สามารถ แสนภิบาล (2553) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยใช้ธนาคารบนมือถือผ่านเทคโนโลยีโครงข่ายสื่อสาร 3G กรณีศึกษา ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ผลการศึกษา พบว่า ด้านพฤติกรรมการใช้บริการบนมือถือ กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการ เพราะสะดวกและง่ายต่อการใช้งาน และมีการเลือกใช้บริการ การโอนเงินและสอบถามยอดมากที่สุด

อัญชลิศา พาภิรมย์ (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่ลงทะเบียนการใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน

โทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการใช้บริการการทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มาเป็นระยะเวลา 3-4 ปี จะใช้บริการมากกว่า 9 ครั้งต่อเดือน ใช้บริการเช็คยอดเงินเป็นหลัก

อัจฉรา แสงมณี (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือ เพราะความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาการใช้บริการเฉลี่ยคนละ 1 ปี มีการใช้บริการธุรกรรมเติมเงินโทรศัพท์มือถือบ่อยที่สุด และมีการเข้าใช้บริการเฉลี่ยประมาณ 4 ครั้งต่อสัปดาห์

จากการค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าสามารถสรุปได้ว่า จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะเป็นการทำกรวิจัยเนื้อหาที่เป็นการศึกษาทัศนคติ ความพึงพอใจ และปัจจัยการเลือกใช้ ด้านใดด้านหนึ่งอย่างชัดเจน ด้วยเหตุผลนี้ผู้วิจัยจึงต้องทำการศึกษการเปรียบเทียบทั้งปัจจัยในการเลือกใช้ และความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงกิ้งของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่ครอบคลุมละเอียด และเป็นประโยชน์มากกว่างานวิจัยอื่น ๆ ที่ได้ค้นคว้ามา

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารกสิกรไทยและธนาคารไทยพาณิชย์” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในลักษณะของการสื่อสารส่วนบุคคลเชิงลึก (In-depth Interviews) กับกลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และกลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน SCB Easy ในประเด็นหรือเนื้อหาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยมีการดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 วิธีการรวบรวมข้อมูล
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 การตรวจสอบความถูกต้อง
- 3.6 ข้อพิจารณาด้านจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
- 3.7 การนำเสนอข้อมูล

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และกลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน SCB Easy ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างงานวิจัยครั้งนี้ คือกลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และกลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน SCB Easy ที่อยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาในการวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มแบบการเลือกแบบบอกรับ เป็นวิธีการที่การสื่อสารส่วนบุคคลจากกลุ่มตัวอย่างคนหนึ่งที่ถูกวิจัยรู้จัก และผู้ให้การสื่อสารส่วนบุคคลได้ทำการแนะนำผู้ให้การสื่อสารส่วนบุคคลคนต่อไปที่ใช้บริการแอปพลิเคชันของทั้ง 2 ธนาคาร

#### 3.2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการรวบรวมข้อมูล การสื่อสารส่วนบุคคลแบบเชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยได้ลงเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างแบบตัวต่อตัวจำนวน 2 คน และมีการสื่อสารส่วนบุคคลผ่านโทรศัพท์จำนวน 10 คน โดยได้นัดหมาย วันเวลา ไว้ก่อนล่วงหน้า จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสื่อสารส่วนบุคคลกับกลุ่มตัวอย่างมาทำการวิเคราะห์ ด้วยการจัดหมวดหมู่ของคำตอบ และนำเสนอข้อมูลโดยการพรรณนาตามหัวข้อของวัตถุประสงค์การวิจัย

### 3.3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ คือ แบบการสื่อสารส่วนบุคคลเชิงลึก (In-depth Interview) ที่กำหนดโครงสร้างของคำถามไว้อย่างชัดเจน การการสื่อสารส่วนบุคคลเพื่อให้ทราบถึงข้อมูลอย่างละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงกิ้ง และนำไปสู่การเปรียบเทียบในการใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงกิ้งของธนาคารกสิกรไทย และ ธนาคารไทยพาณิชย์

แบบการสื่อสารส่วนบุคคลเชิงลึก (In-depth Interview) ใช้การสื่อสารส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คน ซึ่งแนวคำถามอาจเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ขณะทำการการสื่อสารส่วนบุคคล และคำตอบของผู้ให้การสื่อสารส่วนบุคคล โดยแบ่งประเด็นคำถามออกเป็น 3 ประเด็น ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด แนวคำถามมีดังนี้

#### (1) ข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus

- คุณรู้จักแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ได้อย่างไร และจากสื่อช่องทางใดบ้าง
- คุณทำการดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus นี้ด้วยวิธีใด (ดาวน์โหลดด้วยตนเอง/ ครอบครัวหรือเพื่อนดาวน์โหลดให้/ พนักงานของธนาคารดาวน์โหลดให้)
- เหตุผลในการตัดสินใจแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus คืออะไร
- ความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของธนาคารกสิกรไทย มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการหรือไม่ เพราะอะไร ช่วยอธิบาย

- คุณใช้บริการแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus มานานเท่าไร
- บริการที่เลือกใช้บ่อยที่สุดในแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus คืออะไร และทำไมถึงเลือกใช้ ช่วยอธิบาย
- บริการที่เลือกใช้น้อยที่สุดในแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus คืออะไร และทำไมถึงเลือกใช้ ช่วยอธิบาย

- คุณมีการใช้งานแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus เฉลี่ยประมาณกี่ครั้งต่อเดือน

#### (2) ข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน SCB Easy

- คุณรู้จักแอปพลิเคชัน SCB Easy ได้อย่างไร และจากสื่อช่องทางใดบ้าง
- คุณทำการดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน SCB Easy นี้ด้วยวิธีใด (ดาวน์โหลดด้วยตนเอง/ ครอบครัวหรือเพื่อนดาวน์โหลดให้/ พนักงานของธนาคารดาวน์โหลดให้)
- เหตุผลในการตัดสินใจแอปพลิเคชัน SCB Easy คืออะไร
- ความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของธนาคารไทยพาณิชย์ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการหรือไม่ เพราะอะไร ช่วยอธิบาย

- คุณใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB Easy มานานเท่าไร
- บริการที่เลือกใช้น้อยที่สุดในแอปพลิเคชัน SCB Easy คืออะไร และทำไมถึงเลือกใช้ ช่วยอธิบาย
- บริการที่เลือกใช้น้อยที่สุดในแอปพลิเคชัน SCB Easy คืออะไร และทำไมถึงเลือกใช้ ช่วยอธิบาย
- คุณมีการใช้งานแอปพลิเคชัน SCB Easy เฉลี่ยประมาณกี่ครั้งต่อเดือน

(3) การเปรียบเทียบการใช้งานแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย และ SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์

- แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy มีความแตกต่างกันอย่างไร ช่วยอธิบายแอปพลิเคชัน
- K-Mobile Banking Plus มีจุดเด่นหรือข้อดี อย่างไรบ้าง จงอธิบาย
- แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus มีจุดด้อยหรือข้อเสีย อย่างไรบ้าง จงอธิบาย
- แอปพลิเคชัน SCB Easy มีจุดเด่นหรือข้อดี อย่างไรบ้าง จงอธิบาย
- แอปพลิเคชัน SCB Easy มีจุดด้อยหรือข้อเสีย อย่างไรบ้าง จงอธิบาย
- บริการของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy ที่คุณเลือกใช้เหมือนกัน ให้ระบุว่าชอบใช้ของธนาคารไหนมากกว่ากัน เพราะอะไร ช่วยอธิบาย
- คุณต้องการให้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy มีอะไรเพิ่มเติมด้านการบริการและการใช้งานบ้างหรือไม่ ถ้ามี ช่วยอธิบาย

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

แบบการสื่อสารส่วนบุคคลเชิงลึกหรือบุคคล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจะนำข้อมูลที่ได้จากการการสื่อสารส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการพรรณนาข้อมูล พร้อมยกตัวอย่างคำการสื่อสารส่วนบุคคลประกอบ

### 3.5 การตรวจสอบความถูกต้อง

1) ก่อนทำการการสื่อสารส่วนบุคคลผู้วิจัยทำการส่งคำถามที่ใช้ในการการสื่อสารส่วนบุคคลให้อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย เพื่อตรวจสอบแนวคำถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาตรวจแก้ไขให้เหมาะสมก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

2) ถอดบทการสื่อสารส่วนบุคคล การบันทึกเสียงจากการการสื่อสารส่วนบุคคลทั้งแบบตัวต่อตัว และแบบโทรศัพท์ เพื่อนำผลที่ได้จากการการสื่อสารส่วนบุคคลมาวิเคราะห์ข้อมูลผลการวิจัย

### 3.6 ข้อพิจารณาด้านจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

ผู้วิจัยได้คำนึงถึงจริยธรรมกับผู้ให้การสื่อสารส่วนบุคคล โดยการขอความอนุเคราะห์ในการสื่อสารส่วนบุคคลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยสามารถเปิดเผยข้อมูลตามที่ถูกการสื่อสารส่วนบุคคลอนุญาต ในส่วนของข้อมูลที่ไม่สามารถเปิดเผยได้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บไว้เป็นความลับไม่ทำการเผยแพร่

### 3.7 การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการนำเสนอข้อมูล และผลการวิจัยแบบการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ซึ่งตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และอธิบายให้ชัดเจนจนถึงปัจจัยการเลือกใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ ที่นำไปสู่การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันทั้ง 2 ธนาคาร พร้อมยกตัวอย่างคำการสื่อสารส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างประกอบ

## บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่อง “การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน โหมบายแบงก์กิ้งของธนาคารกสิกรไทยและธนาคารไทยพาณิชย์” ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการการ สือสารส่วนบุคคลจากผู้ใช้งาน โหมบายแบงก์กิ้งของธนาคารกสิกรไทยและธนาคารไทยพาณิชย์ ด้วย วิธีการพรรณนาข้อมูล พร้อมยกตัวอย่าง คำการสื่อสารส่วนบุคคลประกอบ โดยผู้วิจัยได้แบ่งการ วิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

### 4.1 แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย

#### 4.1.1 การรับรู้เกี่ยวกับแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus

4.1.2 ปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้งานเลือกใช้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ของ ธนาคารกสิกรไทย

#### 4.1.3 พฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus

#### 4.1.4 ความพึงพอใจของผู้ใช้งานในการใช้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus

### 4.2 แอปพลิเคชัน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์

#### 4.2.1 การรับรู้เกี่ยวกับแอปพลิเคชัน SCB Easy

4.2.2 ปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้งานเลือกใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy ของธนาคาร ไทยพาณิชย์

#### 4.2.3 พฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน SCB Easy

#### 4.2.4 ความพึงพอใจของผู้ใช้งานในการใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy

4.3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ของ ธนาคารกสิกรไทย และ แอปพลิเคชัน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์

#### 4.3.1 ความแตกต่างของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy

4.3.2 จุดเด่นหรือข้อดีของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ แอปพลิเคชัน SCB Easy

4.3.3 จุดด้อยหรือข้อเสียของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ แอปพลิเคชัน SCB Easy

4.3.4 การเปรียบเทียบความชื่นชอบในการใช้บริการแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus และ แอปพลิเคชัน SCB Easy



4.3.5 ข้อปรับปรุงหลังการใช้งานแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy

4.3.6 ความต้องการเพิ่มเติมด้านการบริการ และการใช้งานแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy

4.3.7 ข้อเสนอแนะและบริการเพิ่มเติมของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy

#### 4.1 แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย

##### 4.1.1 การรับรู้เกี่ยวกับแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus

(1) การรู้จักแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus โดยส่วนใหญ่แล้วผู้ใช้งานรู้จักจากพนักงานสาขาธนาคารในห้างสรรพสินค้า จากการไปรอคิวทำธุรกรรมที่ตู้เอทีเอ็ม:

“เราไปทำธุรกรรมที่ตู้เอทีเอ็มในธนาคารสาขาให้ห้างฯ ระหว่างรอคิวอยู่ มีพนักงานได้เข้ามาถามว่า มีบริการแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus หรือยังคะ เราบอกว่าจะยังไม่ มีพนักงานเลยได้แนะนำว่าแอปพลิเคชันนี้ สามารถใช้บริการ โอน จ่ายบิลต่าง ๆ ได้ ผ่านโทรศัพท์มือถือ จะทำให้สะดวกมากยิ่งขึ้น จึงแนะนำให้ลองดาวน์โหลด” (น.ส. F อายุ 25 ปี ธุรกิจส่วนตัว, การสื่อสารส่วนบุคคล, 4 ธันวาคม 2558)

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้การสื่อสารส่วนบุคคลบางคนได้บอกว่ารู้จักแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus จากเว็บไซต์ของธนาคาร จากการค้นคว้าหาข้อมูลเอง:

“คือก่อนอื่นต้องบอกว่าใช้บัญชีเงินฝากกับธนาคารกสิกรมานาน และก็ใช้บัตรเครดิตด้วย เลยลองเข้าเว็บไซต์ของธนาคาร เพื่อเข้าไปดูสิทธิพิเศษต่าง ๆ ว่ามีอะไรน่าสนใจบ้าง” (น.ส. B อายุ 35 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 พฤศจิกายน 2558)

ผู้ใช้งานบางคนได้รู้จักแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus จากบุคคลในครอบครัว แนะนำให้ลองใช้:

“ช่วงเริ่มขายของออนไลน์ ก็ต้องมีไปธนาคารเพื่อเช็คยอด และโอน ถอน อยู่เป็นประจำ พี่สาวได้ ใช้มาก่อนเลยแนะนำว่าลองโหลดมาใช้สิ จะได้เช็คยอด โอนเงินผ่านโทรศัพท์มือถือได้เลย ไม่ต้องไปธนาคารเอง” (น.ส. D อายุ 23 ปี นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 พฤศจิกายน 2558)

(2) การดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานให้พนักงานธนาคารเป็นผู้ทำการดาวน์โหลดให้ทุกขั้นตอน เนื่องจากรู้สึกว่ายากในการติดตั้ง:

