

ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน

สาขาตลาดวงศกร

The User Satisfaction of MyMo of Government Saving Bank, Wongsakorn

Market Branch

ศิริประภา สุขนิรันดร์¹

เกษม สวัสดิ์²

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Siraprapa Suknirun

E-Mail : siraprapa_suk@hotmail.com

Faculty of Business Administration Program in Management, Ramkhamheang University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน สาขาตลาดวงศกร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาตลาดวงศกร จำแนกตามเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาตลาดวงศกร จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของคุณภาพบริการต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาตลาดวงศกร 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านอายุ รายได้ คุณภาพการบริการ กับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาตลาดวงศกร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถาม (SD-scale คะแนน 0-10) โดยการสุ่มคำนึงถึงความน่าจะเป็น จำนวน 300 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระ โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's r Coefficient)

¹ นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผลการวิจัย พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาตลาดวงศกร มีค่าเฉลี่ย 9.19 (S.D. = .8847) อยู่ในระดับสูงที่สุด ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 9.26 (S.D. = .6538) อายุระหว่าง 26-35 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด 9.28 (S.D. = .6743) อายุระหว่าง 36-45 ปี มีค่าเฉลี่ย

ความพึงพอใจน้อยสุด 8.82 (S.D. = 1.0233) สถานภาพโสดมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด 9.26 (S.D. = .5093) สถานภาพ
หม้าย/หย่าร้างมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยสุด 9.17 (S.D. = .9952) ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยความพึง
พอใจมากที่สุด 9.30 (S.D. = .4698) ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยสุด 9.16 (S.D. = .9946) มี
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 40,000-50,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมาก
สุด โดยค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 9.24 (S.D. = .6359 และ .9009 ตามลำดับ) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท มีค่าเฉลี่ย
ความพึงพอใจน้อยสุด 8.79 (S.D. = .7764)

พบว่า ด้านเพศ ด้านสถานภาพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo
ของธนาคารออมสินสาขาลาดวงศกรไม่แตกต่างกัน

พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 6 ด้านมีความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับสูงที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นราย
ด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านราคาค่าบริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.20 (S.D. = 1.09) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อย
สุด คือ ด้านการส่งเสริมและนำบริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.05 (S.D. = 1.05)

พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของ
ธนาคารออมสินสาขาลาดวงศกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับแอลฟาเท่ากับ .05 โดยมีค่า r เท่ากับ -.037 ด้านรายได้
เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาลาดวงศกรอยู่ใน
ระดับต่ำที่สุด มีค่า r เท่ากับ -.101 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับแอลฟาเท่ากับ .05 และด้านคุณภาพการบริการมี
ความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาลาดวงศกร อยู่ในระดับสูงมาก
มีค่า r เท่ากับ .880 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับแอลฟา เท่ากับ .05

ข้อเสนอแนะ ธนาคารควรดูแล ให้คำแนะนำบริการแก่กลุ่มลูกค้าผู้สูงวัย และกลุ่มผู้ที่มีรายได้สูง (มากกว่า
50,000 บาท ขึ้นไป) ให้มากขึ้น

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, คุณภาพการบริการ, ผู้ใช้บริการ

ABSTRACT

A study of The User Satisfaction of MyMo of Government Saving Bank, Wongsakorn Market Branch. The
objectives were 1) to study the level of the user satisfaction of MyMo of Government Saving Bank, Wongsakorn Market
Branch, classified by gender, status, education level, 2) to compare the satisfaction level of the user satisfaction of MyMo
of Government Saving Bank, Wongsakorn Market Branch, classified by marketing mix factors 3) to study the level of
importance of service quality to the user satisfaction of MyMo of Government Saving Bank, Wongsakorn Market Branch
and 4) to study the relationship between age factors, income, service quality and satisfaction of MyMo service of
Government Savings Bank, Wongsakorn Market Branch. Data were collected from questionnaires (SD-scale scores 0 to
10) by probability random sampling 300 customers. The statistics used in the analysis were percentage, mean (\bar{X}),
standard deviation (SD), test hypotheses by t-test statistics, one-way ANOVA, and analyzing the relationship of the
variables by using Pearson's r Coefficient.

