

ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY
ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

CUSTOMER SATISFACTION IN USING SCB EASY APPLICATION SERVICES
OF SIAM COMMERCIAL BANK PUBLIC COMPANY LIMITED IN BANGKOK

จินดารัตน์ ศรีวรรณันท์

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Chindarat Srivoranun

Email: chindarat.srivoranun@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking, Ramkhamhaeng
University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCBEASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คนโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ผลด้วยการประมวลผลจากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย สถิติ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD

ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยด้านส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY โดยรวมไม่ต่างกัน และลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีด้านเพศต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY โดยรวมต่างกัน

คำสำคัญ: ความพึงพอใจในการใช้บริการ; แอปพลิเคชัน SCB EASY; ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

Abstract

This research study The objectives are 1) to study customer satisfaction in using SCB EASY application services of Siam Commercial Bank Public Company Limited in Bangkok. 2) to study customer satisfaction in using SCB EASY application services of Siam Commercial Bank Public Company Limited in Bangkok Classified by personal factors.

The sample group used in this research are the customers who use SCBEASY application services of the Siam Commercial Bank Public Company Limited in Bangkok, 400 people by using questionnaires as a tool for data collection The data were analyzed by using SPSS software package. The statistics for data analysis were descriptive statistics consisting of percentage, frequency, mean and standard deviation. And inferential statistics consisting of t-test statistics, One-Way ANOVA statistics. If the differences are found, they will be compared in pairs. Using LSD method.

The result of the research shows that Customers who use SCB EASY application services from Siam Commercial Bank Public Company Limited in Bangkok Which have personal factors such as age, education level, occupation, average monthly income differently Therefore, the overall satisfaction of customers in using SCB EASY application services is no different. And customers using SCB EASY application services of Siam Commercial Bank Public Company Limited in Bangkok with different gender Causing the overall satisfaction of customers in using SCB EASY application services differently.

Keywords: Satisfaction in using the service; SCB EASY application; People in Bangkok

บทนำ

เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญกับการดำเนินชีวิตของมนุษย์การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตไร้สาย โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนเสมือนกับปัจจัยที่หก ที่ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงแอปพลิเคชันในการทำธุรกรรมทางการเงินของธนาคารอีกด้วย โดยธนาคารพาณิชย์ต่างยกระดับแอปพลิเคชัน เพื่อให้สามารถตอบโจทย์การใช้งานของผู้บริโภคมาก สถาบันการเงินยังคงกลายมาเป็นผู้พัฒนาแอปพลิเคชันยอดเยี่ยมโดยมี K PLUS จากธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) และ SCB EASY จากธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) นำมาเป็น 2 ใน 10 อันดับแอปพลิเคชันยอดเยี่ยมของคนไทย ทัดเทียมกับโซเชียลเน็ตเวิร์กระดับโลก

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารที่ให้บริการทางการเงินที่ครบวงจรและเป็นธนาคารชั้นนำของประเทศได้เปิดให้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY โดยลูกค้ามีเพียงบัญชีของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ก็จะสามารถเข้าถึงการใช้แอปพลิเคชันได้ นอกเหนือจากการเข้าใช้งาน การรับโอนเงิน แอปพลิเคชัน SCB EASY ได้มีการทำ Digital Transformation โดยแบ่งออกเป็น 3 ชั้น คือ ดิจิทัล โปรดักส์ (Digital Product), ดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง (Digital Marketing), ดิจิทัล ฟูลฟิลเมนต์ (Digital Fulfilment)

โดยแอปพลิเคชัน SCB EASY ต้องการให้ลูกค้าเกิดความสะดวกและความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มส่งผลให้ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จำเป็นต้องให้บริการรูปแบบใหม่ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุด แต่ธุรกิจก็มักพบกับปัญหาที่ทำให้ระบบไม่ตอบสนองต่อการใช้งาน มีรายงานเหตุแอปพลิเคชันล่มบนบริการโทรศัพท์มือถือ 2 ครั้ง นาน 4 ชั่วโมง อาจเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ยังคงไม่สามารถขึ้นเป็นผู้นำของยอดการใช้บริการแอปพลิเคชันได้

