

การค้นคว้าอิสระเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขา
ไทรโยทที่มีต่อการทำธุรกรรมการเงินออนไลน์ กับ ความพึงพอใจในการ
ใช้บริการAPPLICATION KRUANGTHAI NEXT

ชื่อผู้ศึกษา เสนีย์ ควงจินา

ชื่อปริญญา บริหารธุรกิจบัณฑิต

อาจารย์ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.สมพล ท่งหว่า

ปีที่ศึกษา 2562

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1).ศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาไทรโยทที่มีต่อการทำธุรกรรมการเงินออนไลน์ 2).ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ของลูกค้า ธนาคารกรุงไทย สาขาไทรโยท 3).ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาไทรโยท ที่มีต่อการทำธุรกรรมการเงินออนไลน์ กับ ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ครอบคลุมประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ ทาโร ยามานะ (Taro Yamane), จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test, One-way ANOVA และหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน(Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่อิสระต่อกัน

ผลการวิจัยพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18-36 ปีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพในหน่วยงานภาครัฐและพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 8,000 บาทและผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า เพศและรายได้ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการ แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ แตกต่างกันเพราะว่าผู้หญิงให้ความสำคัญกับ

ความพึงพอใจในด้านราคาและสิ่งอำนวยความสะดวกสบายมากกว่าเพศชายเพราะเพศหญิงชอบการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์การมีแอปพลิเคชันที่สามารถโอนเงินได้ทันทีทำให้เกิดความพึงพอใจในการใช้งาน ส่วนในด้านอายุ อาชีพ การศึกษามความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน สมมุติฐานที่ 2 ด้านความคิดเห็นในการทำธุรกรรมการเงินออนไลน์ต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันกรุงไทยนี้ก็พบว่าความคิดเห็นในทุกด้านต่างมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันด้านบวกหมายความว่าคะแนนความคิดเห็นเพิ่มขึ้นก็ส่งผลให้ความพึงพอใจเพิ่มขึ้นตามเช่นกัน

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ,แอปพลิเคชันกรุงไทยนี้ก็พบว่า,ธุรกรรมการเงินออนไลน์

ABSTRACT

The purpose of this study was to study 1). Study the opinions of Krung Thai Bank customers Kong Krailat Branch towards online financial transactions 2). Study of satisfaction in using the service Krung Thai Next customer applications Krung Thai Bank, Kong Krailat Branch 3). Study the relationship between customer opinions of Krung Thai Bank, Kong Krailat Branch on online financial transactions, and satisfaction with the use of Krung Thai Next application services. Is a quantitative research Know the exact population Then use the formula to calculate the samples of Taro Yamane, the sample number of 400 people. The instrument used was a questionnaire. The statistics used in the research were frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, T-test, One. -way ANOVA and find the coefficient Pearson Product Moment Correlation Coefficient to find the relationship between two independent variables.

Most of the respondents are female. Between the ages of 18-36 years, bachelor's degree Career in government agencies and state enterprise employees The average monthly income is less than or equal to 8,0000 baht and the hypothesis test shows that gender and income are different. Satisfied in using the service. Krungthai Next application Different because women pay more attention to Satisfaction in price and facilities is more convenient than males, because

females like to shop online, having an app that can transfer money instantly makes user satisfaction. In terms of age, occupation, education, satisfaction was not different.

Hypothesis 2 regarding the opinions of online financial transactions on the satisfaction of using Krung ThaiNext application, it is found that all opinions in all directions are in the same direction. As a result, increased satisfaction as well.

Keywords: satisfaction, Krung Thai Next application, online financial transactions

บทนำ

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อการค้าเงินของธนาคารเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะธนาคารพาณิชย์ที่มีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้น ดังนั้นธนาคารพาณิชย์จึงมีความจำเป็นต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและพัฒนาตนเองให้ก้าวล้ำนำคู่แข่ง ดังนั้นการนำเทคโนโลยีทางการเงินเข้ามาปรับใช้จึงเป็นเครื่องมือสำคัญและจำเป็นเพื่อให้เกิดบริการทางการเงินรูปแบบใหม่ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ลดต้นทุนการดำเนินงาน อันเป็นประโยชน์โดยตรงต่อธนาคารที่จะทำให้ผลกำไรสะสมของธนาคารเพิ่มสูงขึ้นและยังเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้เรื่องเงินกลายเป็นเรื่องง่ายผลิตภัณฑ์ทางการเงินจึงถูกคิดค้นและออกแบบมาให้เหมาะสมต่อการใช้งาน กลับคนทุกกลุ่มวัยซึ่งเป็นการขยายฐานลูกค้าของธนาคารให้ครอบคลุมทั่วถึงและยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ มุ่งเน้นการลดต้นทุนด้านโครงสร้างที่ใช้คนทำงานแบบดั้งเดิมและเป็นการให้บริการทางการเงินรูปแบบใหม่เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและเป็นการรักษาฐานลูกค้า และขยายฐานลูกค้าของธนาคารต่อไปในอนาคตจากที่มาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยมีข้อมูลที่บ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญจากบทความดังต่อไปนี้