The results of the research found that: the satisfaction level of the user satisfaction of MyMo of Government Saving Bank, Wongsakorn Market Branch had mean of 9.19 (SD = .8847) at the highest level. The majority of the population were male, with mean of 9.26 (SD = .6538), age 26-35 years had the highest mean of 9.28 (SD = .6743), ages of 36-45 years had the least mean of 8.82 (SD = 1.0233), single status had the highest mean of 9.26 (SD = .5093) widowed / divorced status had the lowest mean of 9.17 (SD = .9952) education level below bachelor level with the highest mean of 9.30 (SD = .4698), higher education level. bachelor degree had the lowest mean of 9.16 (SD = .9946), monthly income of less than 20,000 baht and average monthly income 40,000-50,000 baht with the highest mean of 9.24 (S.D. = .6359 and .9009 respectively), average monthly income more than 50,000 baht with the least mean of 8.79 (S.D. = .7764).

Found that gender, status and educational level were different, the satisfaction of the MyMo service of the Government Savings Bank, Wongsakorn Market Branch were different.

Found that all six aspects of marketing mix were the highest importance, considering each aspect, the price of the service had the highest mean of 9.20 (S.D. = 1.09), the promotion had the least mean of 9.05 (S.D. = 1.05)

Found that the relationship between age factors did not correlate with satisfaction of MyMo service, the alpha level at .05, with $r = -.037$. The average monthly income had a negative relationship with the satisfaction with the MyMo service, with $r = -.101$, with statistically significant at the level of alpha of .05, and service quality positively correlated with satisfaction of MyMo service, with $r = .880$, with statistical significance at the level of alpha of .05

Suggestion: bank should take care and increasing service advices for elderly customers, and high incomes customers group.

Keywords: Satisfaction, Service quality, User

บทนำ

ในสถานการณ์ปัจจุบันการดำเนินชีวิตประจำวันเต็มไปด้วยความเร่งรีบ ต้องทำกิจกรรมต่าง ๆ แข่งขันกับเวลา และการจราจรที่ติดขัด การติดต่อธุรกรรมต่าง ๆ ทางการเงินกับธนาคาร ลูกค้าจึงต้องการลดเวลาในการใช้บริการ ต้องการความสะดวก รวดเร็ว และสามารถทำธุรกรรมได้ทุกเวลาและทุกสถานที่ ทั้งที่บ้าน ที่ทำงาน หรือสถานที่ต่าง ๆ รวมถึงแม้แต่เวลาที่ธนาคารปิดทำการ ลูกค้าก็ยังคงใช้บริการทางการเงินกับธนาคารได้อย่างต่อเนื่อง ธนาคารออมสินตระหนักถึงเรื่องดังกล่าว จึงได้พัฒนารูปแบบในการให้บริการแบบใหม่เพิ่มขึ้น เรียกว่า “MyMo” ที่เป็นการให้บริการอีกรูปแบบหนึ่งผ่าน Application บน Smartphone หรือ Tablet สามารถทำธุรกรรมกับธนาคารได้ เป็นต้นว่า การสอบถามยอดเงินฝากประเภทต่าง ๆ, การตรวจสอบข้อมูลสลากออมสินพิเศษ, การโอนเงินทั้งในธนาคารเดียวกันและต่างธนาคาร, การชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าใช้จ่ายบัตรเครดิต รวมถึงการแจ้งเตือนอัตโนมัติในการทำรายการเข้า-ออกบัญชี และการดูรางวัลสลากออมสิน การที่ธนาคารออมสินได้พัฒนารูปแบบการให้บริการที่ทันสมัยและครบวงจร เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคใหม่ และสามารถแข่งขันกับสถาบันการเงินอื่นได้ อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงเป็นการเสริมสร้าง

ภาพลักษณ์ของธนาคาร ที่สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพ สะดวก รวดเร็ว ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย และรูปแบบที่เหมาะสม ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

