

การจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร : กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพ  
จำกัด (มหาชน)

**Service quality management of banking applications: a case study  
of Bangkok Bank Ltd..**

ปรีชาดิ สวนผลไม้<sup>1</sup> สุรภา ไถ้บ้านกวย<sup>2</sup>

**บทคัดย่อ**

การค้นคว้าอิสระเรื่องการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร : กรณีศึกษา ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน)มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร : กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) และ (2) ศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร : กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ พนักงานธนาคารกรุงเทพ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยใช้แบบสอบถาม ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ t-test ANOVA (One way Analysis of Variance) และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)

ผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 อายุไม่เกิน 30 ปี จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 89.00 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ระดับ 8-9 จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 และประสบการณ์การทำงานไม่เกิน 10 ปี จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 65.50 พบว่า 1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชันธนาคาร : กรณีศึกษา ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x}=4.21$ ) เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} =4.27$ ) ด้านลักษณะรูปแบบ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x}=4.21$ ) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าและด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

คำสำคัญ : การจัดการ, คุณภาพการให้บริการ, แอปพลิเคชันธนาคาร

<sup>1</sup> นักศึกษาโครงการพิเศษ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

<sup>2</sup> อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.20$ ) และด้านความเชื่อมั่น อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.16$ ) ตามลำดับ และ 2) ผลการศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร ไม่แตกต่าง ยกเว้นด้านความน่าเชื่อถือแตกต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคารแตกต่างกัน ยกเว้นด้านความเชื่อมั่นไม่แตกต่าง ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา มีการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร ไม่แตกต่าง ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่ง มีการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคารแตกต่างกันยกเว้นด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านความเชื่อมั่นไม่แตกต่าง และปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์การทำงาน มีการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร ไม่แตกต่าง ยกเว้นด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ABSTRACT

Independent research on service quality management of banking applications: a case study of Bangkok Bank Ltd. The objective of (1) study the level of opinions about the management of service quality of banking applications: a case study of Bangkok Bank Public Company Limited and (2) study the differences between personal factors. The management of service quality of banking applications: a case study of Bangkok Bank Public Company Limited The population used in this study was 400 Bangkok Bank employees. On-line questionnaire. Statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and difference analysis between variables using t-test ANOVA (One way analysis). Analysis of Variance) and test the double differences with the Least Significant Difference (LSD) method.

The results showed that the personal data of the sample were mostly female, 231 people, representing 57.75 percent, age under 30 years, 176 people, 44.00 percent, undergraduate studies, 356 people, accounting for 89.00 percent. Level 8-9 staff positions, 136 people, 34.00% and less than 10 years of work experience, 146 people, or 65.50% found that 1) the level of opinions on the management of the service quality of applications. Bank: Case studies of Bangkok Bank Public Company Limited, the overall picture was at the highest level ( $\bar{X} = 4.21$ ). When considering each aspect, it was found that the reliability aspect was at the highest level ( $\bar{X} = 4.27$ ). At the highest level ( $\bar{X} = 4.21$ ), customer response and customer awareness were at high level ( $\bar{X} = 4.20$ ) and

confidence at high level ( $\bar{X} = 4.16$ ), respectively. And 2) Results of the study of differences between personal factors and the management of service quality of banking applications, it was found that gender personal factors manage the service quality of banking applications. Not different, except for the reliability difference. The quality of service of banking applications is managed differently except for confidence, not different, personal factors on education level, service quality of banking applications is managed. There is no difference in personal factors, in terms of placement, the quality of service of banking applications is managed differently, except for customer response and confidence, and personal factors. In terms of work experience, there was no significant difference in service quality management of banking applications except for knowing and understanding the customers significantly different at 0.05 level.