ธนาคารแห่งประเทศไทย, ฝ่ายนโยบายระบบการชำระเงิน (2561) รายงานว่า ในไตรมาส 1 ปี 2561 การใช้ e-Payment ยังคงเติบโตทั้งในเชิงปริมาณและมูลค่า โดยบริการที่เติบโตเด่นชัดที่สุด ยังคงเป็นบริการโอนเงินและการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile banking) สอดคล้องกับ

พฤติกรรมของ ผู้ใช้บริการที่คุ้นชินกับเทคโนโลยีมากขึ้น และธนาคารมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง โครงการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ในไตรมาส 1 ปี 2561 มีจำนวน 1,263 ล้านรายการ คิดเป็นมูลค่า 94.3 ล้าน ล้านบาท ปริมาณการใช้งานยังโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเติบโตร้อยละ 32.3 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน มูลค่าธุรกรรม เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 โครงการการโอนเงินและการชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์เคลื่อนที่มีอัตราเติบโตสูงสุดที่ร้อยละ 90.4 เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ส่วนทางกับการ โอนเงิน/ชำระเงินผ่านเครื่องเอทีเอ็มและการโอนเงินรายย่อย ข้ามธนาคารผ่านสาขาซึ่งมีอัตราหดตัวร้อยละ 17.5 และ 18 ตามลำดับ

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดด้านประชากรเป็นวิธีในการวิเคราะห์ผู้รับสาร ซึ่งเป็นแนวคิดที่มีหลักการและเป็นเหตุเป็นผลโดยเชื่อในหลักการที่ว่าพฤติกรรมส่วนใหญ่ของมนุษย์สามารถดำเนินชีวิตตามกรอบที่สังคมได้กำหนดเป็นแม่บทไว้ และสังคมทั่วไปๆ จะทำหน้าที่ในการกำหนดให้บุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีแบบแผนพฤติกรรมที่แตกต่างกันถึง (กาญจนา แก้วเทพ, 2541 น. 363, อ้างถึงใน วชิรพันธ์ กิตติวิเกียรติ, 2556, น. 7)

Mobile Application หมายถึง แอปพลิเคชันที่มีความสามารถในการช่วยการทำงานของผู้ใช้งานบนอุปกรณ์การสื่อสารแบบพกพา เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต ซึ่งแอปพลิเคชันจะทำงานบนระบบปฏิบัติการ (OS) ที่แตกต่างกันออกไปบนโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ต่างๆ โปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Application) ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการใช้ชีวิตประจำวันเพื่อตอบสนองความต้องการใช้งานอินเทอร์เน็ตทุกที่ทุกเวลาของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีสื่อสารที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

Application KRUANGTHAI NEXT หมายถึง บริการธนาคารออนไลน์บน Mobile Application ให้บริการลูกค้าทำธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเองผ่านเครือข่าย Internet สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่ ทุกเวลา ใช้งานง่าย ทั้งเรียกดูบัญชี โอนเงิน ชำระเงิน สำหรับผู้มีบัญชีเงินฝากกับธนาคารกรุงไทยก็เสมือนทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารด้วยตนเองตลอด 24 ชั่วโมง (โดยที่ลูกค้าไม่ต้องไปติดต่อที่สาขา)

บัญชีประเภทไหนบ้างที่ใช้งานบน KRUANGTHAI NEXT ได้ คือ บัญชีออมทรัพย์ (Saving), บัญชีกระแสรายวัน (Current), Net Saving, Net Extra, และ Net Fixed โดยระบบจะเพิ่มให้อัตโนมัติ ยกเว้น

บัญชีรวมทั้งหมดจะไม่สามารถเพิ่มได้ กรณีที่ลูกค้าเปิดบัญชีใหม่สามารถทำการเพิ่มบัญชีตนเองได้ไม่จำกัด.