“ที่แรกเราลองโหลดเองก่อน โหลดนะโหลดได้ แต่พอถึงขั้นตอนการติดตั้ง มันต้องให้ตั้งชื่อรหัสผ่าน และยังต้องให้ไปติดตั้งยืนยันผ่านหน้าตู้เอทีเอ็มอีก เราเลยแบบยุ่งยากไปนะเลยลองโหลดแอปฯ ทิ้งไว้อย่างนั้นแบบใช้งานยังไม่ได้ และเราก็กกลับมาให้พนักงานที่ธนาคารทำการติดตั้งให้อีกที” (น.ส. A อายุ 28 ปี ธุรกิจส่วนตัว, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 พฤศจิกายน 2558)

นอกจากนั้นจากการการสื่อสารส่วนบุคคล มีบางคนที่ทำการดาวน์โหลดและติดตั้งแอปพลิเคชันด้วยตนเองทุกขั้นตอน ถึงแม้ว่าจะมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก แต่เขาต้องการที่จะลองทำด้วยตนเอง:

“ดาวน์โหลดและติดตั้งเองทุกขั้นตอน การโหลดไม่ยาก สามารถโหลดจาก App Store ได้เลย แต่ขั้นตอนการติดตั้งค่อนข้างจะยุ่งยาก เพราะต้องไปทำรายการผ่านตู้เอทีเอ็มก่อน ถึงจะสามารถใช้งานแอปพลิเคชันได้” (น.ส. K อายุ 26 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 ธันวาคม 2558)

(3) การรับรู้เกี่ยวกับแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ก่อนเริ่มการใช้งาน โดยส่วนใหญ่ผู้ให้การสื่อสารส่วนบุคคลมีการรับรู้ว่าจะสามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ, ใช้งานได้แทนตู้เอทีเอ็ม:

“รู้ว่าแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus สามารถโอนเงิน สอบถามยอด เติมนเงินได้ และยังสามารถเติมเงินเข้าบัตรสมาร์ตเฟิร์สของ 7-11 ได้” (น.ส. J อายุ 22 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 17 ธันวาคม 2558)

“ใช้งานแทนตู้เอทีเอ็มได้เลย แต่เป็นการทำได้บนโทรศัพท์มือถือ ทั้งโอนเงิน เช็คยอด” (น.ส. A อายุ 28 ปี ธุรกิจส่วนตัว, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 พฤศจิกายน 2558)

ผลจากการการสื่อสารส่วนบุคคล สรุปได้ว่าโดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานรู้จักแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus โดยได้รับคำแนะนำจากพนักงานสาขาของธนาคารกสิกรไทย ส่วนผู้ที่เป็นลูกค้าเดิมมานาน จะสืบค้นข้อมูลด้วยตนเองผ่านทางเว็บไซต์ของธนาคาร และบางคนได้รับคำแนะนำจากผู้ที่เคยดาวน์โหลดแอปพลิเคชันมาใช้แล้ว โดยในขั้นตอนการดาวน์โหลดนั้นสามารถทำได้ง่าย แต่ขั้นตอนการติดตั้งค่อนข้างมีความยุ่งยาก แต่มีบางคนเลือกที่จะดาวน์โหลดเอง แล้วให้พนักงานสาขาของธนาคารทำการติดตั้งให้ นอกจากนั้นโดยส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการรู้ข้อมูลก่อนทำการดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ว่าเป็นบริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ

จากผลการการสื่อสารส่วนบุคคลจะเห็นได้ว่า ธนาคารกสิกรไทยมีการใช้กลยุทธ์การสื่อสารด้วยวิธีการใช้พนักงานเป็นสื่อในการเข้าถึงลูกค้า นอกจากนี้ยังเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารทางออนไลน์ร่วมด้วย เพื่อเป็นการกระจายข้อมูลของแอปพลิเคชันให้ลูกค้าได้ทำความรู้จักอย่างแพร่หลาย

#### 4.1.2 ปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้งานเลือกใช้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย

(1) เหตุผลในการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานเลือกใช้เพราะความสะดวก เช่น ใช้งานได้สะดวก รวดเร็ว ทำให้ประหยัดเวลา ไม่ต้องเดินทางไปธนาคารเอง:

“แอปพลิเคชันนี้ ทำให้การทำธุรกรรมต่าง ๆ ทั้งโอนเงิน จ่ายบิล สะดวกมากยิ่งขึ้น ประหยัดเวลา ไม่ต้องเดินทางออกไปที่ธนาคารเอง” (น.ส. C อายุ 27 ปี ธุรกริจส่วนตัว, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 ธันวาคม 2558)

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้การสื่อสารส่วนบุคคลบางคน ที่ให้การสื่อสารส่วนบุคคลว่าเหตุผลในการเลือกใช้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus นอกจากเพราะความสะดวกแล้ว ก็เป็นเพราะแอปพลิเคชันนี้สามารถทำได้หลายบริการในแอปพลิเคชันเดียว:

“เลือกใช้ เพราะความสะดวก และแอปพลิเคชันนี้สามารถใช้งานได้ทุกอย่างทั้ง โอนเงิน เช็คยอด จ่ายบิลต่าง ๆ เติมเงิน และเช็คอัตราเงินแลกเปลี่ยนได้” (น.ส. I อายุ 25 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 ธันวาคม 2558)

(2) ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคารกสิกรไทย โดยส่วนใหญ่บอกว่าความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของธนาคาร มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชัน:

“เชื่อมั่นในชื่อเสียงของธนาคารกสิกรไทย เพราะ เป็นธนาคารชั้นนำของไทย และก็เลือกใช้บัญชีเงินฝากมานาน จึงมั่นใจและไว้วางใจเลือกใช้บริการอื่น ๆ ของธนาคาร” (น.ส. F อายุ 25 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 4 ธันวาคม 2558)

ผลจากการการสื่อสารส่วนบุคคล สรุปได้ว่าโดยส่วนใหญ่เหตุผลที่ผู้ใช้งานเลือกใช้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus เพราะความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลา และสามารถทำได้หลายบริการในแอปพลิเคชันเดียว เช่น การโอนเงิน สอบถามยอด จ่ายบิล และการเติมเงิน นอกจากนี้เหตุผลส่วนใหญ่ที่เลือกใช้ เพราะความไว้วางใจ และความเชื่อมั่นในชื่อเสียงของธนาคาร

จากผลการการสื่อสารส่วนบุคคลสรุปได้ว่า ธนาคารกสิกรไทยมีการสื่อสาร  
ภาพลักษณ์องค์กรที่ดี สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้ จึงเกิดความไว้วางใจในการเลือกใช้  
บริการใหม่ ๆ ของธนาคาร

4.1.3 พฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ในงานวิจัยครั้งนี้ ได้ทำ  
การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้งานออกเป็นดังนี้

(1) ระยะเวลาของการใช้บริการแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus จาก  
จำนวนผู้การสื่อสารส่วนบุคคลทั้งหมด 12 คน สามารถแบ่งระยะเวลาของการใช้งานแอปพลิเคชัน  
K-Mobile Banking Plus ได้ดังนี้

น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 3 คน

1 ปี จำนวน 1 คน

2 ปี จำนวน 2 คน

3 ปี จำนวน 1 คน

4 ปี จำนวน 1 คน

5 ปี จำนวน 3 คน

6 ปี มีจำนวน 1 คน

(2) บริการที่เลือกใช้บ่อยที่สุดในแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus โดย  
ส่วนรวมเลือกใช้บริการการโอนเงินบ่อยที่สุด เพราะใช้งานง่าย, มีความรวดเร็ว, มีสลิปบันทึก  
อัตโนมัติ:

“ปกติโอนเงินผ่านบัญชีของกสิกรบ่อย เลยเน้นใช้งานในการโอนเงิน เพราะใช้งาน  
ง่าย มีความรวดเร็ว ไม่มีขั้นตอนซับซ้อน และมีสลิปหลักฐานบันทึกให้อัตโนมัติ สะดวกมาก ๆ เลย”  
(น.ส. H อายุ 24 ปี นักศึกษาปริญญาโท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 14 ธันวาคม 2558)

(3) บริการที่เลือกใช้น้อยที่สุดในแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus โดย  
ส่วนรวมผู้ให้การสื่อสารส่วนบุคคลบอกว่าไม่เคยใช้บริการ การเติมเงิน เพราะ ใช้โทรศัพท์แบบราย  
เดือน และไม่มี ความมั่นใจว่าถ้าเติมเงินไปแล้วจะไปถึงปลายทางหรือไม่:

“ไม่เคยใช้บริการเติมเงินมือถือเลย เพราะส่วนตัวใช้โทรศัพท์แบบรายเดือนและคน  
รอบข้างก็ไม่มีใครที่ใช้โทรศัพท์มือถือระบบเติมเงินเลยไม่มีความจำเป็นต้องใช้บริการส่วนนี้” (น.ส. A  
อายุ 28 ปี ธุรกิจส่วนตัว, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 พฤศจิกายน 2558)

จากการการสื่อสารส่วนบุคคลก็พบว่าผู้การสื่อสารส่วนบุคคลได้บอกว่าที่ไม่เลือกใช้บริการเติมเงิน เป็นเพราะไม่มีความมั่นใจว่าเติมเงินแล้วจะไปถึงปลายทางหรือไม่:

“ไม่เคยใช้บริการเติมเงิน เพราะไม่มั่นใจว่าเติมเงินไปแล้ว จะไปถึงเบอร์ที่เราเลือกเติมหรือเปล่า เพราะเราไม่สามารถเช็คได้เลย เลยไม่เลือกที่จะใช้กลัวเจอปัญหา” (น.ส. I อายุ 25 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 ธันวาคม 2558)

(4) ระยะเวลาเฉลี่ยจำนวนครั้งการเข้าใช้งานแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ต่อเดือน จากกลุ่มผู้การสื่อสารส่วนบุคคลทั้งหมด 12 คน ได้ผลออกมาดังนี้:

ไม่เกิน 5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 4 คน

6 ครั้งต่อเดือน จำนวน 2 คน

10 ครั้งต่อเดือน จำนวน 3 คน

15 ครั้งต่อเดือน จำนวน 1 คน

20 ครั้งต่อเดือน จำนวน 2 คน

ผลจากการการสื่อสารส่วนบุคคล สรุปได้ว่า พฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus โดยส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ ด้านการโอนเงินมากที่สุด เพราะมีรูปแบบใช้งานง่าย รวดเร็ว และมีสลิปหลักฐานการทำธุรกรรมบันทึกอัตโนมัติ นอกจากนี้บริการที่ผู้ใช้งานเลือกใช้น้อยที่สุด คือ บริการการเติมเงิน เพราะ ส่วนมากใช้โทรศัพท์ระบบรายเดือน

4.1.4 ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจ เพราะ ความสะดวก เช่นไม่ต้องไปที่ตู้เอทีเอ็มหรือธนาคาร ก็สามารถทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือได้ทุกที่ทุกเวลา ทำให้ประหยัดเวลาได้มากยิ่งขึ้น:

“พึงพอใจมาก เพราะไม่ต้องไปที่ตู้เอทีเอ็มหรือธนาคาร ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็สามารถโอนเงินได้ ใช้แล้วได้ประโยชน์เรื่องความสะดวกสุด ๆ และแอปพลิเคชันก็ใช้งานง่ายมาก” (น.ส. D อายุ 23 ปี นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 พฤศจิกายน 2558)

นอกจากนี้ผลจากการการสื่อสารส่วนบุคคล มีผู้การสื่อสารส่วนบุคคลได้แสดงความเห็นความพึงพอใจ ที่นอกจากความสะดวกแล้ว ยังพึงพอใจในรูปแบบของแอปพลิเคชัน

“พึงพอใจในการใช้งานง่าย และมีรูปแบบแอปฯ ที่ดูสวยงาม ทันสมัย สามารถตกแต่งภาพพื้นหลังได้ตามใจชอบ จะเอารูปของเราไปทำเป็นภาพพื้นหลังก็ได้ และชอบการสแกนนิ้วในการเข้าระบบแทนการใส่รหัสผ่านเป็นตัวเลขในระบบของ iOS ที่ทำให้ใช้งานสะดวกมากยิ่งขึ้นแต่

ปูปเข้าใช้งานได้ที่ “คู่มือเทคนิค” (น.ส. L อายุ 27 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 ธันวาคม 2558)

ผลจากการสื่อสารส่วนบุคคล สรุปได้ว่าโดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus เพราะ ความสะดวก รวดเร็ว ทำให้ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปสาขาของธนาคาร หรือตู้เอทีเอ็ม และรูปแบบแอปพลิเคชันดูสวย ทันสมัย

## 4.2 แอปพลิเคชัน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์

### 4.2.1 การรับรู้เกี่ยวกับแอปพลิเคชัน SCB Easy

(1) การรับรู้เกี่ยวกับแอปพลิเคชัน SCB Easy โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานรู้จักจากอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ของธนาคารไทยพาณิชย์ โดยการหาข้อมูลเอง เพราะมีบัญชีกับทางธนาคารเลยเข้าไปดูข้อมูลจากเว็บไซต์แล้วเจอบริการแอปพลิเคชันนี้:

“ลองหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเอง เพราะมีบัญชีกับทางธนาคารเลยเข้าไปดูข้อมูลต่าง ๆ ในเว็บไซต์ และเห็นบริการแอปพลิเคชันนี้” (น.ส. G อายุ 33 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 ธันวาคม 2558)

นอกจากนั้นก็มีผู้ให้การสื่อสารส่วนบุคคลบางคน บอกว่ารู้จักแอปพลิเคชันนี้จากเพื่อนแนะนำ:

“เพื่อนแนะนำให้ลองใช้ บอกว่าจะได้โอนเงินในบัญชีธนาคารไทยพาณิชย์ด้วยกัน สะดวกมากขึ้น ไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียม และไม่ต้องไปที่ธนาคารหรือตู้เอทีเอ็มเอง” (น.ส. E อายุ 38 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 ธันวาคม 2558)