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะศึกษาเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY เพื่อนำข้อมูลที่ได้ปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบ วิธีการบริการให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และนอกจากนี้ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ยังสามารถนำข้อมูลไปทำการวางแผนและพัฒนาบริการใหม่ๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการวิจัยในครั้งนี้มีขอบเขตของงานวิจัยดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตของประชากร ขอบเขตการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะศึกษาลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงที่สำคัญและเป็นเขตที่มีประชากรมากที่สุดของประเทศไทยและความหลากหลายในรูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งมีโอกาสและอำนาจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน

2. ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครที่แน่นอน การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจึงต้องกำหนดโดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ซึ่งทางผู้วิจัยได้กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ที่ 0.05 จึงทำให้มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และจากการเปิดตารางที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้มีจำนวน 400 คน

3. ขอบเขตของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้จะใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลการวิจัย คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

4. ขอบเขตด้านเนื้อหาและประเด็นในการศึกษา เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยต่าง ๆ โดยการศึกษาค้นคว้าประกอบด้วยตัวแปรดังต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้านได้แก่ ด้านรูปแบบของแอปพลิเคชัน ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์ ด้านความปลอดภัย ด้านการตอบสนองลูกค้า

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรค รวมถึงแนวทางในการปรับปรุง พัฒนา รูปแบบแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ทบทวนวรรณกรรม

ปัจจัยส่วนบุคคล

วชิรวีชร งามละม่อม, 2558 อ้างถึงใน สุณิสา ตรงจิตร, 2559 ได้อธิบายว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ถือเป็นความหลากหลายและแตกต่างเกี่ยวกับบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพซึ่งความแตกต่างและหลากหลายของบุคคลนี้ สามารถบ่งชี้ลักษณะพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่างกัน

นภาพิทย ไตรกุลนิภัทร (2559) ได้กล่าวว่า กลุ่มผู้บริโภคหญิงจะมีแรงจูงใจในการเลือกซื้อทางด้านอารมณ์มากกว่าด้านเหตุผล ในขณะที่เพศชายเป็นเพศที่ไม่ใช้อารมณ์ในการซื้อสินค้าหรือบริการมาก

กอบกาญจน์ เจริญทอง (2556) ได้กล่าวว่า การเลือกซื้อสินค้าและบริการที่แท้จริงอาจมาจากเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต ค่านิยม อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ฯลฯ เพราะเกณฑ์ต่าง ๆ ย่อมส่งผลต่อความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการของแต่ละบุคคลที่ต่างกัน

ความพึงพอใจ

มาสโลว์ (Maslow) ได้อธิบายว่า ความต้องการตามลำดับขั้นทั้ง 5 ระดับ โดยเรียงลำดับจากขั้นที่ 1 ไปจนถึงขั้นที่ 5 ในแต่ละบุคคลก็จะมีความต้องการในแต่ละขั้นไม่เท่ากัน โดยที่ระดับความต้องการในแต่ละขั้นจะมีอิทธิพลต่อบุคคลมากหรือน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองต่อความต้องการในแต่ละขั้นว่าเป็นอย่างไร (ที่มา:เอกสารประกอบการบรรยายวิธีการวิจัยทางธุรกิจ)

วีรูม (Vroom 1964:18) ได้อธิบายทฤษฎีความคาดหวังไว้ว่า แรงจูงใจของบุคคลขึ้นอยู่กับปริมาณความต้องการต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด และความคาดหวังต่อความน่าจะเป็นของการกระทำที่จะนำไปสู่สิ่งนั้น (ที่มา:เอกสารประกอบการบรรยายวิธีการวิจัยทางธุรกิจ)