จากความสำคัญของความพึงพอใจในการให้บริการธนาคารออมสินของผู้รับบริการ จึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของลูกค้าของธนาคารออมสิน ที่สังกัดสาขาตลาดวงศกร เพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนาการบริการให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาตลาดวงศกร จำแนกตามเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาตลาดวงศกร จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
3. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของคุณภาพบริการต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาตลาดวงศกร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านอายุ รายได้ คุณภาพการบริการ กับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาตลาดวงศกร

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาตลาดวงศกรไม่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านสถานภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาตลาดวงศกรไม่แตกต่างกัน
3. ปัจจัยด้านระดับการศึกษาแตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาตลาดวงศกรไม่แตกต่างกัน
4. ปัจจัยด้านด้านอายุ มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาตลาดวงศกร
5. ปัจจัยด้านรายได้ มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาตลาดวงศกร
6. ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาตลาดวงศกร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน สาขาตลาดวงศกร
2. เพื่อให้ธนาคารออมสิน ได้นำผลการศึกษาวิจัยในด้านประชากรศาสตร์และความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ด้านต่าง ๆ นำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน สาขาตลาดวงศกร มีขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตของประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน สาขาตลาดวงศกร

2. ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยทราบจำนวนของลูกค้าที่ใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน สาขาตลาดวงศกรจึงได้คำนวณเพื่อหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการสุ่มจากสูตรคำนวณจำนวนตัวอย่างของ Yamane ($n = N / (1 + Ne^2)$) ที่ค่าความคลาดเคลื่อน (e) เท่ากับ 0.05 ได้ผลลัพธ์ของขนาดตัวอย่างที่ต้องทำการสุ่ม เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์เท่ากับ 300 ตัวอย่าง

3. ขอบเขตของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน สาขาตลาดวงศกร

4. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหา โดยทำการศึกษา ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

- ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และคุณภาพการบริการ

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่

- ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน สาขาตลาดวงศกร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคาค่าบริการ ด้านช่องทางการขาย ด้านส่งเสริมและนำบริการ ด้านบุคลากร และลักษณะทางกายภาพ

5. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาเกี่ยวกับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีการดำเนินงานตั้งแต่ มีนาคม - มิถุนายน พ.ศ. 2563

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) หมายถึง การทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคารโดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทางมือถือ Mobile Banking จึงเป็นการให้บริการทางการเงินที่สะดวกและปลอดภัยของธนาคาร โดยให้บริการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ที่ลูกค้าสามารถใช้งานได้ด้วยตนเอง สะดวกสามารถทำได้ทุกที่ ทุกเวลาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตหรือไวไฟและมือถือที่รองรับ โดยความหมายในการวิจัยในครั้งนี้ MyMo หมายถึงระบบ Mobile Banking ของธนาคารออมสินที่ให้ลูกค้าทำธุรกรรมทางการเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง เชื่อมต่อผ่าน Wifi หรือ 4G ออกแบบมาให้ใช้งานง่ายและมีฟังก์ชันครอบคลุมการทำธุรกรรมการเงินที่หลากหลาย ด้วยระบบความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ

2. ผู้ใช้บริการ (User) หมายถึง ลูกค้าของธนาคารออมสิน ที่มาใช้บริการทำธุรกรรมของธนาคารออมสิน สาขาตลาดวงศกร

3. ความพึงพอใจ หมายถึง การที่ผู้บริโภคได้ใช้งาน Mobile banking แล้วเกิดความรู้สึกพึงพอใจ ชอบใจ หรือผิดหวังกับการใช้งาน โดยมีความคาดหวังต่อการใช้บริการ ส่งผ่านไปถึงการรับรู้ถึง คุณภาพ และการรับรู้ถึงคุณค่าของการใช้บริการ ทำให้เกิดความพึงพอใจนำมาซึ่งความภักดีในการใช้บริการต่อไปในอนาคต

4. คุณภาพการบริการ หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธนาคารออมสิน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขั้นได้ คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรม

ของการบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) และความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎี ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538:41) ได้กล่าวไว้ว่า การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิภาพต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน โดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้ 1. เพศ 2. อายุ 3. การศึกษา และ 4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ

แนวคิด ทฤษฎี ปัจจัยด้านความพึงพอใจ

จากทฤษฎีความต้องการ (Need Theories) ของ อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) ตั้งอยู่บนสมมติฐาน 3 ประการ คือ 1. มนุษย์มีความต้องการ ความต้องการนี้มีอยู่อยู่เสมอไม่สิ้นสุด เมื่อความต้องการใด ได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอื่นก็จะเข้ามาแทน ซึ่งเป็นเช่นนี้เรื่อยไปไม่มีที่สิ้นสุด 2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป ความต้องการที่มีอิทธิพลก่อให้เกิดพฤติกรรมที่แสดงออกมานั้น เป็นความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองเสร็จสิ้นไปแล้วเท่านั้นที่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรม 3. ความต้องการของมนุษย์มีเป็นลำดับขั้น จากความต้องการต่ำไปหาสูงตามลำดับ เมื่อความต้องการขั้นต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการขั้นสูงถัดไปก็จะติดตามมาเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมต่อไป

ทฤษฎีของ Maslow สามารถอธิบายได้ถึงความพึงพอใจในการใช้บริการได้ กล่าวคือ ความพึงพอใจในการใช้บริการของคนในแต่ละระดับ จะมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป เช่น พนักงานบริษัทใน ลูกจ้าง ผู้บริหาร บุคคลทั่ว ๆ ไป เกษตรกร จะมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่แตกต่างกัน เนื่องจากระดับความต้องการ ของบุคคลนั้นแตกต่างกัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุวิสา สุรังสิมันต์กุล. (2551, หน้า 22) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้ บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จบการศึกษา สูงสุดในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เริ่มรู้จักบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตจากเพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักแนะนำให้ทราบสาเหตุที่เลือกใช้บริการ เพราะความสะดวกในการติดต่อกับธนาคารสามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

พรพรรณ ช้างงานเนียม. (2553: 125-128) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มี ต่อคุณภาพบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และมีระดับความพึงพอใจน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ดังนั้น เพื่อความอยู่รอด ด้านธุรกิจ ธนาคารควรปรับปรุงการบริการ โดยพิจารณาถึงปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดให้เหมาะสม

อรวรรณ ใจโต. (2555: 63-66) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของธนาคารออมสินในจังหวัดลำปาง พบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งไม่แตกต่างกันทั้ง 6 ด้าน มีปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน สาขาตลาดวงศกร เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวิธีวิจัยในรูปแบบของการสุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงความน่าจะเป็น คือ การเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว ซึ่งการเก็บข้อมูลจะใช้เครื่องมือที่เรียกว่า แบบสอบถาม ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปที่เรียกว่า SPSS

ระดับการวัดสำหรับตัวแปรอิสระของการวิจัยในครั้งนี้ ใช้มาตรวัด SD-scale (Semantic Differential Scale) เพื่อวัดระดับการให้คะแนนของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบจากค่าที่สุดให้คะแนนเท่ากับ 0 คะแนนและสูงที่สุดให้คะแนนเท่ากับ 10 คะแนน เพื่อให้ผู้ตอบมีจุดอ้างอิง (Reference Point) เหมือนกันทุกคน ไปในทิศทางสอดคล้องกัน (Inter-personal Consistency) และก่อให้เกิดความสอดคล้องภายในแต่ละข้อรายการ (Inter-item Consistency) ผู้ตอบแต่ละคนจะเข้าใจความหมายของคะแนนที่ตนให้ว่าอยู่ตรงไหน และความห่างกันของคะแนนสอดคล้องกัน และสม่ำเสมอทุกช่วงคะแนน (Intra-item Consistency)

กลุ่มตัวอย่างจากการศึกษาในครั้งนี้ คือลูกค้าที่ใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน สาขาตลาดวงศกร ซึ่งได้คำนวณเพื่อเปรียบเทียบจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการสุ่มจากสูตรคำนวณจำนวนตัวอย่างของ Yamane ($n=N/1+N_e^2$) ที่ค่าความคลาดเคลื่อน (e) เท่ากับ .05 ได้ผลลัพธ์ของขนาดตัวอย่างที่ต้องทำการสุ่ม เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์เท่ากับ 300 ตัวอย่าง ซึ่งเครื่องมือที่ใช้วัดเชิงปริมาณ ในงานวิจัยนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) และเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open Ended Question)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน สาขาตลาดวงศกร ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ระดับคะแนน 0-10