(2) การทำดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน SCB Easy โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานทำการดาวน์โหลดและติดตั้งด้วยตนเอง ด้วยความสะดวกในการทำ ไม่มีขั้นตอนยุ่งยากเลยทำได้ด้วยตนเอง:

“ดาวน์โหลดด้วยตนเอง เพราะขั้นตอนการติดตั้งแอปพลิเคชันของ SCB Easy ไม่มีขั้นตอนซับซ้อน ติดตั้งยากเท่ากับแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus ที่ต้องไปติดตั้งผ่านตู้เอทีเอ็มของธนาคาร” (น.ส. L อายุ 27 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 ธันวาคม 2558)

นอกจากนั้นก็มีผู้ให้การสื่อสารส่วนบุคคลบางคนทำให้พนักงานของธนาคารเป็นผู้ดาวน์โหลดและติดตั้งแอปพลิเคชันให้:

“ทำเองไม่เป็น หลังจากที่เพื่อนแนะนำให้ลองใช้ ก็เลยไปที่ธนาคารและให้พนักงานเป็นคนจัดการให้ทุกอย่าง รวมถึงให้สอนให้ใช้แอปพลิเคชันด้วย” (น.ส. E อายุ 38 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 ธันวาคม 2558)

ผลจากการสื่อสารส่วนบุคคล สรุปได้ว่าโดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน SCB Easy รู้จักโดยการหาข้อมูลจากทางเว็บไซต์ของธนาคาร เพราะมีบัญชีของธนาคาร สามารถดาวน์โหลด และติดตั้งได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้มีผู้การสื่อสารส่วนบุคคลบางคนได้รับคำแนะนำจากคนรู้จักให้ลองใช้ จึงไปธนาคารเพื่อให้พนักงานของสาขานาการเป็นผู้ดาวน์โหลด และติดตั้งให้ รวมถึงแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชันด้วย

จากผลการสื่อสารส่วนบุคคลจะเห็นได้ว่า ธนาคารไทยพาณิชย์มีกลยุทธ์การสื่อสารการใช้สื่อออนไลน์เป็นหลักในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน แต่ก็มีผู้ใช้งานบางส่วนที่รู้จักแอปพลิเคชันจากสื่อบุคคลใกล้ชิด และรับรู้ข้อมูลรายละเอียดวิธีการใช้งานแอปพลิเคชันจากสื่อบุคคลของธนาคารไทยพาณิชย์

#### 4.2.2 ปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้งานเลือกใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์

(1) เหตุผลในการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy โดยส่วนรวมผู้ใช้งานเลือกใช้เพราะความสะดวก เช่น สะดวกสบายในการทำธุรกรรมทางการเงิน, ประหยัดเวลาไม่ต้องเดินทางไปธนาคาร ใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา และมีความปลอดภัย:

“เลือกใช้ เพราะปกติใช้บัญชีของธนาคารไทยพาณิชย์อยู่แล้ว ถ้าใช้แอปพลิเคชันนี้ก็จะได้ความสะดวกในการทำธุรกรรมมากขึ้น ประหยัดเวลาไม่ต้องเดินทางไปธนาคารเอง สะดวกใช้งานได้ทุกที่ และดูมีความปลอดภัยสูงด้วย” (น.ส. H อายุ 24 ปี นักศึกษาปริญญาโท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 14 ธันวาคม 2558)

นอกจากนี้ก็มีผู้การสื่อสารส่วนบุคคลบางคน ที่บอกว่าเลือกใช้ เพราะเอาไว้เป็นบัญชีสำรองไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน หรือเร่งด่วนที่จำเป็นต้องมีการโอนเงินผ่านบัญชีของธนาคารไทยพาณิชย์:

“เลือกใช้เพื่อเอาไว้เป็นบัญชีสำรอง ในกรณีที่มีความจำเป็นต้องใช้ในยามฉุกเฉินหรือจำเป็นต้องโอนเงินในบัญชีธนาคารไทยพาณิชย์ และหาสาขานาการไม่ได้ แอปพานี้ก็เป็นหนึ่งช่องทางในความสะดวกของการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารไทยพาณิชย์ด้วยตัวเอง” (น.ส. A อายุ 28 ปี ธุรกิจส่วนตัว, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 พฤศจิกายน 2558)

(2) ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคารไทยพาณิชย์ โดยส่วนใหญ่บอกว่า ธนาคารคูมีความน่าเชื่อถือ, มีมาตรฐานและความปลอดภัย และเชื่อมั่นในชื่อเสียงที่เป็นธนาคารแห่งแรกของประเทศไทยจึงทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้:

“มีผล เพราะธนาคารคูมีความน่าเชื่อถือ คูมีมาตรฐานและความปลอดภัย และเป็นธนาคารแห่งแรกของประเทศไทย จึงเชื่อมั่นในด้านการบริการที่รวดเร็ว เลย์มันใจและลองตัดสินใจใช้” (น.ส. I อายุ 25 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 ธันวาคม 2558)

ผลจากการการสื่อสารส่วนบุคคล สรุปได้ว่าโดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานมีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันของ SCB Easy เพราะ ความสะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงิน นอกจากนี้มีผู้การสื่อสารส่วนบุคคลบางคนที่ให้เหตุผลในการตัดสินใจใช้ เพราะ เพื่อไว้ใช้เป็นบัญชีสำรอง โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานบอกว่าชื่อเสียงของธนาคารมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ เพราะ ธนาคารคูมีความน่าเชื่อถือ มีมาตรฐานและความปลอดภัย

จากผลการการสื่อสารส่วนบุคคล ธนาคารไทยพาณิชย์มีการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรที่ดี สามารถสร้างความน่าเชื่อถือกับลูกค้า โดยลูกค้าเห็นว่าธนาคารไทยพาณิชย์มีมาตรฐานและความปลอดภัยที่ดี จึงตัดสินใจเลือกใช้บริการโมบายแบงกิ้งของธนาคาร

4.2.3 พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน SCB Easy ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้งานออกเป็นดังนี้:

(1) ระยะเวลาของการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB Easy จากจำนวนผู้การสื่อสารส่วนบุคคลทั้งหมด 12 คน สามารถแบ่งระยะเวลาของการใช้งานแอปพลิเคชัน SCB Easy ได้ดังนี้

น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 2 คน

1 ปี จำนวน 3 คน

2 ปี จำนวน 3 คน

4 ปี จำนวน 2 คน

5 ปี จำนวน 3 คน

(2) บริการที่เลือกใช้บ่อยที่สุดในแอปพลิเคชัน SCB Easy โดยส่วนใหญ่เลือกใช้ บริการสอบถามยอดเงินมากที่สุด เพราะมีความสะดวกในการใช้งาน, มีข้อมูลบอกละเอียดชัดเจน:



“เน้นการใช้บริการสอบถามยอดเงิน เพราะสะดวกต่อการใช้งาน และมีข้อมูลบอกละเอียด ชัดเจนดี มีรายการเคลื่อนไหวของบัญชีให้ดูแบบรายวัน สามารถให้ดูย้อนหลังได้” (น.ส. L อายุ 27 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 ธันวาคม 2558)

(3) บริการที่เลือกใช้น้อยที่สุดในแอปพลิเคชัน SCB Easy โดยส่วนใหญ่บอกว่าไม่เคยใช้บริการการจ่ายบิลเลย:

“ไม่เคยใช้บริการการจ่ายบิล เพราะต้องการเอกสารหลักฐานการชำระเงินตัวจริงมากกว่า กังวลกลัวว่าบางทีระบบอาจมีปัญหา แล้วเกิดความวุ่นวายตามมาเลยเลือกที่จะไม่ใช้ และไปจ่ายตามเคาน์เตอร์เองดีกว่า” (น.ส. B อายุ 35 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 พฤศจิกายน 2558)

(4) ระยะเวลาเฉลี่ยจำนวนครั้งการเข้าใช้งานแอปพลิเคชัน SCB Easy ต่อเดือน จากกลุ่มผู้การสื่อสารส่วนบุคคลทั้งหมด 12 คน ได้ผลออกมา ดังนี้:

5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 7 คน

5-10 ครั้งต่อเดือน จำนวน 4 คน

มากกว่า 20 ครั้ง จำนวน 1 คน

ผลจากการการสื่อสารส่วนบุคคล สรุปได้ว่าพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน SCB Easy โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานเลือกใช้บริการสอบถามยอดเงินมากที่สุด เพราะ ความสะดวก และมีข้อมูลรายละเอียดชัดเจน นอกจากนั้นบริการที่ผู้ให้บริการไม่เคยเลือกใช้ คือ บริการการจ่ายบิล และมีระยะเวลาเฉลี่ยการเข้าใช้งานแอปพลิเคชัน SCB Easy ประมาณ 5 ครั้งต่อเดือน

4.2.4 ความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์ โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจด้านความปลอดภัยมากที่สุด:

“พึงพอใจในความปลอดภัยของแอปพลิเคชัน เพราะรู้สึกปลอดภัยตั้งแต่ขั้นตอนล็อกอิน ของการเข้าใช้งานจะมีการใส่รหัส 4 หลักก่อน และใส่ User กับ Password อีกครั้งหนึ่ง และส่วนขั้นตอนของการโอนจะต้องมีการใส่รหัส OTP ด้วยทุกครั้ง เอาจริง ๆ มันยุ่งยากนะ แต่เราก็มั่นใจปลอดภัยดี มันอุ่นใจว่าเงินจะไปถึงบัญชีปลายทางแน่นอน” (น.ส. K อายุ 26 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 ธันวาคม 2558)

แต่จากการการสื่อสารส่วนบุคคลก็มีผู้ให้การสื่อสารส่วนบุคคลบางคนบอกว่า ฟังพอใจแอปพลิเคชันนี้ตรงความสะดวก:

“ก็พอใจตรงมันทำให้สะดวก ประหยัดเวลามากขึ้น ไม่ต้องออกไปที่ธนาคารเองก็สามารถโอนเงินอะไรได้ และแอปฯนี้ สามารถโอนเงินด้วยสัญญาณ Wifi ได้ ซึ่งของ K-Mobile Banking Plus ทำไม่ได้” (น.ส. C อายุ 27 ปี ธุรกิจส่วนตัว, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 พฤศจิกายน 2558)

ผลจากการการสื่อสารส่วนบุคคล สรุปได้ว่าโดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจด้านความปลอดภัยมากที่สุด เพราะ ขั้นตอนการเข้าระบบใช้งานมีการใส่รหัสผ่าน 2 ขั้นตอน และขั้นตอนของบริการโอนเงินจะต้องใส่รหัส OTP ทุกครั้ง เพื่อความปลอดภัย

#### 4.3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกรุงไทย และแอปพลิเคชัน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์

4.3.1 ความแตกต่างของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy จากการการสื่อสารส่วนบุคคล โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานบอกว่าแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus ใช้งานได้ง่ายกว่าแอปพลิเคชันของ SCB Easy แต่แอปพลิเคชันของ SCB Easy ด้มความปลอดภัยมากกว่าแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus

“จากการใช้งานมา คิดว่า แอปฯ ของ K-Mobile Banking ใช้งานได้ง่ายกว่าตั้งแต่ขั้นตอนการล็อกอินเข้าระบบ อย่งใช้ไอโฟนก็สามารถสแกนนิ้วแทนการใส่รหัสตัวเลขได้ทันที แต่ถ้าเป็นโทรศัพท์ระบบอื่นอาจจะยังใช้สแกนนิ้วไม่ได้ ส่วนแอปฯ ของ SCB Easy จะด้มความปลอดภัยที่แน่นหนากว่า แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดเลย ขั้นตอนล็อกอินของแอปฯ SCB Easy จะต้องมีการใส่รหัส 4 หลักก่อน แล้วค่อยใส่ User Name กับ Password ด้มความปลอดภัยดี” (น.ส. G อายุ 33 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 ธันวาคม 2558)

นอกจากนั้นก็มีผู้ให้การสื่อสารส่วนบุคคลบางคนได้บอกถึงความแตกต่างว่าแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus มีรูปแบบแอปพลิเคชันที่สวยงาม น่าใช้มากกว่าแอปพลิเคชันของ SCB Easy:

“K-Mobile Banking Plus มีรูปแบบแอปพลิเคชันที่น่าใช้งาน สวยงานทันสมัย สามารถตกแต่งภาพพื้นหลังได้ด้วยตัวเอง จะเอาภาพเราเองมาตั้งเป็นภาพพื้นหลังก็ได้ ซึ่งถ้าเทียบกับ

แอปฯ ของ SCB จะมีหน้าแอปฯ ที่เรียบ ไม่มีลูกเล่น ใช้สีม่วงทั้งแอปฯ” (น.ส. H อายุ 24 ปี นักศึกษาปริญญาโท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 14 ธันวาคม 2558)

ผลจากการการสื่อสารส่วนบุคคล สรุปได้ว่าความแตกต่างระหว่างแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานบอกว่า แอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus ใช้งานได้ง่าย มีรูปแบบแอปพลิเคชันที่สวยงาม ทันสมัย ส่วนแอปพลิเคชันของ SCB Easy ภูมิความปลอดภัยที่ดี

4.3.2 จุดเด่นหรือข้อดีของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และแอปพลิเคชัน SCB Easy โดยผู้ทำวิจัยจะแยกผลการวิจัยออกเป็น 2 ข้อ ดังนี้

(1) จุดเด่นหรือข้อดีของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานมีความเห็นว่า จุดเด่นของแอปพลิเคชัน K-Mobile Baking Plus คือ ความสะดวก และใช้งานได้ง่าย:

“K-Mobile Banking Plus เป็นแอปฯ ที่ใช้งานง่าย ใช้แล้วได้ความสะดวกมากขึ้นกับการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ มีระบบสแกนนิ้วมือแทนการใส่รหัสผ่านเป็นตัวเลขในการล็อกอินเข้าใช้งาน” (น.ส. K อายุ 26 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 ธันวาคม 2558)