รูปแบบของแอปพลิเคชัน

ศุนย์วิจัยกสิกร, 2556 อ้างถึงในภัคธดา ธีรชัยชาญ, 2557 ที่กล่าวว่า แอปพลิเคชันที่ทำงานบนโทรศัพท์มือถือ ระบบปฏิบัติการที่นิยมจากค่ายอุปกรณ์เคลื่อนที่ต่าง ๆ ได้แก่ ไอโฟนโอเอส (iPhone OS) และแอนดรอยด์ (Android) แอปพลิเคชันในกลุ่มธุรกิจที่พัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อให้บริการเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ของธุรกิจนั้น ๆ

สุชาติ พลาชัยภิรมย์ศิลป์ (2553) อ้างถึงในปภัสรา ถนอมทรัพย์ (2558) ที่กล่าวว่าระบบปฏิบัติการบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ หรือ แอปพลิเคชันระบบ ได้แก่ ระบบปฏิบัติการของ iPhone OS พัฒนาโดยบริษัท Apple หรือระบบปฏิบัติการของระบบ Android ที่พัฒนาโดยบริษัท Google

ความน่าเชื่อถือ

ข้อมูลธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2563 ที่ได้สรุปว่า ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ได้มีการให้บริการที่แสดงความน่าเชื่อถือ โดยมีการยืนยันตัวตนก่อนทำธุรกรรมทุกครั้ง และสามารถแสดงรายการจำนวนเงินในแต่ละธุรกรรม

Ziethaml, Parasuraman & Berry (2013) อ้างถึงในเบญจมาภรณ์ แจ่มเวชฉาย (2559) ที่กล่าวว่า การให้บริการต้องตรงตามเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้างานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ

ด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์

ข้อมูลธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2563 และข่าวสารจาก Brand Buffet, 2017 ที่ได้สรุปว่า บริการขอStatement ย้อนหลังได้ถึง 12 เดือน โดยไม่ต้องไปขอที่สาขา ผู้ใช้บริการสามารถทราบสิทธิประโยชน์และได้รับแจ้งข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ เกี่ยวกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ผ่านระบบแอปพลิเคชัน SCB EASY ได้ด้วยตนเอง

ด้านความปลอดภัย

ข้อมูลธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2563 และข่าวสารจาก Brand Buffet, 2017 ที่ได้สรุปว่า ระบบหลังบ้านใหม่ (New Platform) ผ่าน Keyword สำคัญ คือ “รวดเร็ว ปลอดภัย เสถียร รองรับ การขยายตัวในอนาคต” ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่อยู่เหนือกว่าหน้าตาหรือรูปแบบที่ รวมถึงมีความปลอดภัยในการ เก็บรักษาข้อมูลและการทำธุรกรรมต่าง ๆ โดยระบบมีการแจ้งเตือนทันทีหากพบข้อผิดพลาดในการทำ ธุรกรรม

ด้านการตอบสนองลูกค้า

ข้อมูลธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2563 และข่าวสารจาก Brand Buffet, 2017 ที่ได้สรุปว่า ระบบของแอปพลิเคชัน SCB EASY มีบริการธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลายครอบคลุมความต้องการของลูกค้า และผู้ให้บริการสามารถประหยัดเวลา ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางและค่าธรรมเนียม เพื่อทำธุรกรรมต่าง ๆ ณ ธนาคารไทยพาณิชย์แต่ละสาขาอีกด้วย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยที่เรียกว่า การวิจัยแบบไม่ทดลอง นั่นคือ การวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่จริง โดยผู้วิจัยไม่ได้ทำการเปลี่ยนแปลง สร้างหรือควบคุมสิ่งใดที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมนั้นๆ เพื่อดำเนินการศึกษาสิ่งที่เกิดขึ้นจริงตามธรรมชาติของการกระทำดังกล่าว ซึ่งเป็นการวิจัยภาคสนามโดยไม่มีการทดลองแบบตัดขวางคือ การดำเนินการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียวจากหลายๆ หน่วยศึกษา แล้วนำข้อมูลนั้นมาวิเคราะห์ โดยการเก็บข้อมูลจะใช้เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เมื่อเก็บข้อมูลแล้วจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์ทางสถิติ