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ ความเห็นอื่น ๆ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open Ended Question)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สรุปผลข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาตลาดวงศกร จำแนกตามเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา พบว่าผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

พบว่า ด้านเพศมีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo โดยรวมมีค่า Mean เท่ากับ 9.19 ค่า Std. Deviation เท่ากับ .8847 ประกอบด้วย เพศชายจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo มากสุด Mean เท่ากับ 9.26 Std. Deviation เท่ากับ 0.6538 และเป็นเพศหญิงจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7 มีระดับระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo น้อยสุด Mean เท่ากับ 9.12 Std. Deviation เท่ากับ 1.0597

พบว่า ด้านอายุมีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo โดยรวมมีค่า Mean เท่ากับ 9.19 ค่า Std. Deviation เท่ากับ .8847 ประกอบด้วย อายุต่ำกว่า 26 ปี มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo Mean เท่ากับ 9.14 Std. Deviation เท่ากับ 1.0058 อายุ 26-35 ปี มีจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ

57.7 มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo มากสุด Mean เท่ากับ 9.28 Std. Deviation เท่ากับ 0.6743 อายุ 36-45 ปี มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo น้อยสุด Mean เท่ากับ 8.82 Std. Deviation เท่ากับ 1.0233 และอายุ มากกว่า 45 ปี มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo Mean เท่ากับ 9.19 Std. Deviation เท่ากับ 0.8844

พบว่า ด้านสถานภาพมีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo มีค่า Mean เท่ากับ 9.19 ค่า Std. Deviation เท่ากับ .8847 ประกอบด้วย สถานภาพ โสด มีจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 56 มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo มากสุด Mean เท่ากับ 9.26 Std. Deviation เท่ากับ 0.5093 สถานภาพ สมรส มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo Mean เท่ากับ 9.18 Std. Deviation เท่ากับ 0.9226 และสถานภาพ หม้าย/หย่าร้าง มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo Mean น้อยสุด เท่ากับ 9.17 Std. Deviation เท่ากับ 0.9952

พบว่า ด้านระดับการศึกษามีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo โดยรวมมีค่า Mean เท่ากับ 9.19 ค่า Std. Deviation เท่ากับ .8847 ประกอบด้วย ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo มากสุด Mean เท่ากับ 9.30 Std. Deviation เท่ากับ .4698 ระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีจำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 64.7 มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo Mean เท่ากับ 9.17 Std. Deviation เท่ากับ .9267 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo น้อยสุด Mean เท่ากับ 9.16 Std. Deviation เท่ากับ .9946

พบว่า ด้านรายได้มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo โดยรวมมีค่า Mean เท่ากับ 9.19 ค่า Std. Deviation เท่ากับ .8847 ประกอบด้วย รายได้ (เฉลี่ยต่อเดือน) ต่ำกว่า 20,000 บาท มีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 35 มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo มากสุด มีค่า Mean เท่ากับ 9.24 Std. Deviation เท่ากับ 0.6359 รายได้ (เฉลี่ยต่อเดือน) 20,001-30,000 บาท มีจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo มีค่า Mean เท่ากับ 9.22 Std. Deviation เท่ากับ 0.7435 รายได้ (เฉลี่ยต่อเดือน) 30,001-40,000 บาท มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo มีค่า Mean เท่ากับ 9.08 Std. Deviation เท่ากับ 1.4562 รายได้ (เฉลี่ยต่อเดือน) 40,001-50,000 บาท มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo มากสุด มีค่า Mean เท่ากับ 9.24 Std. Deviation เท่ากับ 0.9009 และรายได้ (เฉลี่ยต่อเดือน) มากกว่า 50,001 บาท มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo น้อยสุด มีค่า Mean เท่ากับ 8.79 Std. Deviation เท่ากับ 0.7764

สรุปผลข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาตลาดวงศกร จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