นอกจากนั้น มีผู้ให้การสื่อสารส่วนบุคคลบางคนได้บอกถึงจุดเด่นของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ว่านอกจากความสะดวก และใช้งานง่ายแล้ว ยังมีจุดเด่นด้านการออกแบบรูปแบบแอปพลิเคชันที่สวยงาม และมีบริการเสริมต่าง ๆ ภายในแอปพลิเคชันด้วย:

“จุดเด่นของ K-Mobile Banking Plus ที่คิดว่าเรามีพวกบริการเสริมเยอะดีนะ สามารถ ดูอัตราแลกเปลี่ยนพวกสกุลเงินใหญ่ ๆ ได้ มีสิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าของธนาคารบอกภายในแอปฯ และจุดเด่นอีกอย่างก็คือรูปลักษณ์ของแอปฯ ที่สวย ดูทันสมัย นำใช้งาน” (น.ส. E อายุ 38 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 ธันวาคม 2558)

(2) จุดเด่นหรือข้อดีของแอปพลิเคชัน SCB Easy โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานบอกว่า จุดเด่นของ SCB Easy คือ ด้านความปลอดภัยสูง:

“แอปฯ SCB Easy มีระบบความปลอดภัยหลายขั้นตอน ตั้งแต่ขั้นตอนของการเข้าใช้งาน ต้องใส่รหัส 4 หลักก่อน แล้วค่อยใส่ชื่อ และรหัส อีกรอบ เวลาทำรายการโอนเงิน ก็ต้องใส่รหัส OTP ที่จะส่งเข้าเบอร์โทรศัพท์ของเราทุกครั้ง เมื่อทำรายการโอน และจะมีการส่งอีเมลบอกทุกครั้ง

เข้ามาใช้งาน” (น.ส. B อายุ 35 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 พฤศจิกายน 2558)

นอกจากนั้น มีผู้การสื่อสารส่วนบุคคลบางคนที่บอกว่า จุดเด่นของแอปพลิเคชัน SCB Easy คือการโอนเงินได้ทั้งสัญญาณของโทรศัพท์มือถือ และสัญญาณ Wifi:

“แอปฯ ของ SCB Easy จะสามารถโอนเงินผ่านสัญญาณ wifi ซึ่งของ K-Mobile Banking Plus ไม่สามารถทำได้” (น.ส. C อายุ 27 ปี ธุรกิจส่วนตัว, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 พฤศจิกายน 2558)

ผลจากการการสื่อสารส่วนบุคคลจุดเด่น หรือข้อดีของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานมีความเห็นว่าจุดเด่นของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus คือ ความสะดวก และใช้งานได้ง่าย นอกจากนี้มีผู้ให้การสื่อสารส่วนบุคคลบางคนบอกว่าจุดเด่น คือ การออกแบบรูปแบบแอปพลิเคชันที่สวยงาม ส่วนจุดเด่น หรือข้อดีของแอปพลิเคชัน SCB Easy โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานบอกว่าจุดเด่น หรือข้อดีของแอปพลิเคชัน SCB Easy คือ ด้านความปลอดภัยสูง นอกจากนี้มีผู้ให้การสื่อสารส่วนบุคคลบางคนบอกว่าจุดเด่น คือ บริการการโอนเงินได้ทั้งสัญญาณ โทรศัพท์มือถือ และสัญญาณ Wifi

4.3.3 จุดด้อยหรือข้อเสียของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และแอปพลิเคชัน SCB Easy โดยผู้ทำวิจัยจะแยกผลการวิจัยออกเป็น 2 ข้อ ดังนี้

(1) จุดด้อยหรือข้อเสียของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานมีความเห็นว่า จุดด้อยของแอปพลิเคชัน K-Mobile Baking Plus เป็นด้านความกังวลในความปลอดภัย เพราะ มีข่าวการโดน Hack บ่อยครั้ง:

“กังวลเรื่องความปลอดภัยของแอปฯ K-Mobile Banking Plus เพราะมีข่าวถูก Hack บ่อย เลยไม่ค่อยมั่นใจสักเท่าไร” (น.ส. F อายุ 25 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 4 ธันวาคม 2558)

และจากการการสื่อสารส่วนบุคคล ก็มีผู้ให้การสื่อสารส่วนบุคคลบางคนบอกว่าจุดด้อยของ K-Mobile Banking Plus คือด้านการบริการ การโอนเงินที่ไม่สามารถให้ใช้บริการผ่านสัญญาณอินเทอร์เน็ต Wifi ได้:

“K-Mobile Banking Plus ไม่สามารถโอนเงินผ่าน Wifi ได้ บางที่ต้องการโอนเงินเร่งด่วน และสัญญาณโทรศัพท์บางที่มันใช้ไม่ได้ อย่างตอนไปต่างประเทศ แต่มีสัญญาณ Wifi ให้ใช้ มันก็ไม่สามารถโอนเงินได้” (น.ส. B อายุ 35 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล,

29 พฤศจิกายน 2558)

(2) จุดด้อยหรือข้อด้อยของแอปพลิเคชัน SCB Easy โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานบอกว่าจุดด้อยของ SCB Easy คือ ระบบของแอปพลิเคชันทำงานช้า บางครั้งระบบค้าง:

“แอปฯ ของ SCB Easy ระบบค่อนข้างทำงานช้า เช่น กว่าจะล็อกอินเข้าได้ ระบบจะนิ่งไป สักพักถึงจะดึงเข้ามาหน้าใส่ User กับ Password และเวลาจะออกจากระบบบางครั้งระบบค้าง ต้องทำหลายครั้งกว่าจะออกได้” (น.ส. D อายุ 23 ปี นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 4 ธันวาคม 2558)

นอกจากนั้นผู้การสื่อสารส่วนบุคคลบางคน บอกว่าจุดด้อยของแอปพลิเคชัน SCB Easy คือ การออกแบบระบบให้ใช้งานได้ยากซับซ้อนเกินไป:

“เมนูในแอปพลิเคชันของ SCB Easy ใช้งาน มีขั้นตอนซับซ้อนมากเกินไป บางครั้งจะรีบ ๆ โอนเงิน ก็มีเหตุหืดเหมือนกันนะ กว่าจะเข้าระบบได้ต้องใส่รหัส 2 ขั้นตอน พอจะโอนเงินก็ต้องมาใส่เลขที่บัญชีอีก 10 ตัว ทำรายการผ่านประวัติเดิมไม่ได้ โอนทุกครั้งก็ต้องมาใส่ทุกครั้ง จะยกเว้นก็พวกบัญชีที่บันทึกเป็นรายการโปรดเอาไว้ พอถึงขั้นตอนจะกดยอมรับโอนเงิน ต้องรอโค้ด OTP อีก ถ้ารีบ ๆ ก็ไม่ควรโอนผ่านแอปฯ SCB เพราะขั้นตอนเยอะจริง ๆ” (น.ส. H อายุ 24 ปี นักศึกษาปริญญาโท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 14 ธันวาคม 2558)

ผลจากการการสื่อสารส่วนบุคคล สรุปได้ว่าจุดด้อยหรือข้อเสียของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานมีความเห็นว่าจุดด้อย หรือข้อเสียของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus คือ ด้านความปลอดภัย เพราะมีข่าวการโดน Hack ข้อมูลบ่อยครั้ง และไม่สามารถใช้บริการการโอนเงินผ่านสัญญาณ Wifi ส่วนจุดด้อยหรือข้อเสียของแอปพลิเคชัน SCB Easy โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานบอกว่าระบบการทำงานของแอปพลิเคชันทำงานช้า บางครั้งระบบค้าง และมีรูปแบบแอปพลิเคชันที่ใช้งานยาก

4.3.4 การเปรียบเทียบความชื่นชอบในการใช้บริการแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus และ แอปพลิเคชัน SCB Easy โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานมีความชื่นชอบแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus มากกว่า:

“ชอบของ K-Mobile Banking Plus มากกว่า เพราะ สามารถโอนเงินจำนวนเงินต่อวันได้เยอะกว่าแอปฯ ของ SCB Easy เพราะเราต้องโอนเงินต่อวันเยอะทำธุรกิจเดินเทรด มันสะดวกไม่ต้องออกไปที่ธนาคารเอง เราก็สามารถเช็คยอด โอนเงินผ่านแอปฯ นี้ได้เลย ทำให้

ประหยัดเวลาไปได้เยอะ ได้เอาเวลามาดูแลตัวรถเอง ไม่ต้องทิ้งไว้ให้ลูกน้องดูแล แล้วเราต้องคอยออกไปธนาคารทุกครั้งที่เวลาซื้อ-ขายรถได้” (น.ส. A อายุ 28 ปี ธุรกิจส่วนตัว, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 พฤศจิกายน 2558)

นอกจากนั้น มีผู้ให้การสื่อสารส่วนบุคคลได้ให้การสื่อสารส่วนบุคคลว่ามีความชื่นชอบแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking มากกว่าแอปพลิเคชัน SCB Easy ด้วยเหตุผลที่ใช้งานสะดวก:

“ชอบ K-Mobile Banking Plus มากกว่า เพราะแอฟฯ ใช้งานง่าย รูปแบบหน้าตาของแอปพลิเคชันก็ดูสวย ทันสมัย นำใช้งาน และมีบริการบันทึกสลิปให้อัตโนมัติ ซึ่งอันนี้ชอบมาก ๆ ไม่ต้องกลัวหลงลืมว่าจะลืมบันทึกการทำรายการเลย” (น.ส. J อายุ 22 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 17 ธันวาคม 2558)

ผลจากการการสื่อสารส่วนบุคคล สรุปได้ว่าการเปรียบเทียบความชื่นชอบในการใช้บริการแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานชื่นชอบแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus มากกว่า เพราะ ความสะดวก ประหยัดเวลา ใช้งานง่าย และมีรูปแบบแอปพลิเคชันที่สวยงาม ดูทันสมัย

4.3.5 ข้อปรับปรุงหลังการใช้งานแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy โดยผู้ทำวิจัยจะแยกผลการวิจัยออกเป็น 2 ข้อ ดังนี้

(1) ข้อปรับปรุงของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ผู้ให้การสื่อสารส่วนบุคคลส่วนใหญ่คิดว่าควรปรับปรุงส่วนของการบริการต่าง ๆ:

“ควรทำการปรับปรุงให้สามารถโอนเงินผ่านสัญญาณ Wifi ได้ และปรับปรุงระบบการจ่ายบิลด้วยบาร์โค้ดให้มีความเสถียรมากกว่านี้ เพราะตอนนี้บางครั้งก็ใช้ได้ บางครั้งก็ใช้ไม่ได้ และการบันทึกรายการโปรดที่ใช้เป็นประจำ อยากรู้ให้เลือกบันทึกเฉพาะชื่อและเลขที่บัญชีเท่านั้น ไม่ต้องให้บันทึกยอดเงินไปด้วย เพราะเคยมีบางครั้งที่พลาดกดทำรายการโดยที่ยังไม่ได้แก้ไขตัวเลขยอดเดิมออก” (น.ส. L อายุ 27 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 ธันวาคม 2558)

นอกจากนั้น มีผู้ให้การสื่อสารส่วนบุคคลบางคนก็บอกว่าควรทำการปรับปรุงเรื่องความปลอดภัยให้มีความมั่นคงกว่านี้ เพื่อความมั่นใจของผู้ใช้งาน:

“K-Mobile Banking Plus ควรปรับปรุงความปลอดภัยให้มากกว่านี้ เพราะมีข่าวการโดน Hack เข้าระบบบ่อยมาก ถ้ายังไม่แก้ไขปัญหาดังนี้ และยังมีข่าวเกิดขึ้นมาอีก มันก็ทำให้เรา

ไม่มั่นใจและคงจะใช้น้อยลงนะ ถ้าเป็นการโอนเงินยอดเยอะ ๆ เราก็คงไปทำที่ธนาคารด้วยตัวเอง ดีกว่า มันรู้สึกสบายใจไม่ต้องมากังวลว่าบัญชีเราจะถูกแอบ Hack ระหว่างการทำบริการโอนเงินอะไร หรือเปล่า” (น.ส. C อายุ 27 ปี ธุรกิจส่วนตัว, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 พฤศจิกายน 2558)

(2) ข้อปรับปรุงของแอปพลิเคชัน SCB Easy ผู้ให้การสื่อสารส่วนบุคคลส่วนใหญ่คิดว่าควรปรับปรุงการออกแบบแอปพลิเคชัน ให้ใช้งานได้ง่ายขึ้น:

“อยากให้แอปฯ ของ SCB ลดความยุ่งยากในการใช้งาน ให้ใช้งานได้ง่ายกว่านี้ เช่น ลดการใส่รหัสผ่าน เหลือเพียงขั้นตอนเดียวในการเข้าสู่ระบบใช้งานแอปพลิเคชัน” (น.ส. B อายุ 35 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 พฤศจิกายน 2558)

จากการการสื่อสารส่วนบุคคล มีผู้ใช้งานบางคนเห็นว่าแอปพลิเคชันของ SCB Easy ควรทำการปรับปรุงด้านระบบให้ทำงานได้เสถียรกว่านี้:

“SCB Easy ควรปรับปรุงระบบของแอปพลิเคชันให้ทำงานได้เสถียรกว่านี้ เวลาใช้งานจะได้ไม่เจอปัญหาแอปฯค้าง กำลังกด ๆ ทำรายการอยู่ จะได้ไม่เจอปัญหาหน้าจอค้าง และเวลาออกจากระบบก็ปรับปรุงให้ทำงานรวดเร็วขึ้น ไม่ใช่ต้องรอหรือกดหลาย ๆ รอบ ซ้ำ ๆ” (น.ส. E อายุ 38 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 ธันวาคม 2558)

ผลจากการการสื่อสารส่วนบุคคล สรุปได้ว่าข้อปรับปรุงหลังการใช้งานแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานมีความเห็นว่าแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus ควรปรับปรุงให้สามารถทำธุรกรรมการเงิน ผ่านสัญญาณ Wifi ได้ และปรับปรุงระบบการจ่ายบิลให้ครอบคลุมและมีความเสถียร ส่วนแอปพลิเคชัน SCB Easy ผู้ใช้งานมีความเห็นว่าแอปพลิเคชัน SCB Easy ควรปรับปรุงระบบให้มีความเสถียร และลดความยุ่งยากในการใช้งาน