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้ำที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่สามารถรู้จำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงได้จากสูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) เพื่อกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษา ซึ่งการเปิดตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จะเปิดตารางที่ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05 หรือคิดเป็นค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยผลจากการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ด้านความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย ด้านรูปแบบของแอปพลิเคชัน ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์ ด้านความปลอดภัย และด้านการตอบสนองลูกค้า มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 28 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนข้อคำถาม 1 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้เก็บมาแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ด้านความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยกำหนดในกรอบแนวคิดการวิจัย

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

2.1 ลูกค้ำที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ต่างกัน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ t - test

2.2 ลูกค้ำในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของลูกค้ำในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่องความพึงพอใจของลูกค้ำในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้ำในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ำในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก โดยเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านรูปแบบของแอปพลิเคชัน ด้านการตอบสนองลูกค้ำ ด้านความปลอดภัย ด้านความน่าเชื่อถือและด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้ำในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

2.1 ลูกค้ำที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยด้านส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของลูกค้ำในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY โดยรวมไม่ต่างกัน

2.2 ลูกค้ำที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยด้านส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านเพศต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของลูกค้ำในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY โดยรวมต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าความพึงพอใจในการใช้บริการด้านความน่าเชื่อถือและด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์ต่างกัน

อภิปรายผล

ผลการวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

1.1 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านรูปแบบของแอปพลิเคชันโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นว่าด้านรูปแบบของแอปพลิเคชัน ควรที่จะสามารถรองรับได้ทั้งระบบ IOS และ Android ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดศูนย์วิจัยกสิกร, 2556 อ้างถึงในภักญดา ธีรชัยชาญ, 2557 ที่กล่าวว่า แอปพลิเคชันที่ทำงานบนโทรศัพท์มือถือ ระบบปฏิบัติการที่นิยมจากค่ายอุปกรณ์เคลื่อนที่ต่าง ๆ ได้แก่ ไอโฟนโอเอส (iPhone OS) และแอนดรอยด์ (Android) แอปพลิเคชันในกลุ่มธุรกิจ ที่พัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อให้บริการเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ของธุรกิจนั้น ๆ เช่น การให้บริการ SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เป็นต้น และสอดคล้องกับแนวคิดของสุชาติ พลาชัยภิมย์ศิลป์ (2553) อ้างถึงในปภัตรา ถนอมทรัพย์ (2558) ที่กล่าวว่าระบบปฏิบัติการบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ หรือ แอปพลิเคชันระบบได้แก่ ระบบปฏิบัติการของ iPhone OS พัฒนาโดยบริษัท Apple หรือระบบปฏิบัติการของระบบ Android ที่พัฒนาโดยบริษัท Google

1.2 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านความน่าเชื่อถือ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นว่าด้านความน่าเชื่อถือ ควรที่จะแสดงรายการจำนวนเงินในแต่ละธุรกรรม เช่น บัญชีเงินฝาก การแสดงรายการบัตรเครดิต, บัตรเดบิต ได้อย่างถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2563 ที่ได้สรุปว่า ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ได้มีการให้บริการที่แสดงความน่าเชื่อถือ โดยมีการยืนยันตัวตนก่อนทำธุรกรรมทุกครั้ง และสามารถแสดงรายการจำนวนเงินในแต่ละธุรกรรม เช่น บัญชีเงินฝาก การแสดงรายการบัตรเครดิต, บัตรเดบิตได้อย่างถูกต้องแม่นยำ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Ziethaml, Parasuraman & Berry (2013) อ้างถึงในเบญชญา แจ้งเวชฉาย (2559) ที่กล่าวว่า การวัดคุณภาพจากความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง การให้บริการต้องตรงตามเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้างานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ

1.3 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นว่าด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์ ควรที่จะมีบริการขอ Statement ย้อนหลังได้ถึง 12 เดือนผ่านทางแอปพลิเคชัน SCB EASY โดยไม่ต้องไปขอที่สาขา ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2563 และข่าวสารจาก Brand Buffet, 2017 ที่ได้สรุปว่า ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มอบบริการขอStatement ย้อนหลังได้ถึง 12 เดือน โดยไม่

ต้องไปขอที่สาขา ผู้ใช้บริการสามารถทราบสิทธิประโยชน์และได้รับแจ้งข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ เกี่ยวกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ผ่านระบบแอปพลิเคชัน SCB EASY ได้ด้วยตนเอง

1.4 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านความปลอดภัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ลูกค้ำในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นว่าด้านความปลอดภัย ควรที่จะแจ้งเตือนทันที หากพบข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2563 และข่าวสารจาก Brand Buffet, 2017 ที่ได้สรุปว่า ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มีระบบหลังบ้านใหม่ (New Platform) ผ่าน Keyword สำคัญ คือ “รวดเร็ว ปลอดภัย เสถียร รองรับการขายตัวในอนาคต” ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่อยู่เหนือกว่าหน้าตาหรือรูปแบบที่เปลี่ยนไป โดยธนาคารได้ลงทุนเพื่อพัฒนาให้ระบบมีความรวดเร็ว ปลอดภัย แข็งแรงเพียงพอที่จะรองรับการเติบโตในอนาคตอันใกล้ รวมถึงมีความปลอดภัยในการเก็บรักษาข้อมูลและการทำธุรกรรมต่าง ๆ โดยระบบมีการแจ้งเตือนทันที หากพบข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม

1.5 ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านการตอบสนองลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ลูกค้ำในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นว่าด้านการตอบสนองลูกค้า ควรที่จะสามารถลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางและค่าธรรมเนียม เพื่อทำธุรกรรมต่าง ๆ ณ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) แต่ละสาขา ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2563 และข่าวสารจาก Brand Buffet, 2017 ที่ได้สรุปว่า ระบบของแอปพลิเคชัน SCB EASY มีบริการธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลายครอบคลุมความต้องการของลูกค้า และผู้ให้บริการสามารถประหยัดเวลา ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางและค่าธรรมเนียม เพื่อทำธุรกรรมต่าง ๆ ณ ธนาคารไทยพาณิชย์แต่ละสาขาอีกด้วย

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพและด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY โดยรวมต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร เพศหญิงมีความพึงพอใจในการใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์ต่างไปจากเพศชาย อาจเนื่องจากปัจจุบันบทบาทของเพศหญิงและเพศชายในสังคมไทยเปลี่ยนไป ค่านิยมเกี่ยวกับเพศก็เปลี่ยนไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วชิรวัชร งามละม่อม (2558) อ้างถึงใน สุนิสา ตรงจิตร (2559) กล่าวว่า ความแตกต่างของเพศเป็นตัวแปรสำคัญที่บ่งชี้ถึงความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน เพราะลักษณะของเพศที่แตกต่างกันจะมีค่านิยม

ความคิด วิธีคิด วิธีการตัดสินใจและทัศนคติที่แตกต่างกันในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ และสอดคล้องกับแนวคิดของ นภาพิทย ไตรกุลนิภัทร (2559) กล่าวว่ากลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงจะมีแรงจูงใจในการเลือกซื้อทางด้านอารมณ์มากกว่าด้านเหตุผล ในขณะที่เพศชายเป็นเพศที่ไม่ใช้อารมณ์ในการซื้อสินค้าหรือบริการมากนัก