Keywords : management, Service quality, banking applications

## บทนำ

ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบันจึงได้มีการปรับตัวอย่างสูงเพื่อรองรับการทำออนไลน์ผ่านช่องในการให้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ด้วยตนเองที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการทำธุรกิจอีคอมเมิร์ซ โดยธนาคารพาณิชย์ได้นำเทคโนโลยีมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มช่องทางการให้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ด้วยตนเอง เพื่อให้มีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางไปสาขาของธนาคาร หรือ ไปที่ตู้เอทีเอ็มเหมือนในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นผลกระทบที่ทำให้ธนาคารพาณิชย์เริ่มปรับรูปแบบการให้บริการจากธนาคารพาณิชย์ที่ให้บริการผ่านทางสาขาเป็นรูปแบบการให้บริการรูปแบบใหม่ซึ่งเรียกว่าธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (digital banking) โดยความสำเร็จของช่องทางโมบายแบงก์กิ้ง (mobile banking) ที่เติบโตในปัจจุบันมีผลมาจากการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่อให้เกิดโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน (mobile banking application) กล่าวคือเป็นโปรแกรมแอปพลิเคชันที่ถูกออกแบบเพื่อให้สามารถใช้งานได้บนสมาร์ตโฟนที่ช่วยรองรับการทำธุรกรรมทางการเงินให้มีความง่าย สะดวก และรวดเร็วมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันได้มีธนาคารพาณิชย์ได้แข่งขันและพัฒนาโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชันและใช้ชื่อบริการที่แตกต่างกัน (วรรณพร หวลมานพ, 2558)

จากสภาพการแข่งขัน ระหว่างธนาคารไทยด้วยกันเองในปัจจุบันมีความรุนแรงสูง โดยเฉพาะในเรื่องการอำนวยความสะดวก ด้วยการให้บริการเคาน์เตอร์ โดยใช้เทคโนโลยีที่ผ่าน

แอปพลิเคชัน บริการเครื่อง ATM และการให้บริการธนาคารอัตโนมัติต่าง ๆ เช่น Phone Banking, E-Banking และ IBanking เป็นต้น จึงมีการพัฒนาเครื่องมืออำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรม ความทันสมัย และคุณภาพการบริการ ความท้าทายสำหรับกิจการทางธนาคารไทยในอนาคต คือ การถูกแย่งชิงตลาดอัตราค่าไถ่ลดลง การพัฒนาของตลาดทุน การตื่นตัวของ ธนาคารในประเทศ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้ ความทันสมัยมากขึ้น อีกทั้งยังมีการส่งเสริมการตลาด ของสถาบันการเงินต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นการใช้บริการของลูกค้า และนอกเหนือจากการกำหนดกลยุทธ์ทาง การตลาดของสถาบันการเงินต่าง ๆ แล้วธนาคารที่มีประสิทธิภาพ และมีความมั่นคง ยังต้องมี ความสามารถปรับตัวให้เหมาะสม และทันต่อสภาพแวดล้อมทางการเงิน ทั้งใน และนอกประเทศ ธนาคารเป็นอีกหนึ่งภาคธุรกิจ ที่ต้องปรับตัวเป็นอย่างมากในยุคดิจิทัล เพราะนอกจาก ต้อง ปรับเปลี่ยนเทคโนโลยี และรูปแบบการทำธุรกรรมแล้ว ยังต้องปรับเปลี่ยนวิธีการเข้าหาลูกค้าด้วย รายงานจาก แกลล์พ (Gallup) เปิดเผยข้อมูลที่น่าสนใจของลูกค้าธนาคารรายย่อยว่า กลุ่มที่น่าสนใจที่สุด เนื่องจากงานบริการลูกค้า คือ หัวใจสำคัญในการสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ เพื่อครองใจลูกค้าในปัจจุบัน ดังนั้น การปรับปรุงคุณภาพการบริการ จึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้ธนาคารพาณิชย์เป็นองค์กรที่ให้บริการเป็นเลิศสามารถยืนหยัดสู้กับคู่แข่งได้ ธนาคารพาณิชย์จึงได้พยายามปรับปรุงคุณภาพการบริการของธนาคาร (หนึ่งนุช ชีระรุจินนท์,2560)

จากเหตุผลต่างๆ ที่กล่าวมา ทำให้ปัจจุบันหลายๆ สถาบันการเงินเพิ่มบริการต่าง ๆ ผ่านทางโลก Cyber เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าเข้าไปใช้บริการผ่านเครือข่ายออนไลน์เช่น การให้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (internet banking) และ โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) เป็นต้น ซึ่งลักษณะการให้บริการในประเทศไทย มี 2 ลักษณะ คือ

1. เพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร
2. เพื่อการทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคาร โดยไม่ต้องเสียเวลาไปที่ธนาคาร

ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) เป็นอีกหนึ่งธนาคารที่ได้พัฒนาและเปิดให้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (bangkokbank mobile banking) แก่ลูกค้ารายย่อย เพื่อให้ขยายบริการธนาคาร 24 ชั่วโมงและทำให้สามารถเข้าถึงฐานลูกค้าได้กว้างขวาง รวดเร็วมากยิ่งขึ้น ตลอดจนสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายในระยะยาวและเป็นการสร้างรายได้ค่าธรรมเนียมได้อีกช่องทางหนึ่ง