4.3.6 ความต้องการเพิ่มเติมด้านการบริการ และการใช้งานแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy โดยผู้ทำวิจัยจะแยกผลการวิจัยออกเป็น 2 ข้อ ดังนี้

(1) ความต้องการเพิ่มเติมด้านการบริการ และการใช้งานของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานต้องการให้แอปพลิเคชันมีบริการสิทธิพิเศษต่าง ๆ เพิ่มเติมสำหรับลูกค้า และมีบริการฟรีค่าธรรมเนียมในกรณีที่โอนเงินระหว่างธนาคาร:

“อยากให้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus มีบริการสิทธิพิเศษต่าง ๆ ให้กับลูกค้ามากขึ้น และอยากให้มีการฟรีค่าธรรมเนียม ในกรณีที่มีการโอนเงินระหว่างธนาคารจะได้เป็น

การเพิ่มช่องทาง หรือแรงกระตุ้นให้อยากใช้งานแอปพลิเคชันมากยิ่งขึ้น” (น.ส. C อายุ 27 ปี ธุรกิจส่วนตัว, การสื่อสารส่วนบุคคล, 29 พฤศจิกายน 2558)

(2) ความต้องการเพิ่มเติมด้านการบริการ และการใช้งานของแอปพลิเคชัน SCB Easy โดยส่วนใหญ่ต้องการให้เพิ่มเติมบริการด้านการจ่ายบิลให้ครอบคลุมกว่านี้:

“อยากให้มีเพิ่มเติมบริการการจองตั๋วเครื่องบิน และสามารถชำระจ่ายผ่านทางแอปฯ ได้เลย รวมถึงอยากให้มีบริษัทที่เข้าร่วมการจ่ายบิลให้มากขึ้น และมีช่องทางการบริจาคเงินให้กับมูลนิธิต่าง ๆ ผ่านแอปฯ ด้วย” (น.ส. J อายุ 22 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 17 ธันวาคม 2558)

ผลจากการสื่อสารส่วนบุคคล สรุปได้ว่าโดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานต้องการเพิ่มเติมด้านการบริการ และการใช้งานของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy โดยผู้ใช้งานมีความต้องการให้แอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus เพิ่มเติมบริการ และสิทธิพิเศษต่าง ๆ ให้มากขึ้น และต้องการให้มีบริการงดค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมการเงิน ส่วนความต้องการเพิ่มเติมของแอปพลิเคชัน SCB Easy โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานต้องการให้มีบริการสั่ง จอง ชื้อ และชำระ บัตรโดยสารเครื่องบิน และมีช่องทางการบริจาคเงินให้กับมูลนิธิต่าง ๆ ผ่านแอปพลิเคชัน

4.3.7 ข้อเสนอแนะและบริการเพิ่มเติมของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy โดยส่วนรวมผู้ใช้งานอยากให้อีก 2 ธนาคาร ทำการพัฒนาแอปพลิเคชัน และบริการใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อสิทธิประโยชน์ของลูกค้า:

“อยากให้อีก 2 ธนาคาร พัฒนาแอปพลิเคชันและระบบให้ดีขึ้นไปอย่างต่อเนื่อง และเพิ่มเติมสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ให้กับลูกค้า เพื่อเป็นการดึงดูดใจและเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันของทั้ง 2 ธนาคารด้วยเช่นกัน” (น.ส. L อายุ 27 ปี พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 ธันวาคม 2558)

ผลจากการสื่อสารส่วนบุคคล ข้อเสนอแนะและการบริการเพิ่มเติม สรุปได้ว่าโดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานต้องการให้ธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ พัฒนาแอปพลิเคชันและระบบให้ต่อเนื่อง และเพิ่มเติมสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ให้กับลูกค้า



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์ของธนาคารกสิกรไทยและธนาคารไทยพาณิชย์” มีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาปัจจัยของผู้ใช้งานในการเลือกใช้อัปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย, ศึกษาปัจจัยของผู้ใช้งานในการเลือกใช้อัปพลิเคชัน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์ และศึกษาการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย และ แอปพลิเคชัน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์ ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวิธีการศึกษาเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลเชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์ของธนาคารกสิกรไทยและธนาคารไทยพาณิชย์ จำนวน 12 คน จากการสุ่มตัวอย่างแบบบอกต่อ (Snowball Sampling) และใช้วิธีการแบ่งตามกลุ่มพื้นที่การปฏิบัติงานของสำนักงาน 6 กลุ่มเขตใหญ่ในจำนวนทั้งหมด 50 เขตในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการศึกษาเรื่อง “การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์ของธนาคารกสิกรไทยและธนาคารไทยพาณิชย์” โดยเรียงตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

##### 5.1.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้งานเลือกใช้อัปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus

ปัจจัยที่ทำให้เลือกใช้อัปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ของผู้ใช้งาน มีหลายปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ดังนี้

1) การรับรู้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus โดยส่วนรวมแล้วผู้ใช้งานรู้จักจากพนักงานสาขาของธนาคารกสิกรไทย นอกจากนั้นก็มีการรู้จักจากอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ของธนาคารกสิกรไทย และรู้จักจากครอบครัวแนะนำให้ใช้

2) การทำการดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus โดยส่วนรวมแล้วผู้ใช้งานให้พนักงานสาขาธนาคารทำการดาวน์โหลดติดตั้งให้ทุกขั้นตอน นอกจากนั้นมีบางคนที่ทำการดาวน์โหลดติดตั้งด้วยตนเอง

3) เหตุผลในการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus โดยส่วนรวม ผู้ใช้งานเลือกใช้ เพราะสะดวก เช่น ทำให้ประหยัดเวลา, สะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงิน, ใช้งานได้ง่าย และทำได้หลายบริการในแอปพลิเคชันเดียว

4) การรับรู้เกี่ยวกับแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ก่อนเริ่มการใช้งาน โดยส่วนรวมผู้ใช้งานมีการรับรู้ที่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ, ใช้งานได้แทนตู้เอทีเอ็ม เช่น การโอนเงิน, สอบถามยอดเงิน, การจ่ายบิล และสามารถเติมเงินบัตรเครดิตเพิร์สของ 7-11

5) ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคารกสิกรไทย โดยส่วนรวมบอกว่าธนาคารมีความน่าเชื่อถือ เป็นธนาคารชั้นนำของไทย, มีความปลอดภัย, เชื่อมั่นในชื่อเสียงของธนาคาร และไว้วางใจเลือกใช้บริการกับธนาคารกสิกรไทยมายาวนาน

6) ระยะเวลาของการใช้บริการแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus โดยส่วนรวมมีการใช้งานแอปพลิเคชันมาแล้ว ไม่เกิน 5 ปี

7) บริการที่เลือกใช้บ่อยที่สุดในแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus โดยส่วนรวมเลือกใช้บริการการโอนเงินบ่อยที่สุด เพราะใช้งานง่าย, มีความรวดเร็ว, มีสลิปบันทึกอัตโนมัติ และเลือกใช้เพราะโอนเงินบัญชีของธนาคารกสิกรอยู่เป็นประจำ

8) บริการที่เลือกใช้น้อยที่สุดในแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus โดยส่วนรวมบริการที่ไม่เคยใช้ คือ บริการเติมเงิน เพราะ ใช้โทรศัพท์แบบรายเดือน, ไม่มั่นใจว่าเติมเงินแล้วจะไปถึงปลายทางหรือไม่

9) ความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus โดยส่วนรวมผู้ใช้งานจะมีความพึงพอใจเพราะความสะดวก เช่น ไม่ต้องไปที่ธนาคารหรือตู้เอทีเอ็ม, ประหยัดเวลา, ใช้งานได้ง่าย เช่นการสแกนนิ้วมือในการเข้าสู่ระบบแทนการใส่รหัสผ่านเป็นตัวเลข, มีความปลอดภัย, ทำงานได้รวดเร็ว และแอปพลิเคชันสวยดูทันสมัย สามารถตกแต่งรูปภาพพื้นหลังได้

10) ระยะเวลาเฉลี่ยจำนวนครั้งการเข้าใช้งานแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ต่อเดือน โดยส่วนรวมมีการเข้าใช้งานแอปพลิเคชันประมาณ 10 ครั้งต่อเดือน

5.1.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้งานเลือกใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์

ปัจจัยที่ทำให้เลือกใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy ของผู้ใช้งาน มีหลายปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ดังนี้

- 1) การรับรู้แอปพลิเคชัน SCB Easy โดยส่วนรวมแล้วผู้ใช้งานรู้จักจากอินเทอร์เน็ต และเว็บไซต์ของธนาคารไทยพาณิชย์ นอกจากนั้นรู้จักจากครอบครัวและเพื่อนแนะนำให้ใช้ และรู้จักจากพนักงานของธนาคาร
- 2) การทำการดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน SCB Easy โดยส่วนรวมแล้วผู้ใช้งานทำการดาวน์โหลดติดตั้งด้วยตนเอง นอกจากนั้นก็มีบางคนให้พนักงานธนาคารทำการดาวน์โหลดให้
- 3) เหตุผลในการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy โดยส่วนรวมผู้ใช้งานเลือกใช้ เพราะสะดวก เช่น ความสะดวกสบายในการทำธุรกรรมทางการเงิน, ประหยัดเวลาไม่ต้องเดินทางไป ที่ธนาคาร, ใช้บัญชีธนาคารนี้เป็นบัญชีเงินเดือนและต้องมีการโอนเป็นประจำเลยตัดสินใจใช้, มีความปลอดภัย นอกจากนั้นก็มีบางคนที่ยกกว่าตัดสินใจเลือกใช้เพราะเอาไว้เป็นบัญชีสำรอง
- 4) การรับรู้เกี่ยวกับแอปพลิเคชัน SCB Easy ก่อนเริ่มการใช้งาน โดยส่วนรวม ผู้ใช้งานมีการรับรู้ว่าจะสามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ, ใช้งานได้แทนตู้เอทีเอ็ม เช่น การโอนเงิน, สอบถามยอดเงิน, การจ่ายบิล และมีแจ้งตำแหน่งสาขาของธนาคารที่ตั้งอยู่ใกล้พื้นที่ที่เราใช้งานอยู่
- 5) ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคารไทยพาณิชย์ โดยส่วนรวมบอกว่าธนาคาร คุ้นเคยความน่าเชื่อถือ, มีมาตรฐาน, มีความปลอดภัย, มีความมั่นใจการบริการที่รวดเร็วของธนาคาร และเชื่อมั่นในชื่อเสียงที่เป็นธนาคารแห่งแรกของประเทศไทย
- 6) ระยะเวลาของการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB Easy โดยส่วนรวมมีการใช้งาน แอปพลิเคชันมาแล้วประมาณไม่เกิน 5 ปี
- 7) บริการที่เลือกใช้บ่อยที่สุดในแอปพลิเคชัน SCB Easy โดยส่วนรวมเลือกใช้ บริการสอบถามยอดเงิน เพราะ สะดวกในการใช้งาน, มีข้อมูลบอกละเอียดชัดเจน นอกจากนั้นก็มีส่วนเลือกใช้บริการการโอนเงิน เพราะมีความสะดวก ไม่ต้องไปออกไปโอนเงินที่สาขาของธนาคาร หรือตู้เอทีเอ็ม
- 8) บริการที่เลือกใช้น้อยที่สุดในแอปพลิเคชัน SCB Easy โดยส่วนรวมบริการที่ไม่เคยใช้ คือ การจ่ายบิล เพราะ ต้องการเอกสารหลักฐานการจ่ายตัวจริงมากกว่า, ไม่ได้เป็นผู้รับผิดชอบ ค่าใช้จ่าย เลยไม่มีความจำเป็นใช้บริการด้านนี้, ไม่เลือกใช้ เพราะแอปพลิเคชันออกแบบใช้งานยุ่งยาก กับขั้นตอนการจ่าย ใช้งานไม่สะดวก
- 9) ความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน SCB Easy โดยส่วนรวมผู้ใช้งานจะมีความพึงพอใจด้านความปลอดภัย เช่น มีการแจ้งเตือนทางอีเมลทุกครั้งเมื่อมีการเข้าใช้งานแอปพลิเคชัน มีการใส่รหัสผ่านถึง 2 ครั้งในการเข้าใช้งานและ ด้านความสะดวก เช่น ประหยัดเวลา, ไม่ต้องเดินทางไปธนาคารเอง และสามารถโอนเงินได้ทั้งสัญญาณอินเทอร์เน็ตของโทรศัพท์มือถือ และ สัญญาณ Wifi

10) ระยะเวลาเฉลี่ยจำนวนครั้งการใช้งานแอปพลิเคชัน SCB Easy ประมาณ 5 ครั้งต่อเดือน

5.1.3 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย และ แอปพลิเคชัน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์

จากที่ผู้ใช้งานได้ใช้งานแอปพลิเคชันทั้งของ K-Mobile Banking และ SCB Easy ผู้ใช้งานได้เห็นถึงข้อเปรียบเทียบ และความแตกต่าง ซึ่งสามารถวิเคราะห์ออกมาได้ ดังนี้

1) ความแตกต่างของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy โดยส่วนรวมผู้ใช้งานบอกว่าแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus จะใช้งานได้ง่ายกว่า เช่น มีระบบสแกนนิ้วมือในการเข้าสู่ระบบ, มีรูปแบบแอปพลิเคชันที่สวยงามกว่า ดูทันสมัย, สามารถตกแต่งภาพพื้นหลังของแอปพลิเคชันได้ด้วยตนเอง และมีสลิปหลักฐานการทำรายการบันทึกให้อัตโนมัติ ส่วนแอปพลิเคชันของ SCB Easy โดยส่วนรวมผู้ใช้งานบอกว่า มีความปลอดภัยที่สูงกว่า เช่น มีการใส่รหัสผ่าน 2 ขั้นตอนในการเข้าสู่ระบบ, มีการแจ้งเตือนทางอีเมลทุกครั้งเมื่อมีการใช้งาน และเมื่อทำการโอนเงินต้องทำการใส่รหัส OTP ด้วยทุกครั้ง โดยสรุปความแตกต่างที่ชัดเจน คือ แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus มีความสะดวกมากกว่าแอปพลิเคชัน SCB Easy แต่แอปพลิเคชัน SCB Easy มีความปลอดภัยมากกว่าแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus

2) จุดเด่นหรือข้อดีของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy โดยส่วนรวมผู้ใช้งานมีความเห็นว่าแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus มีจุดเด่นด้านการใช้งานง่าย มีความสะดวก เช่น ใส่รหัสขั้นตอนเดียว ในการใช้งาน, สามารถเช็คอัตราเงินแลกเปลี่ยน, มีสลิปรูปภาพบันทึกให้อัตโนมัติ, มีระบบสแกนนิ้วมือในการใช้งานแทนการใส่รหัสแบบตัวเลข และมีรูปแบบแอปพลิเคชันที่สวยงาม ดูทันสมัย ส่วนแอปพลิเคชัน SCB Easy มีจุดเด่นหรือข้อดีด้านความปลอดภัยสูง เช่น เมื่อมีการใช้งานแอปพลิเคชันจะมีการแจ้งเตือนผ่านทางอีเมลทุกครั้ง, มีความปลอดภัยตั้งแต่ขั้นตอนการใช้งานและขั้นตอนของการโอนเงิน และสามารถโอนเงินผ่านสัญญาณ Wifi ได้

3) จุดด้อยหรือข้อเสียของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy โดยส่วนรวมผู้ใช้งานมีความเห็นว่าแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ไม่สามารถทำการโอนเงินผ่านสัญญาณ Wifi ได้ และมีความกังวลด้านความปลอดภัย เพราะมีข่าวโดน Hack ระบบบ่อยครั้ง ส่วนแอปพลิเคชัน SCB Easy มีจุดด้อยหรือข้อเสีย คือ แอปพลิเคชันใช้งานยากซับซ้อน เช่น ระบบทำงานช้า และแอปพลิเคชันออกแบบมาให้ใช้งานได้ยาก มีความซับซ้อน

4) เปรียบเทียบความชื่นชอบในการใช้บริการแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy โดยส่วนรวมผู้ใช้งานมีความชื่นชอบแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking

Plus มากกว่า เพราะ โอนจำนวนเงินต่อวันได้เยอะกว่า, ใช้งานได้ง่ายและมีความสะดวกรวดเร็ว  
มากกว่า, แอปพลิเคชันมีรูปแบบน่าใช้งาน สวย และดูทันสมัย และมีสลิปบันทึกหลักฐานบันทึก  
อัตโนมัติ

5) ข้อปรับปรุงหลังการใช้งานแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus และ  
SCB Easy โดยส่วนรวมผู้ใช้งานให้ความเห็นว่า แอปพลิเคชัน K-mobile Banking Plus ควรปรับปรุง  
เรื่องความปลอดภัยให้มากขึ้น, ให้สามารถโอนเงินผ่านสัญญาณ Wifi ได้, ปรับปรุงการทำบันทึก  
รายการโปรดโดยไม่ให้บันทึกยอดเงินด้วย และปรับปรุงระบบการจ่ายบิลให้สามารถจ่ายบิลผ่าน  
บาร์โค้ดครอบคลุมได้ทุกบริษัท ส่วนแอปพลิเคชัน SCB Easy มีข้อปรับปรุง คือ ลดความยุ่งยาก  
ซับซ้อนในการใช้งาน เช่น ลดจำนวนการใส่รหัสผ่านเมื่อเข้าใช้งาน, ปรับปรุงระบบ เพราะบางครั้ง  
ระบบค้าง และปรับจำนวนเงินในบริการโอนเงินให้มีจำนวนมากขึ้น

6) ความต้องการเพิ่มเติมด้านการบริการและการใช้งานแอปพลิเคชันของ K-Mobile  
Banking Plus และ SCB Easy โดยส่วนรวมผู้ใช้งานต้องการให้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking  
Plus มีบริการสิทธิพิเศษเพิ่มเติมสำหรับลูกค้า, ฟรีค่าธรรมเนียมในการโอนเงินระหว่างธนาคาร และ  
เพิ่มเติมระบบความปลอดภัยในการเข้าใช้งานมากขึ้น ส่วนแอปพลิเคชัน SCB Easy ผู้ใช้งานต้องการ  
ให้เพิ่มเติมด้านการจ่ายบิลให้มีครอบคลุม เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าในการเลือกใช้งาน เช่น มี  
บริการจองตั๋วเครื่องบินและชำระผ่านแอปพลิเคชัน และมีบริการช่องทางการบริจาคให้มูลนิธิต่าง ๆ

7) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ของบริการแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ  
SCB Easy โดยส่วนรวมผู้ใช้งานอยากให้ทั้ง 2 ธนาคารทำการพัฒนาแอปพลิเคชันและเพิ่มเติมบริการ  
ใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อสิทธิประโยชน์ของลูกค้า

## 5.2 อภิปรายผล

ในการอภิปรายผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้งานเลือกใช้  
แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย, ปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้งานเลือกใช้แอป  
พลิเคชัน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์ และการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอป  
พลิเคชันของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์

5.2.1 ปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้งานเลือกใช้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ของธนาคาร  
กสิกรไทย

จากการศึกษาปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้งานเลือกใช้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus พบว่า  
ผู้ใช้งานมีการรับรู้ข้อมูลและรู้จักแอปพลิเคชันจากพนักงานสาขาธนาคาร อาจเป็นเพราะธนาคาร  
กสิกรไทยเน้นการเลือกใช้กลยุทธ์การสื่อสารโดยการประชาสัมพันธ์ข้อมูลกับลูกค้าจากพนักงานสาขา  
ของธนาคาร และส่วนมากพนักงานสาขาของธนาคารก็เป็นผู้ทำการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันให้ทุก

ขั้นตอน เพราะมีขั้นตอนการติดตั้งที่ยุ่งยาก ต้องมีการยืนยันการสมัครใช้งานผ่านหน้าตู้เอทีเอ็ม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิวิมล มณีเหล็ก (2554) ที่ว่าพนักงานเป็นผู้แนะนำให้รู้จักกับแอปพลิเคชัน

นอกจากนี้ยังพบว่าเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus เพราะ ความสะดวก ทำให้ประหยัดเวลา ไม่ต้องเดินทางไปธนาคาร และยังทำการได้หลายบริการในแอปพลิเคชันเดียว ซึ่งตรงกับแนวคิดของ Kreyer และคณะ (2002) ที่ว่าโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) เป็นบริการการทำธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ ที่สามารถเข้าถึงบริการของธนาคารได้อย่างสะดวกสบาย ไม่ต้องเดินทางทำธุรกรรมทางการเงินที่สาขาของธนาคาร และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิวา ฟ้าคุ้ม (2555) ที่ว่า เหตุผลที่ตัดสินใจใช้ เพราะประหยัดเวลา และรวดเร็ว นอกจากนี้ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคารกสิกรไทย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชัน เพราะ ธนาคารกสิกรไทยมีการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรที่ดีต่อผู้ใช้งาน โดยได้รับการยอมรับว่าเป็นธนาคารชั้นนำของประเทศไทย จึงมีความมั่นใจในชื่อเสียงและบริการต่าง ๆ ของธนาคาร

ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus จากการศึกษาพบว่า บริการของแอปพลิเคชันที่ผู้ใช้งานเลือกทำรายการบ่อยที่สุด คือ การโอนเงินระหว่างบัญชี เพราะใช้งานง่าย มีความรวดเร็ว และมีสลิปบันทึกอัตโนมัติ ซึ่งสอดคล้องกับประเภทของบริการธุรกรรมทางการเงินที่สามารถใช้งานบนแอปพลิเคชันของ ธนาคารกสิกรไทย (2556) ที่ว่า ในการใช้บริการการทำธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านแอปพลิเคชัน จะมีบริการหลักฐานยืนยันการทำธุรกรรมบนแอปพลิเคชันเป็นสลิปอิเล็กทรอนิกส์ และรหัสเลขที่ทำการ ส่วนบริการที่ผู้ให้บริการเลือกทำรายการน้อยที่สุดเป็นบริการการเติมเงิน เพราะส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์แบบรายเดือน และไม่มั่นใจว่าทำการเติมเงินแล้วจะไปถึงหมายเลขโทรศัพท์ที่เลือกทำการ จึงไม่ค่อยเลือกใช้บริการนี้ ส่วนการเข้าใช้งานแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus มีจำนวนการใช้งานเฉลี่ย 5-10 ครั้งต่อเดือน

ความพึงพอใจของผู้ใช้งานในการใช้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus เพราะ ความสะดวก เช่น ไม่ต้องเดินทางไปตู้เอทีเอ็ม หรือธนาคาร ก็สามารถทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือได้ทุกที่ ทุกเวลา ทำให้ประหยัดเวลาได้มากขึ้น และมีระบบการสแกนนิ้วมือในการเข้าระบบ ทำให้ใช้งานได้สะดวกยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Lotler (2000) ที่ว่า ความพึงพอใจของลูกค้า มีผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติหรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งเกิดขึ้นจากประสบการณ์และความรู้สึกของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ พรทิวา ฟ้าคุ้ม (2555) ที่ว่า คุณสมบัติทั่วไปของการให้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ คือ Mobility ผู้ใช้งานสามารถนำติดตัวไปได้ทุกที่ทุกเวลา และทำงานได้รวดเร็ว Broad Reachability

ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงการบริการที่หลากหลายได้ทุกที่ ทุกเวลา และ Convenience ผู้ใช้งานมีความสะดวกในการเชื่อมต่อใช้งานกับอุปกรณ์ และระบบเครือข่ายอื่น ๆ

### 5.2.2 ปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้งานเลือกใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy ของ ธนาคารไทยพาณิชย์

จากการศึกษาปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้งานเลือกใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy พบว่า ผู้ใช้งานรู้จักแอปพลิเคชันจากเว็บไซต์ของธนาคาร อาจเป็นเพราะธนาคารไทยพาณิชย์ใช้กลยุทธ์การสื่อสารผ่านช่องทาง การสื่อสารทางออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ มากกว่าการใช้การสื่อสารแบบออฟไลน์ ส่วนการดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานทำการดาวน์โหลดและติดตั้งแอปพลิเคชันเอง เพราะขั้นตอนการติดตั้งไม่มีความซับซ้อน ทำได้ง่ายสามารถทำได้ด้วยตนเอง ใครที่เคยใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตสามารถใช้งานได้ทันที โดยไม่ต้องสมัครใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของ ธนาคารไทยพาณิชย์ (2555) ที่ว่าแอปพลิเคชัน SCB Easy ออกแบบมาให้ใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยลูกค้าที่ใช้บริการ SCB Easy Net สามารถใช้บริการได้ทันที ไม่ต้องสมัคร

เหตุผลในการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy ส่วนใหญ่ผู้ใช้งานเลือกใช้ เพราะ ความสะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงิน และพึงพอใจด้านความปลอดภัยของทางธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สามารถ แสนภิบาล (2553) ที่ว่า เหตุผลและประโยชน์ คือ ความสะดวก ใช้งานง่าย ใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา มั่นใจด้านความปลอดภัย นอกจากนี้ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคารกสิกรไทย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชัน เพราะธนาคารไทยพาณิชย์มีการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรที่ดี มีมาตรฐาน ความปลอดภัย และเป็นธนาคารแห่งแรกของประเทศไทย

นอกจากนี้ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันของ SCB Easy จากการศึกษพบว่า บริการของแอปพลิเคชันที่ใช้บ่อยที่สุด คือ บริการสอบถามยอดเงิน เพราะมีความสะดวกในการใช้งาน และมีข้อมูลบอกละเอียดชัดเจน เช่น สามารถเรียกดูยอดบัญชีเงินฝาก สินเชื่อ และการลงทุนได้ในหน้าเดียว โดยมีรายละเอียดรายการให้ดูได้ทั้งแบบรายวัน และรายการย้อนหลัง ซึ่งสะดวกและง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูลทางบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของ ธนาคารไทยพาณิชย์ที่ว่า แอปพลิเคชัน SCB Easy คือ ความสะดวกและง่ายกว่าด้วยความสามารถในการทำธุรกรรมเสมือนเข้าใช้งานผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ ส่วนบริการที่เลือกใช้น้อยที่สุดเป็นบริการการจ่ายบิล เป็นเพราะต้องการเอกสารหลักฐานตัวจริง กลัวเจอปัญหาระบบค้างและไม่มีหลักฐานการทำรายการตัวจริง และผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระยะเวลาเฉลี่ยการเข้าใช้งานแอปพลิเคชันประมาณ 5 ครั้งต่อเดือน

ความพึงพอใจของผู้ใช้งานในการใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy จากการศึกษพบว่า ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจด้านความปลอดภัยของแอปพลิเคชัน SCB Easy เพราะ รู้สึกได้ถึงความปลอดภัยตั้งแต่ขั้นตอนล็อกอินในการเข้าใช้งาน และส่วนขั้นตอนของบริการการโอนจะมีการใส่รหัส OTP (One Time Password) ซึ่งเป็นรหัสผ่านที่ใช้ครั้งเดียว เป็นการเพิ่มความมั่นใจในความปลอดภัยทุกครั้งเมื่อ

เลือกใช้งาน นอกจากนี้ยังสามารถโอนเงินได้ผ่านสัญญาณ Wifi ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการวัดความพึงพอใจของ หทัยรัตน์ ประทุมสูตร (2542) ที่ว่า การวัดความพึงพอใจแบบแยกองค์ประกอบ โดยความพึงพอใจอาจหมายถึงความรู้สึก หรือทัศนคติที่ดีของบุคคลซึ่งมักเกิดหลังจากได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ตนเองต้องการ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิด การสร้างคุณค่าและความหมายให้กับ Digital Banking ด้าน IT Security Maximization ธนาคารจะต้องทำการพัฒนาระบบวิเคราะห์ และสามารถรับรู้ความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง มีโครงสร้างรักษาความปลอดภัยที่ดี (ธีรพันธ์ ศรีหงส์, 2557) ซึ่งทำให้ได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าอย่างมาก

