หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรม ความต้องการ และความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท ควอลิตี้ พรอพเพอร์ตี้ แมเนจเม้นท์ จำกัด ต่อการใช้บริการ แอพพลิเคชั่น ครอสแบงค์บิลเพย์เมนต์
คำสำคัญ	พฤติกรรมการใช้บริการ / ความต้องการ / ความพึงพอใจ
ชื่อนักศึกษา	ฐิตาพิมญชุ์ ฐิติภัททสุนทร
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริยา รินรัตนากร
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2563

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ แอพพลิเคชั่น ครอสแบงค์บิลเพย์เมนต์ ของลูกค้าบริษัท ควอลิตี้ พรอพเพอร์ตี้ แมเนจเม้นท์ จำกัด 2) ศึกษาความต้องการใช้บริการ แอพพลิเคชั่น ครอสแบงค์บิลเพย์เมนต์ ของลูกค้าบริษัท ควอลิตี้ พรอพเพอร์ตี้ แมเนจเม้นท์ จำกัด และ 3) ศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการ แอพพลิเคชั่น ครอสแบงค์บิลเพย์เมนต์ ของลูกค้าบริษัท ควอลิตี้ พรอพเพอร์ตี้ แมเนจเม้นท์ จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าของบริษัท ควอลิตี้ พรอพเพอร์ตี้ แมเนจเม้นท์ จำกัด ทั้งเพศชายและเพศหญิงอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป ที่เคยใช้บริการแอพพลิเคชั่นครอสแบงค์ บิลเพย์เมนต์ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการเก็บตัวอย่าง 2 รูปแบบ คือ 1) เก็บตัวอย่างผ่านออนไลน์ จำนวน 300 ตัวอย่าง โดยแบบออนไลน์จะส่งสารผ่านระบบ Qonnect ของบริษัทฯ และกลุ่มแอพพลิเคชั่นไลน์ของแต่ละหน่วยงาน 2) เก็บตัวอย่างโดยการลงพื้นที่เก็บตัวอย่าง จำนวน 100 ตัวอย่าง จาก 2 หน่วยงาน หน่วยงานละ 50 ตัวอย่าง จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็น (probability sampling) โดยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) ด้วยวิธีการจับฉลากรายชื่อเลือกหน่วยงานทั้งหมดในจังหวัดชลบุรี ที่มีการใช้บริการแอพพลิเคชั่น ครอสแบงค์บิลเพย์เมนต์ จริง ซึ่งมีทั้งหมด 12 หน่วยงาน โดยสุ่มเลือกมาจำนวน 5 หน่วยงาน ซึ่งได้แก่ หน่วยงานเดอะไทม์ หน่วยงานเดอะพีคทาวเวอร์ หน่วยงานพลัมแหลมฉบัง หน่วยงานเนทูเรซ่า อาร์ท เรเวสสา หน่วยงานปาร์ค รอยัล 2

SPU CHONBURI

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มแบบกำหนดจำนวนตัวอย่าง (quota sampling) จากสถานที่ที่ทำการสุ่มตัวอย่างทั้ง 5 หน่วยงาน จำนวน 300 คนโดยกำหนดให้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างหน่วยงานละเท่า ๆ กัน คือ หน่วยงานละ 60 คน และมีคำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง คือ เป็นผู้ที่เคยใช้บริการแอพพลิเคชั่น ครอสแบงค์บิลเพย์เมนต์ ผ่านการให้บริการของบริษัท ควอลิตี้ พรอพเพอร์ตี้ แมเนจเม้นท์ จำกัด

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental selection) โดยลงพื้นที่เก็บข้อมูลตามหน่วยงานที่สุ่มได้ และแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนที่กำหนด คือ หน่วยงานละ 50 คน โดยลงพื้นที่เก็บแบบสอบถามจากหน่วยงานต่าง ๆ ในหน่วยงานทั้ง 2 หน่วยงาน คือ หน่วยงานลากูน่าเบย์ และหน่วยงานปาร์ค รอยัล 3 AB ซึ่งในหน่วยงานแต่ละหน่วยงานจะมีกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรที่ต้องการศึกษาแตกต่างกันออกไป เช่น เพศ อายุ การศึกษา รายได้ต่อเดือน ซึ่งการเก็บแบบสอบถามด้วยวิธีดังกล่าวจะช่วยลดความโน้มเอียง (bias) ของลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างได้

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการแอพพลิเคชั่นฯ มากที่สุด คือ สะดวกสบาย คิดเป็นร้อยละ 58.50 โดยมีความถี่ในการใช้บริการแอพพลิเคชั่นฯ มากที่สุด คือ 1-5 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 85.50 มีระยะเวลาที่ใช้บริการแอพพลิเคชั่นฯ มากที่สุด คือ 3-6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 37.00 ซึ่งมีระยะเวลาเฉลี่ยที่ในการทำรายการแต่ละครั้งผ่านบริการแอพพลิเคชั่นฯ มากที่สุด คือ น้อยกว่า 5 นาที คิดเป็นร้อยละ 61.25 2) ผู้ใช้บริการมีความต้องการใช้บริการแอพพลิเคชั่น ครอสแบงค์บิลเพย์เมนต์ โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และ 3) ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจการต่อการใช้บริการแอพพลิเคชั่น ครอสแบงค์บิลเพย์เมนต์ โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด

SPU CHONBURI

Thesis Title	Customer's Using Behaviors, Needs and Satisfaction of Quality Property Management Co., Ltd. To Using the Cross-Bank Bill Payment Services
Keyword	Cross-Bank Bill Payment Application / Using Behavior / Satisfaction
Student	Thithaphimon Thithaphatthasoonthorn
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr.Parinya Rinrattanakorn
Level of Study	Master of Communication Arts
Faculty	Communication Arts, Sripatum University at Chonburi
Year	2020

ABSTRACT

The purposes of the research were to 1) compare the differences of demographics to the Cross-Bank Bill Payment Application using behaviors, 2) compare the differences of demographics to the needs for Cross-Bank Bill Payment Application, and 3) compare the differences of demographics to the Cross-Bank Bill Payment Application satisfaction.

The research findings showed that 1) different demographic service users show particular Cross-Bank Bill Payment Application using behaviors. It showed that the users of particular education level and monthly income show their using behaviors differently, 2) different demographic service users reveal different needs for Cross-Bank Bill Payment Application. It revealed that the users of different education level and monthly income express. their needs differently and 3) different demographic service users express their satisfaction toward Cross-Bank Bill Payment Application differently. The results revealed that the users of particular education level and monthly income express their satisfaction differently.

The population in this study were 400 female and male customers of Quality Management Property Co., Ltd., age of 25 years and above, from the Central, Eastern, Northeastern and North region. The survey questionnaires were used as research tool in this study. The statistical data analysis included: frequency, mean, standard deviation while Chi-Square statistic were used to test the differences between categorical variables. The Dependent t-

SPU CHONBURI

test f-test (one-way analysis of variance: ANOVA) was used to test the compares the means of two related groups.

SPU CHONBURI