เมื่อการแข่งขันในตลาดแอปพลิเคชันธนาคาร ทวีความรุนแรงมากขึ้นหากองค์กรมีคุณภาพแอปพลิเคชันที่ไม่ดีพอ อาจจะทำให้ผู้ใช้บริการลดลง จากปัญหาข้างต้น การปรับปรุงคุณภาพบริการของแอปพลิเคชันจึงเป็นเรื่องสำคัญ ที่จะทำให้รักษารฐานลูกค้าเดิมและขยายฐานไปสู่ลูกค้ารายใหม่ ดังนั้นเราควรศึกษาคุณภาพบริการด้านต่าง ๆ การศึกษาวิจัยการจัดการคุณภาพการ

ให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร : กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) จึงเป็นประโยชน์สำหรับองค์กร เพื่อใช้ในการพัฒนาด้านคุณภาพบริการแอปพลิเคชันธนาคาร ให้มีคุณภาพสูงสุด

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร : กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร : กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน)

### ขอบเขตการวิจัย

การจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร: กรณีศึกษา ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยกำหนดขอบเขตการวิจัยดังต่อไปนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร: กรณีศึกษา ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) โดยกำหนดขอบเขตการศึกษาวิจัย ดังต่อไปนี้

- 1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
- 1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
- 1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชันธนาคารกรุงเทพ

ขอบเขตด้านพื้นที่ ครอบคลุมพื้นที่เฉพาะธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน)

ขอบเขตด้านระยะเวลา ในการศึกษา และเก็บข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ตั้งแต่เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2563 จนถึง มกราคม พ.ศ. 2564 รวมระยะเวลา 4 เดือน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร : กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน)
2. ทราบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร : กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน)
3. นำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาการจัดการคุณภาพบริการของแอปพลิเคชันธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน)

4. นำไปใช้ในการวางกลยุทธ์ให้ลูกค้ามาใช้บริการแอปพลิเคชันกับ ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) เพิ่มขึ้น

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การบริการที่ดีมีคุณภาพ เพื่อให้ผู้รับบริการรู้สึกตามที่คาดหวังไว้ ในขณะที่ความเชื่อมั่นในคุณภาพการบริการหมายถึง ความรู้สึกของผู้รับบริการที่มีความมั่นใจในบริการว่ามีคุณภาพการบริการที่ดี ส่งผลให้รู้สึกมั่นใจ ว่างใจ ในการบริการตามที่คาดหวังไว้ (กมลวรรณ เก่งสารกิจ 2559: 5)

Parasuraman, Zeithaml and Berry, (1988) ได้กำหนดตัวแบบคุณภาพการให้บริการ SERVQUAL ที่ปรับปรุงใหม่ประกอบด้วย 5 มิติหลัก ดังนี้ (Parasuraman, Zeithaml, and Berry, 1990)

มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (tangibility) ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการดูแลห่วงใยและความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการได้ชัดเจนขึ้น

มิติที่ 2 ความไว้วางใจ (reliability) ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการทุกครั้งต้องมีความสม่ำเสมอ สามารถให้ความไว้วางใจได้

มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness) ความพร้อมและเต็มใจ ยินดีที่จะให้บริการในทันทีที่ได้รับการร้องขอ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันทั่วทั้งที่ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว

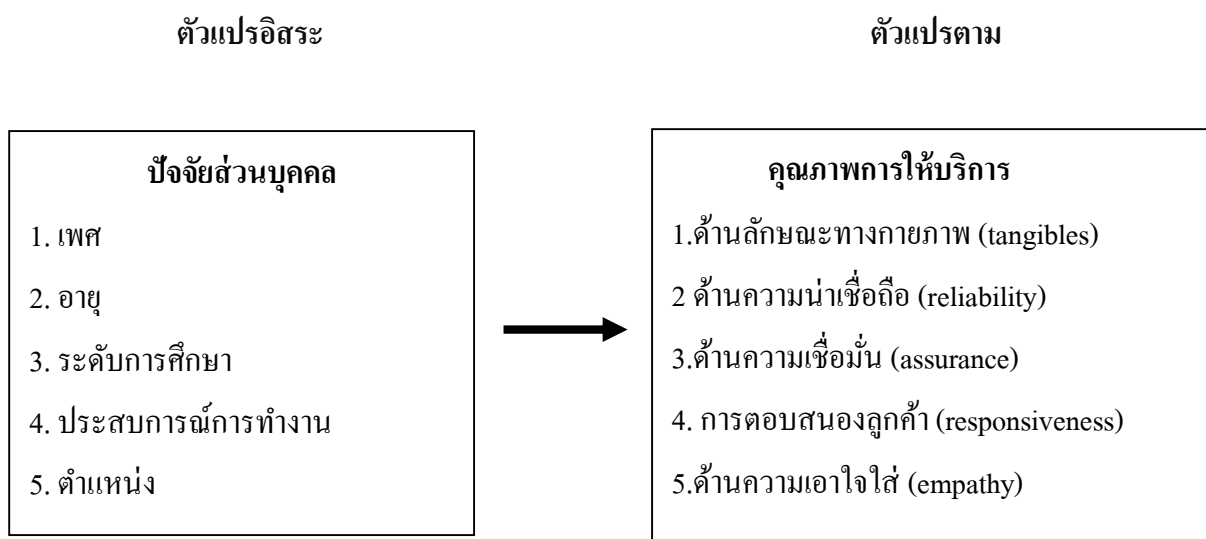
มิติที่ 4 การประกันคุณภาพ (assurance) ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถเป็นอย่างดีในการให้บริการ ผู้ให้บริการมีความสุภาพ อ่อนโยน มีความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์ ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด

มิติที่ 5 ความเข้าอกเข้าใจ (empathy) ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของลูกค้าแต่ละคน SERVQUAL เป็นเครื่องมือวัดความพึงพอใจของลูกค้า

ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน ลูกค้าสามารถประเมินผลงานการบริการโดยเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่ต้องการกับความคาดหวังที่ต้องการได้รับ

สรุปได้ว่า ระดับคุณภาพการให้บริการมีองค์ประกอบอยู่ด้วยกัน 5 ด้านซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวัดระดับการบริการของผู้ให้บริการหรือพนักงาน ต่อผู้รับบริการหรือลูกค้ามีดังนี้ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (reliability) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (responsiveness) ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ (assurance) และด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการ (empathy) โดยผลลัพธ์ที่ได้จากการวัดระดับการบริการจะบ่งบอกถึงระดับคุณภาพของงานด้านการบริการว่าอยู่ในระดับใด

### กรอบแนวคิดการวิจัย



### สมมุติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร : กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

### ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานธนาคารกรุงเทพจำนวน 27,142 ราย และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ พนักงานธนาคารกรุงเทพ ซึ่งผู้วิจัยทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการ

เลือกตัวอย่าง โดยใช้วิธีการคำนวณสูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) เพื่อตอบแบบสอบถาม กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และประสบการณ์การทำงาน มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (closed end) มีคำตอบหลายตัวเลือก (multiple choice) และสามารถเลือกตอบได้เพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร: กรณีศึกษา ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) โดยเป็นการวัดระดับความคิดเห็นใช้เป็นประมาณค่า (rating scale)

## 3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวัดค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) พิจารณาจากค่า Index of Item Objective Congruence (IOC) โดยนำร่างแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ จำนวน 3 ท่าน ผลการประเมินค่า IOC ของแบบสอบถามนี้ได้ 0.86 และการวัดค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (reliability) ได้เท่ากับ 0.977

## 4. การเก็บรวบรวมในการศึกษารั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูล 2 ส่วน ได้แก่

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามออนไลน์เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) จากการศึกษาค้นคว้า การรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร โดยรวบรวมข้อมูลจาก ตำรา เอกสาร วารสาร บทความวิชาการ งานวิจัย รวมถึงเว็บไซต์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาสร้างเครื่องมือวิจัย

## 5. การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (descriptive Statistics) ใช้สถิติ ได้แก่ ความถี่ (frequency) ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) ได้แก่ สถิติ t-test สถิติ F-test (ANOVA) ทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)



## ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 อายุไม่เกิน 30 ปี จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 89.00 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ระดับ 8-9 จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 และประสบการณ์การทำงานไม่เกิน 10 ปี จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 65.50

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพการให้บริการของ แอปพลิเคชันธนาคาร :กรณีศึกษา ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน)