ดิเรก (2528) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกหรือทศนคติที่ดีต่องานที่ทำของบุคคลที่มีต่องานในทางบวก ความสุขของบุคคลอันเกิดจากการปฏิบัติงานและได้รับผลเป็นที่พึงพอใจ ทำให้บุคคลเกิดความกระตือรือร้น มีความสุข ความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญและมีกำลังใจ มีความผูกพันกับหน่วยงาน มีความภาคภูมิใจในความสำเร็จของงานที่ทำ และสิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานส่งผลต่อถึงความก้าวหน้าและความสำเร็จขององค์กรอีกด้วย

บุญและเกิซ (1989.อ้างถึงใน วิชา ธีวณิชย์ไชยกุล, 2556, น. 18) ได้กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาด หมายถึงปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ ที่กิจการจะต้องใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย หมายถึง ความเกี่ยวข้องของ 4 ส่วนคือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ซึ่งถือว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้ต้องใช้ร่วมกันทั้ง 4 อย่าง วัตถุประสงค์ที่ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า (ตลาดเป้าหมาย) ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจซึ่งประกอบด้วยด้วยตัวสินค้า ราคา การจัดจำหน่าย การแจกจ่ายตัวสินค้าและการส่งเสริมการตลาด

วิธีการดำเนินวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงการกำหนดกลุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้จึงใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน (Taro Yamane) ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยลักษณะของแบบสอบถามปลายปิด ซึ่งคำถามได้ถูกแบ่งออกเป็น 3 ส่วนด้วยกันได้แก่ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม,ทศนคติในการทำธุรกรรมการเงินออนไลน์ของลูกค้าธนาคารกรุงไทยสาขางงไกรลาศ,คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ของลูกค้าธนาคารกรุงไทยสาขางงไกรลาศ.การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ ธนาคารกรุงไทย ในสาขางงไกรลาศและเลือกแจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่ใช้บริการ APPLICATION KRUANGTHAI NEXT เท่านั้น ในจำนวน 400 ชุด

วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (STATISTICS PACKAGE FOR THE SOCIAL SCIENCES:SPSS)สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติ T-

test และ One-way ANOVA และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่อิสระต่อกัน หรือหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุดเพื่อทดสอบสมมติฐานเพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขากรุงไกรลาส ได้ดังต่อไปนี้ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18- 36 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพในหน่วยงานภาครัฐและพนักงานรัฐวิสาหกิจมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 8,000 บาท และ 8,001 – 15,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ สมมุติฐานที่ 1 ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแต่ละปัจจัยต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ (Application KRUANGTHAI NEXT) ต่างกันพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ อาชีพ และการศึกษา มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ไม่แตกต่างกัน ส่วนในด้านเพศ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ที่แตกต่าง

ผลการวิเคราะห์ สมมุติฐานที่ 2 ความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขากรุงไกรลาส ที่มีต่อการทำธุรกรรมการเงินออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ (APPLICATION KRUANGTHAI NEXT) อย่างไร พบว่าด้านความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารกรุงไทยสาขากรุงไกรลาสที่มีต่อการทำธุรกรรมการเงินออนไลน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ในทิศทางเดียวกันในด้านบวก หมายความว่าคะแนนความคิดเห็นต่อการทำธุรกรรมออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นก็ส่งผลให้ความพึงพอใจโดยรวมเพิ่มขึ้นเช่นกัน

การอภิปรายผลการวิจัย

ผู้ศึกษาสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขากรุงไกรลาส ได้ดังต่อไปนี้ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18- 36 ปี การศึกษาในระดับ ปริญญาตรี และประกอบอาชีพในหน่วยงานภาครัฐและพนักงานรัฐวิสาหกิจมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 8,000 บาท และ 8,001 – 15,000 บาท เป็นเพราะว่าธนาคารกรุงไทย สาขากรุงไกรลาส เป็นสถาบันการเงินที่ตั้งอยู่ในกิ่งอำเภอของจังหวัดสุโขทัย ลูกค้าหลักส่วนใหญ่เป็นพนักงาน เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล และหน่วยงานของภาครัฐอื่นๆที่มีขนาดเล็กกว่าระดับจังหวัด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานจ้างเหมาของหน่วยงานเทศบาล และ อบต. และนักเรียน นักศึกษา ที่ใช้บัญชีธนาคารกรุงไทย เพื่อรับเงินกู้ยืมการศึกษา จากภาครัฐ (ยศ.) จึงเป็นเหตุผลให้รายได้อยู่ในเกณฑ์ที่ไม่สูงมากนัก

ผลการวิเคราะห์ สมมุติฐานที่ 1 ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแต่ละปัจจัยต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ (Application KRUANGTHAI NEXT) ต่างกันพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ อาชีพ และการศึกษา มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ไม่แตกต่างกัน เพราะว่าการทำธุรกรรมในโทรศัพท์มือถือผ่านกรุงไทย แอปพลิเคชันเน็กซ์ทำให้ธุรกรรมการเงินกลายเป็นเรื่องง่าย ผู้ใช้งานได้รับความสะดวกสบายรวดเร็ว ปลอดภัยและยังไม่มีค่าใช้จ่ายในการใช้งานและไม่ว่าผู้ใช้งานจะอายุต่างกัน การศึกษาต่างกัน หรืออาชีพต่างกัน ถ้าผู้ใช้งานใช้งานได้คล่องแคล่วแล้วทุกคนพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันไม่แตกต่างกันส่วนด้าน คนที่ไม่เคยใช้งานหรือยังใช้งานไม่คล่องจะมีความกลัวว่าระบบจะไม่ปลอดภัยตัวเองจะไม่สามารถทำได้รายการได้ เลยเป็นเหตุให้ยังไม่เปิดใจเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีทางการเงินใหม่ๆ ส่วนในด้านเพศ และ รายได้ มีผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกัน เพราะผู้หญิงให้ความสำคัญกับราคาและสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่าเพศชายเพราะเพศหญิงชอบการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์การมีแอปพลิเคชันสามารถโอนเงินได้ทันทีและไม่มีค่าใช้จ่ายทำให้เกิดความพึงพอใจเพราะสามารถสั่งซื้อสินค้าจากแม่ค้าออนไลน์เวลาไลน์สดได้ทันที ในขณะที่รายได้ที่ต่างกันก็ทำให้เกิดความพึงพอใจต่างกันเพราะคนที่มียาได้ประจำในทุกๆเดือนจะเข้าใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อเช็คยอดเงินในบัญชี โอนจ่ายค่าสาธารณูปโภค ชำระค่าสินค้าและบริการโดยไม่เสียค่าธรรมเนียมทำให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจ

ผลการวิเคราะห์ สมมุติฐานที่ 2 ความคิดเห็นของลูกค้านาคารกรุงไทย สาขากรุงไทรโยค ที่มีต่อการทำธุรกรรมการเงินออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ (APPLICATION KRUANGTHAI NEXT)อย่างไร พบว่าด้านความคิดเห็นของลูกค้านาคารกรุงไทยสาขากรุงไทรโยคที่มีต่อการทำธุรกรรมการเงินออนไลน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ในทิศทางเดียวกันในด้านบวก หมายความว่าคะแนนความคิดเห็นต่อการทำธุรกรรมออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นก็ส่งผลให้ความพึงพอใจโดยรวมเพิ่มขึ้นเช่นกัน เพราะว่า ความคิดเห็นด้านความพร้อมที่จะเรียนรู้และใช้เทคโนโลยีทางการเงินใหม่ๆของผู้ใช้งานและความตื่นตัวในการรับฟังข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีทางการเงินการให้ความสำคัญกับการตรวจสอบความถูกต้องก่อนกดยืนยันรายการ ระบบมีการจัดเก็บข้อมูลให้สามารถตรวจสอบย้อนหลังได้ ระบบมีความปลอดภัย ระบบมีการแจ้งเตือนเมื่อมีบุคคลอื่นพยายามเข้าใช้บัญชี แอปพลิเคชันสามารถติดตั้งและเข้าใช้งานง่าย รวดเร็ว ไม่มีค่าธรรมเนียม และไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปธนาคารเพื่อทำธุรกรรมความคิดเห็นในทุกด้านที่กล่าวมาล้วนมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นางสาววรรณพร หวลมานพ (2558) การศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และ Bader (2012) ได้ศึกษาเรื่อง Customer Behavior towards Internet Banking: A Study of the Dormant Users of Saudi Arabia ที่กล่าวถึงการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานซึ่งกลุ่มผู้ใช้งานมีความไว้วางใจต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งเพราะสามารถมองเห็นประโยชน์ที่ช่วยในเรื่องการอำนวยความสะดวก และเมื่อผู้ใช้งานเริ่มใช้งานไปสักระยะจะเกิดการเรียนรู้ตามกระบวนการรับรู้ก็จะได้รับประโยชน์ในการใช้งานจึงทำให้เป็นเรื่องง่ายที่จะยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งและมีแนวโน้มการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งเพิ่มขึ้นเรื่อยๆในอนาคต โดยผู้ศึกษาได้ข้อสรุปจากการศึกษาว่า ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ Mobile Financial Service นั้นให้ความสำคัญ กับ ความพึงพอใจในด้านราคา คือ ฟรีค่าธรรมเนียมการใช้งาน และความสะดวกสบายในการใช้งาน ความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เป็นเหตุให้เกิดความพึงพอใจ ดังนั้น สถาบันทางการเงินควรพัฒนาแอปพลิเคชันของตนให้ทันสมัย มีระบบปฏิบัติการที่ปลอดภัย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้งานที่เป็นลูกค้าของตนต่อไป

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากงานวิจัย

5.3.1 สถาบันการเงินผู้ให้บริการแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ควรพัฒนาแอปพลิเคชันให้ทันสมัย ทำให้การทำธุรกรรมการเงินเป็นเรื่องง่าย ช่วยให้ผู้ใช้งานประหยัดค่าใช้จ่าย ฟรีค่าธรรมเนียมการใช้งานและมีฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลายให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปตามยุคตามสมัย

5.3.2 สถาบันการเงินควรส่งเสริมการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ประโยชน์ที่จะได้รับ ก่อให้เกิดความเชื่อมั่น มีความเชื่อถือและไว้วางใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ในการทำธุรกรรมการเงินออนไลน์

5.3.3 สถาบันการเงินควรมีสื่อโฆษณาแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ให้ผู้บริโภครู้จักและมีช่องทางการดาวน์โหลด ผ่าน Google Play หรือ App Store ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีขั้นตอนการติดตั้งที่ไม่ยุ่งยาก

5.4.4 สถาบันการเงินควรพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัยในการใช้งานเพื่อทำให้ธุรกรรมการเงินออนไลน์มีความปลอดภัยสามารถตรวจสอบรายการย้อนในภายหลังได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

ควรศึกษา ด้านความปลอดภัยในการใช้งานและการเข้ามาของเทคโนโลยีสมัยใหม่ Disruptive Technology ที่จะป็นนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีในการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีมาเป็นส่วนประกอบ เพราะอาจทำให้ธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีแบบดั้งเดิมๆหายจากไป ระบบและเกิดนวัตกรรมใหม่ๆขึ้นมาทดแทน เช่นการเข้ามาของ FinTech ที่ทำให้ธุรกรรมการเงินไม่จ้อธนาคาร เพราะ FinTech คือกลุ่มธุรกิจที่ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเข้ากับบริการทางการเงินทำให้บริการทางการเงินและการลงทุนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น ธุรกรรมการโอนจ่ายเงินออนไลน์ หรือ การวิเคราะห์ข้อมูลหุ้นเพื่อช่วยการตัดสินใจของนักลงทุน และบริการในรูปแบบออนไลน์เหล่านี้จะทำให้เกิดดิสรรับแก่งานธนาคารที่อาจดกงาน เมื่อธุรกรรมต่างๆผ่านช่องทางออนไลน์ทั้งหมด ดังนั้นข้อมูลข้างต้นนี้อาจเป็นประโยชน์ที่จะใช้ในการทำงานวิจัยในครั้งต่อไป

เอกสารอ้างอิง

วรรณพร หวลมานพ.(2558). *การศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคมโบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทฉบับที่ ๓๓๓,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

จิรนนท์ พุ่มภิญโญ.(2553). *การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีเคมโบาย แบงก์กิ้งธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง.การค้นคว้าอิสระปริญญาโทฉบับที่ ๓๓๓,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ธนาคารแห่งประเทศไทย.(2561).ฝ่ายนโยบายระบบการชำระเงิน.สืบค้นจาก*

https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/PS_Annually_Report/Pages/default.aspx.

การแบ่ง generation ในแต่ละช่วงยุค.สืบค้นจาก:<https://moneyhub.in.th/article/generation-people>

บมจ.ธนาคารกรุงไทย.ความหมายของแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์.สืบค้นจาก

<https://www.ktb.co.th/th/content/personal/krungthai-next>

วัชรพล คงเจริญ. (2557). *ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพึงพอใจของผู้ใช้บริการ*

ธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทฉบับที่ ๓๓๓, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สุรพงษ์ ทวีวัฒน์. (2547). *พฤติกรรมและการยอมรับนวัตกรรมธุรกรรมการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบบกึ่ง (กรณีศึกษา บมจ. ธนาคารกสิกรไทย)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับที่ ๓๓๓, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

Bader, M A. (2012). *Customer Behavior towards Internet Banking : A study of the Dormant Uses of Saudi Arabia*. (Thesis the Degree of Doctor of Philosophy, The University of Birmingham).

ชัชฎาภรณ์ เดชาเสถียร. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ KTB Netbank ในเขต กรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย กรุงเทพ.

ณัฐณี คุรุกิจวานิชย์. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินในเขตธนาคารออมสินภาค 3.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปะ*

นาคยา ศรีสว่างสุข. (2558). ปัจจัยที่มึผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันมายโมในการทำธุรกรรมทางการเงิน ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่กรณีศึกษาธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2529). เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: ชีระพี ลัมและไซเท็ก จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.