พบว่า กลุ่มประชากรของกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมในระดับสูงที่สุด โดยมีค่า Mean เท่ากับ 9.19 และค่า Std. Deviation เท่ากับ .88 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านช่องทางการขาย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.27 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมและนำบริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.05

สรุปผลข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของคุณภาพบริการต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาตลาดวงศกร

พบว่า มีระดับความสำคัญของคุณภาพบริการ MyMo ของธนาคารออมสิน สาขาตลาดวงศกร ด้านคุณภาพการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับสูงที่สุด (Mean = 9.22, S.D. = 1.01) โดยพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระบบบริการ Mobile

Banking (MyMo) มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัย มากที่สุด โดยอยู่ในระดับสูงที่สุด (Mean = 9.29, S.D. = 1.07) รองลงมา ระบบบริการ Mobile Banking (MyMo) มีความถูกต้องแม่นยำ โดยอยู่ในระดับสูงที่สุด (Mean = 9.21, S.D. = 1.05) และน้อยที่สุด ระบบบริการ Mobile Banking (MyMo) มีความเสถียร โดยอยู่ในระดับสูงที่สุด (Mean = 9.16, S.D. = 1.09)

สรุปผลข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านอายุ รายได้ คุณภาพการบริการ กับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน สาขาตลาดวงศกร

พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่าง SAT กับอายุ รายได้ อยู่ในระดับต่ำที่สุดและความสัมพันธ์ระหว่าง SAT กับ QS อยู่ในระดับสูงมาก

สรุปผลข้อค้นพบตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน สาขาตลาดวงศกร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับแอลฟา เท่ากับ .05

สมมติฐานที่ 2 สถานภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน สาขาตลาดวงศกร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับแอลฟา เท่ากับ .05

สมมติฐานที่ 3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน สาขาตลาดวงศกร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับแอลฟา เท่ากับ .05

สมมติฐานที่ 4 ด้านอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน สาขาตลาดวงศกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับแอลฟา เท่ากับ .05

สมมติฐานที่ 5 ด้านรายได้ มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน สาขาตลาดวงศกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับแอลฟา เท่ากับ .05

สมมติฐานที่ 6 ด้านคุณภาพการบริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน สาขาตลาดวงศกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับแอลฟา เท่ากับ .05

การอภิปรายผล

1. การอภิปรายผลข้อค้นพบที่ได้ตามวัตถุประสงค์และข้อค้นพบที่ได้ตั้งสมมติฐานไว้

การอภิปรายผลข้อค้นพบที่ได้ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า เพศ สถานภาพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน สาขาตลาดวงศกร ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลวิเคราะห์ด้านเพศ และระดับการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญพิชชา อ่าหนองโพธิ์ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการบริการ MyMo ของธนาคารออมสิน และผลวิเคราะห์ด้านสถานภาพสอดคล้องกับงานวิจัยของหทัยรัตน์ บันลือ ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา พบว่า สถานภาพที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากธนาคารสามารถให้บริการลูกค้าด้วยคุณภาพที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน มีการให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน โดยไม่เลือกปฏิบัติ เฉพาะลูกค้าสถานภาพใดเป็นการเฉพาะเจาะจง ส่งผลให้ลูกค้าที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน ไม่แตกต่างกัน

การอภิปรายผลข้อค้นพบที่ได้ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยมีค่า Mean เท่ากับ 9.19 (ค่า Std. Deviation เท่ากับ .88) สอดคล้องกับ

งานวิจัยของภัทรวดี วรรณสุทธิ เรื่องสำรวจความพึงพอใจผู้ใช้บริการออมสิน Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสิน สาขาวัดไทร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 6 ด้านอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยมีนัยสัมพันธ์กัน .05

การอภิปรายผลข้อค้นพบที่ได้ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า มีระดับความสำคัญของคุณภาพบริการ MyMo ของธนาคารออมสิน สาขาตลาดวงศกร โดยรวมอยู่ในระดับสูงที่สุด มีค่า Mean เท่ากับ 9.22 (ค่า Std. Deviation เท่ากับ 1.01) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรวดี วรรณสุทธิ เรื่องสำรวจความพึงพอใจผู้ใช้บริการออมสิน Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสิน สาขาวัดไทร พบว่า ด้านคุณภาพมีระดับความสำคัญสูงมาก

การอภิปรายผลข้อค้นพบที่ได้ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน สาขาตลาดวงศกร กับอายุ รายได้ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และ ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน สาขาตลาดวงศกร กับคุณภาพการบริการ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงข้ามกัน

การอภิปรายผลข้อค้นพบที่ได้ตามสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่า เพศ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาตลาดวงศกรไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณวิภา พิราวัชร (2549) ศึกษาคุณภาพในการให้บริการของบมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาสี่แยกบ้านแขก ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพบริการของธนาคารฯ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า พบว่า มีความไม่แตกต่างกันของคุณภาพบริการในเพศชาย/หญิง สอดคล้องกับงานวิจัยของชนะดา วีระพันธ์ (2555: 57-60) ที่ทำการศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านเก่า อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี พบว่าเพศหญิงและเพศชายมีความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลเก่า อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน และอมรรรัตน์ บุญมา (2557: 6) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลพวา อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี พบว่าเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการให้บริการไม่แตกต่างกัน เนื่องจากปัจจุบันมีการศึกษาพบว่าเพศหญิงและเพศชายมีความสามารถทางสติปัญญาไม่แตกต่างกัน และมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยี (คือใช้มือถือทำธุรกรรมทางการเงิน) ได้ดีเหมือนกันหรือเท่าเทียมกัน

การอภิปรายผลข้อค้นพบที่ได้ตามสมมติฐานข้อที่ 2 พบว่า สถานภาพ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาตลาดวงศกรไม่แตกต่างกัน เนื่องจากธนาคารสามารถให้บริการลูกค้าด้วยคุณภาพที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน มีการให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติเฉพาะลูกค้าสถานภาพใดเป็นการเฉพาะเจาะจง ส่งผลให้ลูกค้าที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดการสร้างความพึงพอใจในบริการของ Mullins (1954) ที่ได้เสนอแนวคิดว่าการให้บริการที่เสมอภาค หมายถึง การให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ใช้กฎระเบียบและมาตรฐานการให้บริการ และสอดคล้องกับแนวคิดของวิชัย เหลืองธรรมชาติ (2531) ที่ได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจมีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ คือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าอยู่ในที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกัน

การอภิปรายผลข้อค้นพบที่ได้ตามสมมติฐานข้อที่ 3 พบว่า ระดับการศึกษา ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาตลาดวงศกรไม่แตกต่างกัน ขัดแย้งกับงานวิจัยของวัชรารักษ์ จันทร์สุวรรณ. (2555-51) ที่ว่าลูกค้าของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพุนผลที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพุนผล แตกต่างกัน และอรรธรรม ใจโต. (2555: 63-66) ที่ได้กล่าวเสริมว่ามนุษย์มีความต้องการความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

การอภิปรายผลข้อค้นพบที่ได้ตามสมมติฐานข้อที่ 4 พบว่า อายุ ไม่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาลาดวงศกร สอดคล้องกับแนวคิดของวัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ (2555, น.10) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกของมนุษย์ในทางบวกและทางลบ โดยความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จะเกิดเมื่อมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ และเกิดขึ้นเมื่อได้รับสิ่งที่บรรลุสิ่งมุ่งหมาย และลดลงเมื่อไม่ได้รับการตอบสนอง

การอภิปรายผลข้อค้นพบที่ได้ตามสมมติฐานข้อที่ 5 พบว่า รายได้ มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาลาดวงศกร สอดคล้องกับแนวคิดของ เกศวิฑู ทิพยศ.(2557: 41-48). กล่าวว่ารายนได้มีผลต่อความพึงพอใจและการใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ

การอภิปรายผลข้อค้นพบที่ได้ตามสมมติฐานข้อที่ 6 พบว่า คุณภาพการบริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาลาดวงศกร นั้นแสดงให้เห็นว่า กลุ่มลูกค้าให้ความสำคัญต่อคุณภาพในการให้บริการของธนาคารที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภาวิดา หม่อมปลัด. (2556, หน้า 17) ความไว้วางใจด้านความปลอดภัยของผู้ใช้บริการที่มีต่อเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับดี และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า พึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ด้านขั้นตอนการใช้งานธุรกรรมทางการเงินบนมือถือด้านความสะดวกในการใช้งาน