### ตาราง 1

ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพการ ให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร :กรณีศึกษา ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

| การจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชัน<br>ธนาคาร :กรณีศึกษา ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) | $\bar{X}$   | S.D.         | แปลผล            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|--------------|------------------|
| ด้านลักษณะรูปแบบ                                                                          | 4.21        | 0.405        | มากที่สุด        |
| ด้านความน่าเชื่อถือ                                                                       | 4.27        | 0.347        | มากที่สุด        |
| ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า                                                                   | 4.20        | 0.484        | มาก              |
| ด้านความเชื่อมั่น                                                                         | 4.16        | 0.531        | มาก              |
| ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า                                                              | 4.20        | 0.447        | มาก              |
| <b>รวม</b>                                                                                | <b>4.21</b> | <b>0.375</b> | <b>มากที่สุด</b> |

จากตาราง 1 พบว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร : กรณีศึกษา ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.21$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} =4.27$ ) ด้านลักษณะรูปแบบ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.21$ ) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าและด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.20$ ) และด้านความเชื่อมั่น อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.16$ ) ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ผลการศึกษาค้นคว้าความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร : กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

## ตาราง 2

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร  
กรณีศึกษาราชการกรุงเทพมหานคร (มหาชน) แตกต่างกัน

| ปัจจัยส่วนบุคคล        | การจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร |                                                 |                                               |                                               |                                                |                                               |
|------------------------|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
|                        | ด้านลักษณะ<br>รูปแบบ                            | ด้านความ<br>น่าเชื่อถือ                         | ด้านการ<br>ตอบสนอง<br>ต่อลูกค้า               | ด้านความ<br>เชื่อมั่น                         | ด้านการ<br>รู้จักและ<br>เข้าใจลูกค้า           | รวม                                           |
| เพศ                    | t-test = -0.200<br>Sig.= 0.842<br>(ไม่แตกต่าง)  | t-test = -2.207<br>Sig.= 0.028*<br>(แตกต่างกัน) | t-test = 0.269<br>Sig.= 0.788<br>(ไม่แตกต่าง) | t-test = 0.690<br>Sig.= 0.490<br>(ไม่แตกต่าง) | t-test = -0.316<br>Sig.= 0.752<br>(ไม่แตกต่าง) | t-test = 0.259<br>Sig.= 0.795<br>(ไม่แตกต่าง) |
| อายุ                   | ANOVA=6.252<br>Sig.=0.000*<br>(แตกต่างกัน)      | ANOVA=2.947<br>Sig.=0.033*<br>(แตกต่างกัน)      | ANOVA=5.463<br>Sig.=0.001*<br>(แตกต่างกัน)    | ANOVA=2.292<br>Sig.=0.078<br>(ไม่แตกต่าง)     | ANOVA=4.693<br>Sig.=0.003*<br>(แตกต่างกัน)     | ANOVA=5.061<br>Sig.=0.002*<br>(แตกต่างกัน)    |
| ระดับ<br>การศึกษา      | ANOVA=0.271<br>Sig.=0.846<br>(ไม่แตกต่าง)       | ANOVA=0.869<br>Sig.=0.457<br>(ไม่แตกต่าง)       | ANOVA=0.394<br>Sig.=0.757<br>(ไม่แตกต่าง)     | ANOVA=0.965<br>Sig.=0.409<br>(ไม่แตกต่าง)     | ANOVA=0.350<br>Sig.=0.789<br>(ไม่แตกต่าง)      | ANOVA=0.377<br>Sig.=0.769<br>(ไม่แตกต่าง)     |
| ตำแหน่งงาน             | ANOVA=2.128<br>Sig.=0.020*<br>(แตกต่างกัน)      | ANOVA=3.217<br>Sig.=0.003*<br>(แตกต่างกัน)      | ANOVA=2.118<br>Sig.=0.062<br>(ไม่แตกต่าง)     | ANOVA=0.818<br>Sig.=0.537<br>(ไม่แตกต่าง)     | ANOVA=2.555<br>Sig.=0.027*<br>(แตกต่างกัน)     | ANOVA=2.160<br>Sig.=0.058<br>(ไม่แตกต่าง)     |
| ประสบการณ์<br>การทำงาน | ANOVA=1.387<br>Sig.=0.246<br>(ไม่แตกต่าง)       | ANOVA=1.313<br>Sig.=0.270<br>(ไม่แตกต่าง)       | ANOVA=0.797<br>Sig.=0.496<br>(ไม่แตกต่าง)     | ANOVA=0.413<br>Sig.=0.744<br>(ไม่แตกต่าง)     | ANOVA=2.673<br>Sig.=0.047*<br>(แตกต่างกัน)     | ANOVA=0.882<br>Sig.=0.451<br>(ไม่แตกต่าง)     |

จากตาราง 2 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีการจัดการคุณภาพการให้บริการของ  
แอปพลิเคชันธนาคาร ไม่แตกต่าง ยกเว้นด้านความน่าเชื่อถือแตกต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มี  
การจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคารแตกต่างกัน ยกเว้นด้านความเชื่อมั่น ไม่  
แตกต่าง ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา มีการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชัน  
ธนาคาร ไม่แตกต่าง ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่ง มีการจัดการคุณภาพการให้บริการของ  
แอปพลิเคชันธนาคารแตกต่างกัน ยกเว้นด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านความเชื่อมั่น ไม่  
แตกต่าง และปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์การทำงาน มีการจัดการคุณภาพการให้บริการของ  
แอปพลิเคชันธนาคาร ไม่แตกต่าง ยกเว้นด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ  
ทางสถิติที่ระดับ 0.05

## สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร : กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) มีประเด็นสำคัญที่สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร :กรณีศึกษา ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน)

จากผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร : กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลชนก เพ็ชรสุทธิ (2558) ทำการศึกษาคุณภาพการบริการของแอปพลิเคชันกรุง ไทยเน็กซ์ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา พบว่า คุณภาพการให้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบไปด้วยด้านความปลอดภัยในการรักษาความลับของข้อมูลผู้รับบริการ ด้านความสะดวกสบายในการเข้า ใช้งานง่าย ด้านต้นทุนในการยกเว้นค่าธรรมเนียมและลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างดี พบว่าคุณภาพที่ดีเป็นการให้บริการที่ส่งมอบความพึงพอใจให้กับลูกค้า เช่นเดียวกับงานวิจัยของวรรณพร หวลมานพ (2558) ทำการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเค โมบายแบงก์ กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเค โมบายแบงก์กิ้งพลัสของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของหนึ่งนุช ธีระรุจินนท์ และวิโรจน์ เกษภูถักษณ์ (2560) ทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารกรุงไทย สาขาเอ็มไพร์ทาวเวอร์ กรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการให้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ประกอบไปด้วยด้านความปลอดภัยในการรักษาความลับของข้อมูลผู้รับบริการ ด้านความสะดวกสบายในการเข้าใช้งานง่าย ด้านต้นทุนในการยกเว้นค่าธรรมเนียมและลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างดี พบว่าคุณภาพที่ดีเป็นการให้บริการที่ส่งมอบความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2. ผลการศึกษาค้นคว้าความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร : กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) พบว่า พนักงานที่มีอายุแตกต่างกัน มีการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร : กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า การที่พนักงานมีอายุที่ต่างกันนั้นอาจให้ความสำคัญเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามาเพื่อการใช้งานที่ต่างกัน โดยจากการเปรียบเทียบรายกลุ่มพบว่า พนักงานที่มีอายุ ไม่เกิน 30 และ 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นต่อการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพจำกัด มหาชน ด้านลักษณะรูปแบบที่มากกว่าพนักงานที่มีอายุ 41 – 50 ปี รวมถึงพนักงานที่มีอายุ 41 – 50 ปีมี

ความคิดเห็นต่อการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพจำกัด มหาชน ด้านลักษณะรูปแบบที่มากกว่าพนักงานที่มีอายุ ตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภสิริรา คุณรัตน์ (2561) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร พบว่าอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของนรศิลป์ชูชื่น, รฐา คุณาสุกข์กุล และพรทิพย์ชุ่มเมืองปัก (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ สถานภาพสมรส และวุฒิการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ส่วนปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่องการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร : กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ด้านลักษณะรูปแบบ ธนาคารควรให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนาระบบให้มีรูปแบบแอปพลิเคชันที่ใช้งานได้ง่าย จัดให้มีเอกสารหรือข้อมูลบนเว็บไซต์เพื่อศึกษาแอปพลิเคชันเองได้ เพื่อให้สามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันได้ง่าย พัฒนารูปแบบสีของแอปพลิเคชันให้มีเหมาะสม
2. ด้านความน่าเชื่อถือ ธนาคารควรให้ความสำคัญในเรื่องของความถูกต้องในการทำธุรกรรมของแอปพลิเคชันเสมอ ดูแลระบบให้แอปพลิเคชันมีความพร้อมใช้งาน ได้อยู่เสมอ และมีการกำหนดความยากง่ายในการรีเซตพาสเวิร์ดแอปพลิเคชันเหมาะสม
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ธนาคารควรให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนาระบบให้มีฟังก์ชันบนแอปพลิเคชันที่สามารถรองรับความต้องการของลูกค้า สามารถเชื่อมต่อไปเว็บไซต์ของธนาคารที่เกี่ยวข้องเพื่อรับข้อมูลได้ และมีโปรแกรมสนับสนุนพิเศษที่หลากหลายในเวลาที่เหมาะสม
4. ด้านความเชื่อมั่น ธนาคารควรให้ความสำคัญในเรื่องของการอบรมเจ้าหน้าที่พนักงานสาขาหรือ Call center มีความเข้าใจใน แอปพลิเคชัน สามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ มีความรู้ในแอปพลิเคชัน เพื่อแนะนำการใช้งานแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และสามารถสอบถามปัญหาจากการใช้บริการผ่านระบบ ได้ตลอดเวลา เช่น Call center เป็นต้น