### 5.2.3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์

การเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ ด้านความแตกต่างของแอปพลิเคชัน จากการศึกษาพบว่าแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus ใช้งานได้ง่ายกว่า เช่น ล็อกอินเข้าสู่ระบบได้ง่ายด้วยการใส่รหัสตัวเลข 6 หลัก หรือใช้การสแกนนิ้วแทนการใส่รหัสตัวเลข ซึ่งเทคโนโลยีนี้ถือได้ว่าเป็นเจ้าแรกของโมบายแบงกิ้ง (Mobile Banking) ที่มีการเข้าสู่ระบบได้ด้วยการสแกนนิ้วมือ แทนการใส่รหัสเป็นตัวเลขแบบเดิม ส่วนแอปพลิเคชันของ SCB Easy จากการศึกษาพบว่า แอปพลิเคชันมีความปลอดภัยมากกว่า เช่น มีขั้นตอนการล็อกอินเข้าใช้งานด้วยการใส่รหัสตัวเลข 2 ขั้นตอน นอกจากนี้บางคนได้บอกความแตกต่างของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ว่ามีรูปแบบแอปพลิเคชันที่น่าใช้งาน สวยงาม ดูทันสมัย และสามารถตกแต่งภาพพื้นหลังได้ด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของ ธนาคารกสิกรไทย (2556) ที่ว่า จุดเด่นของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus เป็นบริการธุรกรรมทางการเงินที่ใช้งานได้ง่าย ในสไตล์ที่เป็นคุณ สามารถตกแต่งแอปพลิเคชันภาพพื้นหลังได้ด้วยตนเอง และบริการจ่ายบิลทันใจด้วยขั้นตอนการสแกน จากผลการวิจัยเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงกิ้งทั้ง 2 ธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2000) ที่ว่า เจ้าของบริการควรทำการประเมินคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้าได้รับ เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง และนำมาพัฒนาเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้าต่อไป

ส่วนจุดเด่นหรือข้อดีของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และแอปพลิเคชัน SCB Easy จากการศึกษาพบว่า แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus มีจุดเด่นหรือข้อดี คือ ความสะดวก ใช้งานง่าย และมีรูปแบบแอปพลิเคชันที่ดูสวย ทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของ ธนาคารกสิกรไทย ที่ว่า จุดเด่นของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus เป็นบริการการทำธุรกรรมทางการเงินที่ทำได้ง่าย สามารถตกแต่งแอปพลิเคชันด้วยการตกแต่งภาพพื้นหลังได้ด้วยตนเอง โอนเงินสะดวก ไม่ต้องจำเลขที่บัญชีด้วยการโอนผ่านเบอร์โทรศัพท์มือถือ ปลอดภัยและมั่นใจกับความปลอดภัยมาตรฐาน และมีบริการ e-slip เป็นหลักฐานในการทำธุรกรรม ส่วนจุดเด่นหรือข้อดีของแอป



พลิเคชัน SCB Easy คือ ความปลอดภัย เช่น มีระบบความปลอดภัยหลายขั้นตอน ซึ่งไม่สอดคล้องกับข้อมูลของ ธนาคารไทยพาณิชย์ (2555) ที่ว่า จุดเด่นของแอปพลิเคชัน SCB Easy คือ ความสะดวกและง่าย ด้วยความสามารถในการทำธุรกรรมเสมือนเข้าใช้งานผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ เพราะผู้ใช้งานบอกว่าแอปพลิเคชันของ SCB Easy ใช้งานยาก มีความซับซ้อนเกินไป

ส่วนจุดด้อยหรือข้อเสียของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และแอปพลิเคชัน SCB Easy จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus คือ ความกังวลด้านความปลอดภัย เพราะมีข่าวการโดน Hack บ่อย ซึ่งส่งผลทำให้ผู้ใช้งานไม่มีความมั่นใจในการใช้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับข้อมูลของ ธนาคารกสิกรไทย (2556) ที่ว่า ธนาคารกสิกรไทยได้สร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยให้กับลูกค้า คือ ระบบป้องกันในขณะการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ มีการป้องกันการถูกเจาะข้อมูลด้วยการเข้ารหัสทันสมัย และระบบป้องกันการเข้าถึง และปกป้องข้อมูลทางการเงินของลูกค้า ส่วนจุดด้อยหรือข้อเสียของแอปพลิเคชัน SCB Easy คือ ระบบทำงานช้า และมีรูปแบบแอปพลิเคชันที่ใช้งานได้ยากซับซ้อนมากเกินไป ซึ่งไม่สอดคล้องกับข้อมูลของ ธนาคารไทยพาณิชย์ (2555) ที่ว่า จุดเด่นของแอปพลิเคชัน SCB Easy คือ ความสะดวกและง่ายกว่าด้วยความสามารถในการทำธุรกรรมเสมือนเข้าใช้งานผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ พร้อมมีบริการเสริมอีกมากมาย

ด้านการเปรียบเทียบความชื่นชอบในการใช้บริการในการใช้บริการแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy จากการศึกษาค้นคว้า ผู้ใช้งานมีความชื่นชอบแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus มากกว่า ด้วยเหตุผลเพราะ มีความสะดวกในการใช้งาน รูปแบบของแอปพลิเคชันสวยงาม ดูทันสมัย และมีบริการบันทึกสลิปอัตโนมัติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Lotler (2000) ที่ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากการทำงานของข้อเสนอ หรือผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการของลูกค้า ลูกค้าก็ย่อมเกิดความพึงพอใจ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับข้อมูลของ ธนาคารกสิกรไทย (2556) ที่ว่า แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ง่าย ตกแต่งแอปพลิเคชันภาพพื้นหลังได้ด้วยตนเอง และมีบริการ E-Slip เป็นหลักฐานในการทำธุรกรรม

ข้อปรับปรุงหลังการใช้งานแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ควรทำการปรับปรุงบริการการโอนเงินให้สามารถใช้งานได้ผ่านสัญญาณ Wifi และปรับปรุงระบบการจ่ายบิลด้วยบาร์โค้ดให้มีความเสถียร นอกจากนี้มีผู้ใช้งานบางคนได้บอกว่าควรปรับปรุงระบบความปลอดภัยให้มากขึ้น เพราะมีข่าวการโดน Hack ระบบบ่อยครั้ง ซึ่งไม่สอดคล้องกับข้อมูลการสื่อสารของ ธนาคารกสิกรไทย (2556) ที่ว่า ธนาคารกสิกรไทยได้สร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยให้กับลูกค้าด้วยระบบความปลอดภัยในขณะการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์ มีการป้องกันการเจาะข้อมูลด้วยการเข้ารหัสที่ทันสมัย ส่วน

ข้อปรับปรุงของแอปพลิเคชัน SCB Easy ผู้ใช้งานบอกว่าต้องการให้แอปพลิเคชัน SCB Easy ออกแบบรูปแบบของแอปพลิเคชันให้ใช้งานได้ง่ายขึ้น และควรปรับปรุงระบบให้ทำงานได้เสถียรกว่านี้ เพราะบางครั้งระบบค้างในระหว่างการใช้งาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับข้อมูลการสื่อสารของ ธนาคารไทยพาณิชย์ (2555) ที่ว่า แอปพลิเคชัน SCB Easy คือความสะดวก และง่ายกว่าด้วยความสามารถในการทำธุรกรรมเหมือนเข้าใช้งานผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์

ด้านความต้องการเพิ่มเติมด้านการบริการ และการใช้งานแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้งานต้องการให้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus มีบริการสิทธิพิเศษต่าง ๆ เพิ่มเติมสำหรับลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดกลยุทธ์การตลาดของ ธนาคารกสิกรไทย (2558) ที่ว่าการสร้างกลยุทธ์การตลาดรูปแบบใหม่ของโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) คือ การพัฒนานวัตกรรม และยกระดับการให้บริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ การดำเนินชีวิต และการสร้างมูลค่าเพิ่มของการใช้บริการ เพื่อสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของลูกค้าที่ใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ส่วนความต้องการเพิ่มเติมด้านการบริการ และการใช้งานแอปพลิเคชันของ SCB Easy คือ ต้องการให้เพิ่มเติมบริการการจองบัตรโดยสารเครื่องบิน และสามารถชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน และเพิ่มเติมช่องทางการบริการการเงินให้กับมูลนิธิต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ธีรพันธ์ ศรีหงส์ (2557) ที่ว่า การสร้างคุณค่าและความหมายให้กับ Digital Banking ด้าน Banking/ Payment Channel เป็นการพัฒนาการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ให้สามารถรองรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่กำลังจะเกิดขึ้น ให้สามารถทำธุรกรรมได้ครบวงจรแบบง่าย ใช้ได้จริง และช่วยแก้ปัญหาในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

นอกจากนี้ด้านข้อเสนอแนะและบริการเพิ่มเติมของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการต้องการให้ธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ ทำการพัฒนาแอปพลิเคชัน และบริการใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ธีรพันธ์ ศรีหงส์ (2557) ที่ว่า การสร้างคุณค่า และความหมายให้กับ Digital Banking คือ Customer Engagement ที่ต้องมีการปรับตัวรองรับสื่อโซเชียลมีเดียทุกช่องทาง รวมถึงสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ในการใช้ Digital Banking และพัฒนาบริการเสริม เพื่อให้ลูกค้าได้ติดต่อสื่อสารอย่างใกล้ชิด และตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ด้านต่าง ๆ ให้กับลูกค้า

### 5.3 ข้อเสนอแนะงานวิจัย

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำมาใช้ประโยชน์

ธนาคารต่าง ๆ ควรปรับปรุงส่วนของการบริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งให้ผู้ใช้งานมีแรงจูงใจในการใช้ เช่น ฟรีค่าธรรมเนียมกับการทำรายการจ่ายบิล, มีสิทธิพิเศษต่าง ๆ เพราะจากผลการวิจัยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานจะใช้บริการเพียงแค่ออนเงิน และสอบถามยอดเท่านั้น เพราะบางคนไม่มี

ความมั่นใจในการบริการของการจ่ายบิล และบางครั้งเวลาเลือกทำรายการไม่สามารถใช้งานได้ เลยไม่  
อยากลองใช้อีก นอกจากนี้ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นด้านความปลอดภัยว่าธนาคารควรทำการสร้าง  
ความมั่นใจ และหาวิธีป้องกันและแก้ปัญหาต่าง ๆ ให้กับผู้ใช้งาน และพัฒนาออกแบบรูปแบบแอป  
พลิเคชันให้ใช้งานง่าย สะดวก และมีความสวยงาม

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษางานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการการสื่อสารส่วนบุคคลเชิงลึก  
(In-depth Interviews) กับผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และ SCB Easy ดังนั้น  
ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาในประเด็นอื่น ๆ ที่น่าสนใจ เช่น ทำการวิจัยศึกษาการ  
เปรียบเทียบปัญหาและแนวทางการแก้ไขที่พบจากการใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงกิ้งของทั้ง  
2 ธนาคาร เพื่อที่จะได้ผลการวิจัยที่แตกต่าง และมีประโยชน์มากขึ้นต่อผู้ใช้งานและธนาคาร

### บรรณานุกรม

- กลีกรฯ เร่งเต็มสูบดันดาวรุ่ง Mobile Banking ตั้งเป้าลูกค้าใหม่ 4 ล้านราย ภายในปี 58. (2558). สืบค้นจาก <http://www.brandbuffet.in.th/2015/05/Kbank-digital-banking-rewardplus/cwd1EhsbFaD4AY0G.99>.
- เขมราช ภิระบรรณ. (2556). ประสิทธิภาพของการสื่อสารทางการตลาดโดยใช้ภาพเคลื่อนไหวบนระบบออนไลน์ที่ส่งผลความตั้งใจ ความสนใจ ความต้องการ และการตัดสินใจศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชน. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ความปลอดภัยในการใช้ Mobile Banking. (ม.ป.ป). สืบค้นจาก <http://www.buddybe.com/index.php?lay=show&ac=article&id=128>.
- จุไรพร วงษ์เรียนรอด. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Zocial Inc. (2557). สถิติธนาคารไทยที่ได้รับ Engagement บนโลกออนไลน์ Social Media มากที่สุด. สืบค้นจาก [www.it24hrs.com/2014/banking-social-media-engagement](http://www.it24hrs.com/2014/banking-social-media-engagement).
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา Mobile Banking คือ เรื่องง่าย. (2557). สืบค้นจาก [marketeer.co.th/2014/06/feature-mobile-banking-new-user-experience-ธนาคารกรุงศรีอยุธยา-2/](http://marketeer.co.th/2014/06/feature-mobile-banking-new-user-experience-ธนาคารกรุงศรีอยุธยา-2/).
- ฉมนวรรณ กัญญาหัตถ์. (2554). ความพึงพอใจของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อประโยชน์ของสมาร์ตโฟน. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธีรนนท์ ศรีหงส์. (2557). Digital Banking อนาคตของโลกการเงินในวันนี้. สืบค้นจาก [www.forbesthailand.com/article\\_detail.php?article\\_id=35](http://www.forbesthailand.com/article_detail.php?article_id=35).
- ธนาคารออมสิน. (2555). ประชุมถ่ายทอดนโยบายและทิศทางการดำเนินงานปี 2556-2560 [จุลสาร]. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- พรทิวา ฟ้าคุ้ม. (2555). การรับรู้และเจตคติในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของลูกค้า: ธนาคารกสิกรไทย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- พัชรี สกุรัตนศักดิ์ และชมภู วิวัฒน์วิทย์. (2554). ความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าในตลาดสดพระราม 5 จังหวัดนนทบุรี (รายงานผลการวิจัย). นนทบุรี: วิทยาลัยราชพฤกษ์.