2.2 ลูกค้ำที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของลูกค้ำในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY โดยรวมไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าลูกค้ำที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกั ก็มีค้ำพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY คล้ายคลึงกัน ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าทุกช่วงอายุ อาจได้รับความสะดวกสบายจากเทคโนโลยีในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น จึงอาจทำให้ทุกช่วงอายุ มีความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ไม่ต่างกัน แต่ไม่สอดคล้องกับแนวคิดของกอบกาญจน์ เหรียญทอง, 2556 ที่ได้สรุปไว้ว่า อายุจะแสดงถึงวัยวุฒิของบุคคล และเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสามารถในการทำค้ำเข้าใจในเนื้อหาและข่าวสารรวมถึงการรับรู้ต่างๆ ได้มากน้อยต่างกัน และไม่สอดคล้องกับแนวคิดของธัญญพัสส์ เกตุประดิษฐ์ (2554) อ้างถึงใน สุนิสา ตรงจิตร (2559) ที่กล่าวว่าผู้บริโภคในแต่ละช่วงอายุจะมีความต้องการเลือกซื้อสินค้า มีความจำเป็นต่อสินค้าที่แตกต่างกัน หรือบริโภคสินค้าที่แตกต่างกัน เช่น วัยเด็กจะมีความต้องการสินค้า หรือบริโภคที่ต่างกับวัยผู้สูงอายุ เป็นต้น

2.3 ลูกค้ำที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของลูกค้ำในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY โดยรวมไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์ ด้านการตอบสนองลูกค้ำต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าลูกค้ำที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีระดับการศึกษาแตกต่างกันหลายระดับ โดยมีการให้บริการและประชาสัมพันธ์ การตอบสนองลูกค้ำที่แตกต่างกัน จึงทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกอบกาญจน์ เหรียญทอง, 2556 ได้สรุปไว้ว่าระดับการศึกษา บ่งบอกถึงความสามารถในการเลือกรับข่าวสาร และอัตราการรับรู้ ระดับการศึกษาจะทำให้คนมีความรู้ ความคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่างๆ กว้างขวางลึกซึ้งแตกต่างกันออกไป การศึกษาายังทำให้เกิดความแตกต่างทางทัศนคติ ค่านิยม และคุณธรรมความคิดอีกเช่นกัน และสอดคล้องกับแนวคิดของธัญญพัสส์ เกตุประดิษฐ์ (2554) อ้างถึงใน สุนิสา ตรงจิตร (2559) ที่กล่าวว่า การเลือกซื้อสินค้าและบริการอาจจะมาจากรูปแบบของการดำรงชีวิต อาชีพ การศึกษา รสนิยมส่วนตัว ที่แตกต่างกัน

2.4 ลูกค้ำที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของลูกค้ำในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY

โดยรวมไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านรูปแบบของแอปพลิเคชันและด้านการตอบสนองลูกค้าต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพแตกต่างกัน ซึ่งในแต่ละอาชีพมีหน้าที่รับผิดชอบแตกต่างกัน ทำให้มุมมองต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ธัญญพัทธ์ เกตุประดิษฐ์ (2554) อ้างถึงใน สุนิสา ตรงจิตร (2559) ได้สรุปไว้ว่าการเลือกซื้อสินค้าและบริการอาจจะมาจากรูปแบบของการดำรงชีวิต อาชีพ ทัศนียภาพส่วนตัว ที่แตกต่างกัน ฯลฯ ส่วนใหญ่จึงมักใช้ตัวแปรด้านรายได้รวมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ตัวอื่นๆ เพื่อให้สามารถกำหนดเป้าหมายได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มรายได้ อาจเกี่ยวข้องกับเกณฑ์อายุ และอาชีพพร้อมกัน และสอดคล้องกับแนวคิดของ กอบกาญจน์ เจริญทอง, 2556 ได้สรุปไว้ว่า การเลือกซื้อสินค้าและบริการที่แท้จริงอาจมาจากเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต ค่านิยม อาชีพ เพราะเกณฑ์ต่าง ๆ ย่อมส่งผลต่อความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการของแต่ละบุคคลที่ต่างกัน

2.5 ลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY โดยรวมไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านรูปแบบของแอปพลิเคชันต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันหลายระดับ โดยมีการใช้บริการด้านรูปแบบแอปพลิเคชันที่ต่างกัน เช่นผู้ที่มีรายได้สูง จะเลือกลงทุนในกองทุนรวมหรือซื้อสินค้าและบริการที่หลากหลายผ่านแอปพลิเคชัน SCB EASY ส่วนผู้มีรายได้ปานกลางและรายได้น้อย ก็สามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านแอปพลิเคชัน SCB EASY โดยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายที่ไม่ต้องเดินทางไปสาขาของธนาคาร จึงทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของธัญญพัทธ์ เกตุประดิษฐ์ (2554) อ้างถึงใน สุนิสา ตรงจิตร (2559) ได้สรุปไว้ว่า รายได้จะกลายเป็นตัวชี้วัดการมีหรือไม่มีความสามารถในการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค และสอดคล้องกับแนวคิดของกอบกาญจน์ เจริญทอง, 2556 ได้สรุปไว้ว่า การเลือกซื้อสินค้าและบริการที่แท้จริงอาจมาจากเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต ค่านิยมและรายได้ เพราะเกณฑ์ต่าง ๆ ย่อมส่งผลต่อความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการของแต่ละบุคคลที่ต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อใช้ให้เป็นประโยชน์และเป็นแนวทางสำหรับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล

จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY โดยรวมต่างกัน ดังนั้นผู้บริหารธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ต้องให้ความสนใจกับปัจจัยส่วนบุคคล ด้านดังกล่าวข้างต้นเพราะในการกำหนดแผนงานเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร นั้น ให้พิจารณาในด้านเพศ เป็นประการสำคัญ

ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1.ด้านรูปแบบของแอปพลิเคชันจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านรูปแบบของแอปพลิเคชันโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แอปพลิเคชัน SCB EASY สามารถรองรับได้ทั้งระบบ IOS และ Android และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เมนูการใช้งานที่สามารถปรับแต่งหน้าหลักได้ด้วยตนเองและ Highlight Features เช่น Festive Theme อีกหนึ่ง Emotional Marketing ดังนั้นผู้บริหารธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับ การออก Highlight Features ใหม่ ๆ เพื่อให้ทันต่อความต้องการและความพึงพอใจต่อลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชันมากยิ่งขึ้น

2.ด้านความน่าเชื่อถือ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านความน่าเชื่อถือโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ระบบแอปพลิเคชัน SCB EASY จะแสดงรายการจำนวนเงินในแต่ละธุรกรรม เช่น บัญชีเงินฝาก การแสดงรายการบัตรเครดิต, บัตรเดบิต ได้อย่างถูกต้อง และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ศูนย์บริการให้ความช่วยเหลือ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างทันท่วงที (ผ่านช่องทาง Call center, Via App) ดังนั้นผู้บริหารธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับ ศูนย์บริการให้ความช่วยเหลือ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วมากกว่าเดิม โดยอาจเพิ่มช่องทางศูนย์บริการให้ความช่วยเหลือมากกว่าเดิม

3.ด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บริการขอ Statement ย้อนหลังได้ถึง 12 เดือนผ่านทางแอปพลิเคชัน

SCB EASY โดยไม่ต้องไปขอที่สาขา และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือสามารถแสดงความคิดเห็นในการได้รับการตอบกลับที่ทันพึงพอใจ ดังนั้นผู้บริหารธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับการตอบกลับความคิดเห็นของลูกค้าที่ใช้บริการ อาจมี Features สำหรับให้ลูกค้าที่ใช้บริการแสดงความคิดเห็น และจัดพนักงานเพื่อรองรับการตอบกลับลูกค้าที่รวดเร็วและทันท่วงที

4.ด้านความปลอดภัย จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านความปลอดภัยโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ระบบแอปพลิเคชัน SCB EASY จะแจ้งเตือนทันที หากพบข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือมีบริการคำแนะนำเรื่องความปลอดภัย เช่น คำเตือนการโจมตีจากการโจรกรรม (Phishing Attack Warning) และระบบติดตามภัยคุกคามด้านไซเบอร์ เพื่อความปลอดภัยด้านสารสนเทศ ดังนั้นผู้บริหารธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับ การแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงรายละเอียดการให้บริการด้านคำเตือนการโจมตีจากการโจรกรรมและระบบติดตามภัยคุกคามด้านไซเบอร์ ไม่ว่าจะแจ้งผ่านแอปพลิเคชันหรือผ่านทางข่าวสารต่างๆ ผ่านเว็บไซต์ของธนาคาร เนื่องจากลูกค้าที่ใช้บริการบางท่าน อาจไม่ทราบได้ว่ามีบริการดังกล่าว

5.ด้านการตอบสนองลูกค้าจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านการตอบสนองลูกค้าโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านสามารถลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางและค่าธรรมเนียม เพื่อทำธุรกรรมต่าง ๆ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) แต่ละสาขา และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือฟังก์ชัน EASY Bonus ที่มาพร้อมสิทธิพิเศษและส่วนลดมากมาย เมื่อลูกค้าทำรายการ โดยสามารถรับสิทธิพิเศษด้านไลฟ์สไตล์ต่าง ๆ เหล่านี้ได้โดยไม่ต้องแลกคะแนนสะสมดังนั้นผู้บริหารธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับการโฆษณาให้ลูกค้าทราบว่ามีการฟังก์ชัน EASY Bonus และแจ้งถึงสิทธิพิเศษและส่วนลดมากมายที่ลูกค้าจะได้รับเมื่อใช้บริการฟังก์ชันดังกล่าว

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่อาจจะมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร อาทิเช่น ปัจจัย 7Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์(Product), ด้านราคา (Price), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place), ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion), ด้านผู้ให้บริการ (People), ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะ ลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB EASY ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ควรขยายขอบเขตด้านประชากรให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น อาทิเช่น ในเขตปริมณฑลและทุกจังหวัดในประเทศไทย เพื่อให้ได้ความแตกต่างทางด้านความคิดเห็น และได้ผลการวิจัยที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

3. ควรมีการศึกษา โดยวิธีการทำ Focus Group เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและทราบถึงสาเหตุที่แท้จริง

เอกสารอ้างอิง

กอบกาญจน์ เจริญทอง (2556) การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม, มหาวิทยาลัยสยาม

ข่าวสารจาก Brand Buffet, 2017

(<https://www.brandbuffet.in.th/2017/08/10-scb-easy-app-new-launch/>)

ข้อมูลจากธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2563

(<https://www.scb.co.th/th/personal-banking/digital-banking/scb-easy.html>)

(<https://www.scb.co.th/th/personalbanking/faq/security-tips.html>)

นภาพิพย์ ไตรกุลนิภัทร (2559) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กันแดดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เบญจภา แฉ่งเวชฉาย (2559) คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปภัสรดา ถนอมทรัพย์ (2558) การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารกสิกรไทยและธนาคารไทยพาณิชย์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ภักฎดา อีร์ชัยชาญ (2557) ปัจจัยทางการตลาดผ่าน Mobile Marketing ของธนาคารไทยพาณิชย์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจดาวน์โหลด Application SCB UP2ME ของผู้ใช้บริการธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

สุนิสา ตรงจิตร (2559) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาด กลางพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace) การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปีการศึกษา 2559

เอกสารประกอบการบรรยายวิธีการวิจัยทางธุรกิจ โดย รศ.วิรัช สงวนวงศ์วานและ อ.ดร.ชยาภรณ์ แสงเฟื่อง