5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ธนาคารควรให้ความสำคัญในเรื่องของมีการแจ้งข่าวสาร และข้อมูลที่ตอบสนองต่อการใช้งานส่วนบุคคล มีภาษาที่หลากหลาย เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้แอปพลิเคชันและมีระบบแจ้งเตือนให้ผู้ทำธุรกรรมทราบทัน เมื่อมีการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อยอมรับเทคโนโลยีและความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันธนาคาร โดยเจาะลึกถึงในแต่ละเขตพื้นที่ เพื่อทราบความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละเขตพื้นที่ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจพบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อยอมรับเทคโนโลยีและความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ และทำการศึกษาเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เฉพาะเจาะจง เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ศึกษาหรือนำไปใช้ประโยชน์ ร่วมกับงานวิจัยเชิงปริมาณในกลุ่มประชากรที่เพิ่มมากขึ้น

#### เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ นาสมปอง. (2555). *สภาพการให้บริการการศึกษาทางอินเทอร์เน็ต งานส่งเสริมวิชาการ และงานลงทะเบียน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ. การศึกษาเฉพาะบุคคล* ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จรีพร ทองทะวัก. (2555). *ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับของผู้ว่าจ้างในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs): กรณีผู้ให้บริการด้านการ พัฒนาระบบงาน (Application Development Outsourcing).* วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชวัล เอี่ยมสกุลรัตน์. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารนานาชาติของประชากรในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ* บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชลกนก เพ็ชรสุทธิ. (2558). *คุณภาพการบริการของแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา. บทความวิจัย* บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดสงขลา.
- นรศิลป์ ชูชื่น, รฐา คุณาสุกข์กุล และพรทิพย์ ชุ่มเมืองปึก. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ของ ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์. ปีที่ 19 (ฉบับที่ 2): หน้า 37-46. สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2563, จาก [http://ms.aru.ac.th/file/binder/19/05\\_19\\_2.pdf](http://ms.aru.ac.th/file/binder/19/05_19_2.pdf)*
- พรประภา ไชยอนุกุล. (2557). *คุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจ*

- ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. การค้นคว้า อีสระปัญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- มงคล นิमितภักดีกุล.(2557).ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจยกเลิกบริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน  
*Appication บน โทรศัพท์เคลื่อนที่*.คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรรณพร หวลมานพ.(2558).พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเค โบบายแบงก์  
กิงพลัสของธนาคารกสิกร ไทย จำกัด (มหาชน) ในเขต กรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอีสระ  
วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน, คณะวารสารศาสตร์และ  
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภสิรา คุณรัตน์. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน แอปพลิเคชัน  
*Mobile Banking* ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอีสระ บริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต,บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสยาม.
- สุทธาทิพย์ กำธรพิพัฒนกุล. (2558).ปัจจัยด้านคุณภาพในการให้บริการและการจัดการข้อร้องเรียน  
มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและ ความจงรักภักดีของลูกค้าในการ สนับสนุนธุรกิจท่องเที่ยว  
เชิงเกษตรในประเทศไทย.วารสารวิชาการ ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์  
สังคมศาสตร์ และศิลปะปีที่ 8 ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน –ธันวาคม 2558.
- Parasuraman, Zeithaml and Berry.(1988). *A Conceptual Model of Service Quality and  
Its Implications for Future Research*. Journal of Marketing, 49.