- พิมพ์กมล ปาริสุวรรณ. (2556). ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการการบริหารลูกค้าสัมพันธ์  
อิเล็กทรอนิกส์ทางไลน์: แอปพลิเคชัน และความรับผิดชอบต่อลูกค้าที่มีผลต่อความพึงพอใจ  
ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์มือถือในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต  
, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภัทรา มหามงคล. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ  
ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญา  
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภัททิรา กลิ่นเลขา. (2557). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความต้องการรูปแบบรายการโทรทัศน์ของ  
คนพิการทาง: สายตาการวิจัยเพื่อพัฒนาสังคมไทย. ใน การประชุมใหญ่วิชาการ ครั้งที่ 4  
(หน้า 37-47). สืบค้นจาก [www.hu.ac.th/conference2013/proceeding2013/pdf/  
book2/poster1/415-37-47.pdf](http://www.hu.ac.th/conference2013/proceeding2013/pdf/book2/poster1/415-37-47.pdf).
- วิไลรัตน์ เจียรพงษ์พร. (2554). การสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเทคโนโลยีโมบายแบงกิ้ง.  
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- ศศิวิมล มณีเหล็ก. (2554). ทักษะคติและความพึงพอใจในการใช้บริการ K-Mobile Banking Plus  
ของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (รายงานผลการวิจัย). เชียงใหม่:  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศรัญญา การุณวรรธนะ. (2556). การใช้งาน Mobile Application ช่วยพัฒนาธุรกิจอย่างไรใน  
สังคมออนไลน์. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานครปริทัศน์, 3(1), 45-56.
- สถาพร สิงหะ. (2556). การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจกับการตัดสินใจเลือก  
ท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึกของนักดำน้ำชาวไทย. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สามารถ แสนภิบาล. (2553). ปัจจัยการใช้ธนาคารบนมือถือผ่านเทคโนโลยีโครงข่ายสื่อสาร 3G  
กรณีศึกษานาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อลงกต บุญศิริ. (2550). การเปิดรับสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากนิตยสารพระเครื่อง.  
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- อัจฉรา แสงมณี. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในการเลือกใช้  
บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่.  
การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- อัญชลิกา พาภิรมย์. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus. (2556). สืบค้นจาก [www.Kasikornbank.com](http://www.Kasikornbank.com).
- แอปพลิเคชัน SCB Easy. (2555). สืบค้นจาก [www.scbeasy.com](http://www.scbeasy.com).





ภาคผนวก ก

แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย

## 1. แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย

K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย ได้ถูกพัฒนาตามเทคโนโลยีในปี 2552 โดยใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือที่รองรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตระบบ GPRS, EDGE, 3G ของเครือข่ายผู้ให้บริการ ทั้งนี้ ทางธนาคารกสิกรไทย ได้สร้างความมั่นใจในด้านความปลอดภัยให้กับลูกค้า ด้วยระบบความปลอดภัยขั้นสูง 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. ระบบป้องกันการเข้าใช้งาน ผ่านระบบการจดจำจากการใช้งานผ่านเบอร์โทรศัพท์มือถือ เครื่องโทรศัพท์มือถือทั้งรุ่นและยี่ห้อ มีการผูกกับเลขที่บัญชีของธนาคารกสิกรไทย และการใส่รหัสผ่านจำนวน 6 หลัก ทุกอย่างต้องตรงกันจึงจะสามารถเข้าใช้งานได้
2. ระบบป้องกันในขณะการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ มีการป้องกันการถูกเจาะข้อมูลด้วยการเข้ารหัสทันสมัย และระบบการทำงานจากศูนย์กลางในการตัดการทำงานหากไม่มีการเคลื่อนไหวนานเกิน 3 นาที
3. ระบบป้องกันการเข้าถึง และปกป้องข้อมูลทางการเงินของลูกค้า โดยทุกข้อมูลจะไม่ถูกจัดเก็บบนโทรศัพท์มือถือ แต่จะจัดเก็บที่คอมพิวเตอร์หลักของธนาคารกสิกรไทย

### ประเภทของบริการธุรกรรมทางการเงินที่สามารถใช้งานบนแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus (ธนาคารกสิกรไทย, 2556) มีดังนี้

1. การสอบถามยอดเงิน สามารถเช็คยอดเงินคงเหลือในบัญชีหรือยอดบัตรเครดิต โดยรายการที่ลูกค้าสามารถเช็คยอดเงินคงเหลือได้คือ บัญชีออมทรัพย์หรือกระแสรายวัน และวงเงินคงเหลือของบัตรเครดิต
2. การโอนเงิน สามารถทำรายการโอนระหว่างบัญชีตนเองที่ผูกกับเบอร์โทรศัพท์มือถือกับบัญชีอื่นภายในธนาคารกสิกรไทย และต่างธนาคารได้ โดยเมื่อทำรายการสำเร็จแล้ว สามารถส่งข้อความเอสเอ็มเอส (SMS) ไปยังผู้รับ อีกทั้งสามารถบันทึกรายการเพื่อเก็บไว้ใช้งานในครั้งต่อไปได้
3. ชื้อ/ชำระค่าบริการต่าง ๆ สามารถชำระค่าบริการผ่านเมนู ชื้อ/ชำระ บนแอปพลิเคชันได้ทันที และบันทึกการทำธุรกรรมนั้น ๆ ไว้ใช้ครั้งต่อไปได้
4. เติมเงินโทรศัพท์มือถือ สามารถเติมเงินโทรศัพท์มือถือตนเอง และเบอร์โทรของผู้อื่นได้ทุกเครือข่ายทั้ง AIS, Dtac และ True Move โดยหักผ่านบัญชีที่ได้ผูกเอาไว้กับแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus
5. ประวัติการทำรายการ สามารถตรวจสอบรายละเอียดในการทำธุรกรรมบนแอปพลิเคชัน ที่ทำรายการเสร็จสิ้นไปแล้ว และยังสามารถทำรายการซ้ำได้ทันทีโดยไม่ต้องกรอกข้อมูลใหม่



6. รายการเคลื่อนไหวประจำวัน สามารถตรวจสอบรายการเดินบัญชีในทุกช่องทางที่เกิดขึ้นในวันนั้น ๆ ได้

7. บริการหลักฐานยืนยันการทำธุรกรรมบนแอปพลิเคชันผ่าน Email และสลิปอิเล็กทรอนิกส์ และรหัสเลขที่การทำรายการ

จุดเด่นของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus ทำธุรกรรมทางการเงินได้เงินได้ง่าย ในสไตล์ที่เป็นคุณ ตกแต่งแอปพลิเคชันด้วยการตกแต่งภาพพื้นหลังได้ด้วยตนเอง, โอนเงินสะดวก ไม่ต้องจำเลขที่บัญชีด้วยการโอนผ่านเบอร์โทรศัพท์มือถือ, ปลอดภัยและมั่นใจกับเทคโนโลยีความปลอดภัยมาตรฐานระดับโลกและมีบริการ e-Slip เป็นหลักฐานในการทำธุรกรรม และบริการจ่ายบิลได้ทันทีด้วยการสแกนบาร์โค้ด

ภาพที่ 3.1: จุดเด่นของแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus



ที่มา: [www.kasikombank.com](http://www.kasikombank.com)

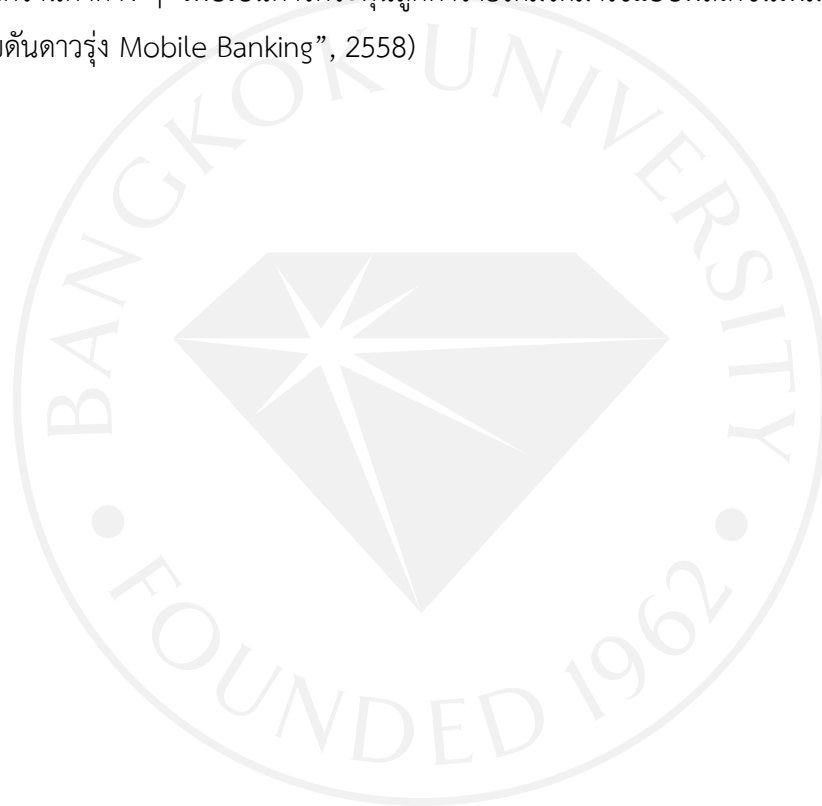
ปัจจุบันธนาคารกสิกรไทย ได้พัฒนาธุรกรรมด้านดิจิทัลให้โดนใจพฤติกรรมของลูกค้ามากขึ้น ประกอบด้วย 3 เรื่องหลัก (3C) ดังนี้

1. Connect เป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการด้วยการรวมข้อมูลทุกช่องทางการบริการให้เป็นทิศทางเดียวกัน

2. Create การสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมถึงด้านความปลอดภัยในการป้องกันการโจรกรรมข้อมูล

3. Capture เป็นการใช้ประโยชน์จากการเชื่อมโยงข้อมูลของโซเชียลมีเดีย เพื่อต่อยอดธุรกิจในการเข้าถึงลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

ดังนั้น ธนาคารกสิกรไทย จึงต้องการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มากกว่าการทำธุรกรรมทางการเงินให้ลูกค้าได้ใช้งาน พร้อมทั้งสิทธิพิเศษกับ รีเวิร์ด พลัส ของ K-Mobile Banking Plus เพื่อรับส่วนลดจากร้านค้าต่าง ๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นลูกค้ารายใหม่ให้มาใช้แอปพลิเคชันเพิ่มมากขึ้น (“กสิกรฯ เร่งเต็มสูบดันดาวรุ่ง Mobile Banking”, 2558)





## 2. แอปพลิเคชัน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์

ธนาคารไทยพาณิชย์ได้เปิดบริการการทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๕๑ มีจุดเด่นในการให้บริการ คือ ไม่ต้องเปลี่ยนเบอร์ ไม่ต้องเปลี่ยนซิมการ์ด ใช้งานได้กับทุกเครือข่าย เพียงแต่โทรศัพท์มือถือต้องสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ เป็นการพัฒนารูปแบบการให้บริการต่าง ๆ ของ SCB Easy Net บน Internet Banking โดยออกแบบให้สามารถใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยลูกค้าที่ใช้บริการ SCB Easy Net สามารถใช้บริการได้เลยไม่ต้องสมัคร พร้อมแสดงบัญชีที่สร้างเอาไว้ใน SCB Easy Net ให้สามารถใช้งานได้ที่ทันที ประเภทของบริการที่สามารถทำได้ผ่าน SCB Mobile Banking ออกแบบมาเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า และเพิ่มความคล่องตัวให้ใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา (ธนาคารไทยพาณิชย์, ๒๕๕๕)

(จุไรพร วงษ์เรียนรอต, ๒๕๕๓) ประเภทของการบริการของ SCB Mobile Banking

1. บริการโอนเงิน ระหว่างบัญชีในธนาคารไทยพาณิชย์ และโอนเงินต่างธนาคารแบบเข้าบัญชีทันที

2. บริการชำระค่าสินค้า บริการและเติมเงินมือถือ

3. บริการ e-bill เรียกดูยอดสรุปค่าใช้จ่าย และเลือกชำระเงิน

4. ดูรายละเอียดค่าใช้จ่ายบริการในแต่ละเดือน

5. บริการซื้อ-ขายกองทุนเปิด, ดูรายการเดินบัญชี, เพิ่มลดบัญชีเงินฝาก และบัตรเครดิต

6. เปลี่ยน log in name และ password

จุดเด่นของแอปพลิเคชัน SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์ คือ ความสะดวกและง่ายกว่าด้วยความสามารถในการทำธุรกรรมเสมือนเข้าใช้งานผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ พร้อมมีบริการเสริมอีกมากมาย เช่น บริการเชื่อมโยงทุกบัญชีของธนาคารไทยพาณิชย์, การเติมบัตรทางด่วน, การบริการจัดการกองทุนส่วนตัว (www.scbeasy.com)

### ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

นางสาวปัทสรา ถนอมทรัพย์

อีเมล

Papatsara.bow@gmail.com

ประวัติการศึกษา

- สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นที่  
โรงเรียนศรีบุญยานนท์ จังหวัดนนทบุรี
- สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพที่  
โรงเรียนกรุงเทพการบัญชีวิทยาลัย
- สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ คณะมนุษยศาสตร์  
ภาควิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 19 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2559

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ปัสวีรา ฤกษ์ทรัพย์ อยู่บ้านเลขที่ 7/80

ซอย ถนน บางกรวย ตำบล/แขวง บางกรวย

อำเภอ/เขต บางกรวย จังหวัด นนทบุรี รหัสไปรษณีย์ 11300

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7570300231

ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก

หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะ นิเทศศาสตร์

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์หัวข้อ การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน โฆษณาแข่งขันกีฬาระหว่างประเทศไทย และ ประเทศไทย

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งานให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาที่ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ

( น.ส. ปภัสรา ฉนอทรัพย์ )

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(อาจารย์อัญญา จุลพิสิฐ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลีมลาลัย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน

(ดร.ปฐมา สตะเวทิน)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร