

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เคพลัสมาร์เก็ตบนแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งเคพลัสซึ่งส่งผล ต่อความภักดี
ชื่อผู้เขียน	กรกนก เศรษฐโชติก
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ วิจารณ์กิจอำนวย
ปีการศึกษา	2564

บทคัดย่อ

เคพลัสมาร์เก็ตเป็นตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้ถูกพัฒนาขึ้นบนแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งเคพลัสของธนาคารกสิกรไทยเพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงนำแบบจำลองความสำเร็จในการใช้ระบบสารสนเทศและแนวคิดการรับรู้คุณค่ามาใช้ในการศึกษาว่า ปัจจัยใดมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เคพลัสมาร์เก็ตบนแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งเคพลัสอันนำไปสู่ความภักดี

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณซึ่งจัดเก็บข้อมูลจากผู้ที่มีประสบการณ์ซื้อสินค้าหรือบริการบนเคพลัสมาร์เก็ตผ่านการเก็บแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ทั้งสิ้น 158 ชุด

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพของข้อมูล ปัจจัยคุณภาพของการบริการ ปัจจัยคุณภาพของระบบ ปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านสังคม และปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านความคุ้มค่ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เคพลัสมาร์เก็ตตามลำดับ และความพึงพอใจในตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลต่อความภักดีอย่างมีนัยสำคัญ

ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันสามารถจัดลำดับความสำคัญในการพัฒนาระบบเพื่อให้ผู้ใช้งานเคพลัสมาร์เก็ตเกิดความพึงพอใจในแอปพลิเคชันเคพลัสอันนำไปสู่ความภักดี

คำสำคัญ: เคพลัสมาร์เก็ต, ตลาดกลางพาณิชย์, ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, เคพลัส, โมบายแบงก์กิ้ง

Independent Study Title	SATISFACTION ON K+MARKET MARKETPLACE ON K PLUS MOBILE BANKING APPLICATION AFFECTING LOYALTY
Author	Kornkanok Setthachoduek
Degree	Master of Science (Management Information Systems)
Major Field/Faculty/University	Management Information Systems Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Professor Siriluck Rotchanakitumnuai, Ph.D.
Academic Year	2021

ABSTRACT

K+market is an e-Marketplace on K PLUS mobile banking, developed to maintain customer relationships. This research applied the information systems success model and perceived value concept to study factors influencing satisfaction on e-Marketplace affecting customer loyalty.

Quantitative research was done with data collected by online questionnaire from 158 samples, all consumers with experience buying products or services on K+market.

Results were that information, service, and system quality as well as perceived social value and perceived economic value impacted user satisfaction, respectively. In addition, satisfaction with e-Marketplace significantly impacted customer loyalty.

Application developers prioritize system development to boost K+market user satisfaction with K PLUS application, creating more customer loyalty.

Keywords: K+market, Marketplace, e-Marketplace, K PLUS, Mobile Banking