2. การอภิปรายผลด้านคุณค่าด้านระเบียบวิธีการวิจัย คุณค่าด้านทฤษฎี และคุณค่าด้านภาคปฏิบัติในการสร้างความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาลาดวงศกร

คุณค่าทางวิชาการที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้จะขอกกล่าวถึงใน 3 ด้านหลัก คือ คุณค่าด้านระเบียบวิธีการวิจัย คุณค่าด้านทฤษฎี และคุณค่าภาคปฏิบัติในการสร้างความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาลาดวงศกร

คุณค่าทางระเบียบวิธีการวิจัยในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (ด้านอายุ ด้านรายได้) ด้านคุณภาพการบริการ กับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาลาดวงศกร 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคาค่าบริการ ด้านช่องทางการขาย ด้านการส่งเสริมแนะนำบริการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ ใช้วิธีการวิจัยโดยมุ่งเน้นการวิจัยเชิงปริมาณ ระดับความสัมพันธ์ที่ค้นพบโดยการวิจัยเชิงปริมาณมีทั้งเชิงบวกและเชิงลบ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน : r

คุณค่าทางการทฤษฎี การวิจัยในครั้งนี้เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาลาดวงศกร ซึ่งแนวคิดในการหาความสัมพันธ์นั้น ข้อค้นพบชี้ให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างอายุ รายได้ คุณภาพการบริการ (QS) กับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาลาดวงศกร (SAT) พบว่า อายุ คุณภาพการบริการ กับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาลาดวงศกร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และรายได้กับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาลาดวงศกร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม

คุณค่าด้านภาคปฏิบัติในการสร้างความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสาขาลาดวงศกร ซึ่งในการวิจัยค้นพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมในระดับสูงที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านช่องทางการขาย ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมแนะนำบริการ

ข้อเสนอแนะ

1. ธนาคารควรดูแล ให้คำแนะนำบริการแก่กลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุ และกลุ่มผู้ที่มีรายได้น้อย (มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป) ให้มากขึ้น
2. ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของการให้บริการ MyMo เปรียบเทียบกับธนาคารอื่น ๆ เพิ่มเติมจากงานวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- ขวัญใจ อุณหวัฒน์ไพบลูย์. (2560). ศึกษาความพึงพอใจผู้ใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสินในกรุงเทพมหานคร (ฝั่งธนบุรี). มหาวิทยาลัยสยาม.
- จุฑาภรณ์ ไรวอน. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการบัวหลวง ไอแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). บริหารธุรกิจบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชนะดา วีระพันธ์. (2555). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านเก่า อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี. วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชยาภรณ์ เลิศมนไพโรจน์. (2558). ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในการใช้บริการ “MyMo” ที่สังกัดสาขาในเขตราชวัตร. บัณฑิตวิทยาลัย. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ทวีพงศ์ สู่สวัสดิ์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของการให้บริการ Mobile banking ของธนาคาร (Mymo) และธนาคารกสิกรไทย (K-PLUS) ในจังหวัดเพชรบุรี. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- พนิดา เพชรรัตน์. (2556). คุณภาพให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร สำนักงานสรรพากรพื้นที่นครราชสีมา 2. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- เพ็ญพิชชา อ่าหนองโพธิ์. (2562). ความพึงพอใจในการบริการ MyMo ของธนาคารออมสิน. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ภัทรา มหามงคล. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เมตตา พลเพชร. (2558). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสินสาขาละงู จังหวัดสตูล. บัณฑิตวิทยาลัย. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ. (2555). ความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพุนผลจังหวัดภูเก็ต. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- หทัยรัตน์ บรรลือ. (2556). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาสวนจิตรลดา. วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ. มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- อมรรัตน์ บุญญา. (2557). ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลพวา อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี. วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.