

ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ของประชากรในเขต
กรุงเทพมหานคร

SATISFACTION ON USING THE SERVICES OF MYMO BY GSB MOBILE BANKING OF
GOVERNMENT SAVINGS BANK IN BANGKOK AREA

ฟองฝน ปานจิ้น

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Fongfon Panjeen

E-mail: 6214154599@rumail.ru.ac.th

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

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ของประชากรในเขต กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ของ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคาค่าบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม แนะนำบริการ ด้านผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ ด้านกระบวนการบริการ โดยจำแนกตามปัจจัยด้าน ประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประชากรในงานวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 มีอายุ 21–30 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 มีสถานภาพ โสด จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50 มีระดับ การศึกษาปริญญาตรี จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.25 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25

2) ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านผู้ ให้บริการ ด้านราคาค่าบริการ ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ ด้านกระบวนการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมแนะนำบริการ

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, My Mo by GSB, Mobile Banking

ABSTRACT

The research of Satisfaction on Using the Services of MyMo by GSB Mobile Banking of Government Savings Bank in Bangkok Area. The objective is to study Satisfaction in Using the Services of MyMo by GSB Mobile Banking of Government Savings Bank in Bangkok Area. The factors of research include Product/Services, Price, Place, Promotion, People, Service environment and Process. That are classified by Personal factors were including Sex, Age, Status, Education, Occupation and Average monthly income. The population used is MyMo application users in Bangkok Area. The samples used in this research amount of 400 peoples. The questionnaire was instrument of this research. Data was analyzed by using SPSS for Social Science Research. The statistics were percentage, minimum, maximum, mean and standard deviation.

The results found that 1) The users all respondents 400 peoples. Most are female 217 peoples representing 54.00%. Most aged 21-30 years old 150 peoples representing 37.50%. Most are status single 234 peoples representing 58.50%. Most are Bachelor's degree 229 peoples representing 57.25%. Most are the private employees 111 peoples representing 27.75%. Most are average income per month 20,001-30,000 baht 109 peoples representing 27.25%.

2) Satisfaction on Using the Services of MyMo by GSB Mobile Banking of Government Savings Bank in Bangkok Area overall is the highest level. Considering each side, then that side is the highest level of Product/Services, Price, Place, Promotion, People, Service environment and Process.

Keywords: Satisfaction, MyMo by GSB, Mobile Banking

บทนำ

ปัจจุบันการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ให้ข้อมูลไว้ว่า จำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ Mobile Banking ณ สิ้นปี 2564 มีจำนวน 83.09 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 20.95 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2563 แสดงให้เห็นว่าการใช้บริการผ่าน Mobile Banking มีแนวโน้มเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง

ธนาคารออมสินในฐานะสถาบันการเงินชั้นนำด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนได้นำแนวปฏิบัติและมาตรฐานสากลต่างๆ ที่เป็นที่ยอมรับต่อการขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจสถาบันการเงิน จึงได้พัฒนาการให้บริการธุรกรรมทางการเงินแก่ลูกค้าของธนาคารผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบพกพา “Mobile Banking (MyMo)”

MyMo เป็นระบบ Mobile Banking สำหรับธนาคารออมสิน ที่ให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ต้องไปยังสาขาของธนาคาร ไม่ต้องเข้าคิวรอการรับบริการให้ยุ่งยากใจแต่ประการใด การที่เราจะทำธุรกรรมผ่านมือถือได้เราต้องมีสัญญาณ Internet โดยแอปพลิเคชัน MyMo ถูกออกแบบมาให้ง่ายต่อการใช้งาน และมีการให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินอย่างหลากหลายและครอบคลุม ที่สำคัญระบบมีความปลอดภัย และมีประสิทธิภาพสูง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสินของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อธนาคารออมสิน ซึ่งเป็นผู้ให้บริการ ได้นำผลการวิจัยไปใช้ในเป็นแนวทางในการปรับปรุงและการพัฒนาบริการบน MyMo Application เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจในการใช้บริการให้ดียิ่งขึ้นอย่างถูกต้อง และรวดเร็ว

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ของประชากรในเขต กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการวิจัยมีขอบเขตของการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** ในการศึกษาวิจัยความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ได้กำหนดตัวแปรสำหรับการวิจัย ดังนี้

1.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ที่ได้กำหนดขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่

1.1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ที่ได้กำหนดขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่

1.2.1 ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ของประชากรในเขต กรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคาค่าบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมแนะนำบริการ ด้านผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ ด้านกระบวนการบริการ

2. **ขอบเขตด้านประชากร** ประชากรที่ใช้วิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

3. **ขอบเขตด้านระยะเวลา** ดำเนินการศึกษาวิจัยตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ. 2565 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2565

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ของประชากรในเขต กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อให้ธนาคารออมสิน ซึ่งเป็นผู้ให้บริการ ได้นำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและการพัฒนาบริการบน MyMo Application เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจในการใช้บริการให้ดียิ่งขึ้นอย่างถูกต้อง และรวดเร็ว

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (X)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
- เพศ
- อายุ
- สถานภาพ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน



ตัวแปรตาม (Y)

ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
- ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ
- ด้านราคาค่าบริการ
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ด้านการส่งเสริมแนะนำบริการ
- ด้านผู้ให้บริการ
- ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ
- ด้านกระบวนการบริการ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

อนเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ (2548) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการจะแสดงออกในทางบวกหรือลบต่อสิ่งที่ได้รับจากการบริการ และการนำเสนอการบริการ โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้คาดหวังไว้ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ตามปัจจัยแวดล้อม และสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในระหว่างการบริการ ได้แก่

1. ผลลัพธ์/บริการ ในการนำเสนอการให้บริการจะต้องมีผลลัพธ์/บริการที่มีคุณภาพ และระดับการให้บริการที่ตรงกับพฤติกรรมของผู้มารับบริการ
2. ราคาค่าบริการ ผู้มารับบริการจะได้รับความพึงพอใจจากการประเมินคุณภาพและรูปแบบของการบริการหรือเมื่อต้องเทียบราคาค่าบริการที่จ่ายออกไปเทียบการบริการที่ได้รับ
3. สถานที่บริการ ผู้ให้บริการจะต้องเลือกหาสถานที่ที่ผู้รับบริการสามารถเข้ามาใช้บริการได้อย่างสะดวก มีสถานที่เพียงพอและกว้างขวาง และต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้ารับบริการในทุกๆด้าน
4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ผู้รับบริการจะต้องได้รับข้อมูลข่าวสารในแง่บวกทั้งในด้านของคุณภาพการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ของการให้บริการผ่านทางช่องทางต่าง ๆ
5. ผู้ให้บริการ จะต้องตระหนักตนเองว่า มีส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการ โดยในการกำหนดกระบวนการจัดการ การวางรูปแบบการบริการจะต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นสำคัญ
6. สภาพแวดล้อมของการบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแบ่งพื้นที่อย่างเหมาะสมลงตัว มีการออกแบบตกแต่งอาคาร สถานที่ให้เกิดความสวยงาม สร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร
7. กระบวนการบริการ ผู้ให้บริการต่างมุ่งหวังการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างถูกต้อง และมีคุณภาพ เพื่อให้เกิดความมีประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการ และเพิ่มความคล่องตัวในกระบวนการบริการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

วิทวัส รุ่งเรืองผล (2558) เสนอว่าด้านประชากรศาสตร์จะแบ่งผู้บริโภคออกเป็นกลุ่มต่างๆ ตามลักษณะประชากรศาสตร์เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น โดยทั่วไปตามลักษณะประชากรศาสตร์เหล่านี้จะเป็นเกณฑ์ที่นักการตลาดนิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาดให้กับผลิตภัณฑ์หลายชนิด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546) ได้อธิบายว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดนั้น เป็นตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ และเป็นเครื่องมือที่ใช้เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย โดยองค์ประกอบของส่วนประสมการตลาด มีดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง ในเชิงธุรกิจนั้นคือสินค้าหรือบริการที่ถูกนำมาเสนอขายให้กับผู้บริโภค โดยผลิตภัณฑ์นั้นจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ โดยผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์จากผลิตภัณฑ์นั้น
2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าหรือมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของตัวเงิน ราคาคือสิ่งที่ผู้บริโภคต้องจ่ายเพื่อแลกเปลี่ยนกับผลิตภัณฑ์ ดังนั้นเมื่อผู้บริโภคต้องจ่ายราคาเพื่อผลิตภัณฑ์จะเกิดการเปรียบเทียบถึงความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์นั้น

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง สื่อกลางในการส่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นช่องทางที่ใช้เข้าถึงตัวผู้บริโภค เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างทั่วถึงในหลากหลายรูปแบบ อาทิ ผ่านทางร้านค้า ผ่านทางรูปแบบออนไลน์ เป็นต้น

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย และนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านทางสื่อต่างๆ เพื่อชักจูงผู้บริโภคให้สนใจในผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย

5. ด้านบุคคลากร (People) หมายถึง ผู้ที่มีความสัมพันธ์กับองค์กรและมีความเกี่ยวข้องกับผู้บริโภคโดยตรง ดังนั้น จึงจำเป็นที่จะต้องมีการสนับสนุนและส่งเสริมบุคคลากรให้มีความรู้ความชำนาญและทัศนคติเชิงบวกในการทำงาน เพื่อที่จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค

6. ด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนการทำงาน ระเบียบการทำงานหรืองานปฏิบัติในด้านการบริการ เพื่อการทำงานที่ถูกต้อง รวดเร็ว เพื่อมอบความประทับใจให้แก่ผู้บริโภค

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) หมายถึง การนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับผู้บริโภค ผ่านทางภาพลักษณ์หรือรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภค

แนวคิดเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking)

การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) เป็นตัวช่วยรูปแบบหนึ่งในการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบดิจิทัล ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เคลื่อนที่ที่เราสามารถนำติดตัวไปใช้งานในสถานที่ต่าง ๆ ได้ง่าย ๆ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต สมาร์ทวอตช์ เป็นต้น ซึ่งสามารถทำได้แบบออนไลน์ เป็นรูปแบบบริการหนึ่งของยุคดิจิทัล และสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ธุรกรรมที่เกิดขึ้นผ่านธนาคารบนมือถือ ยกตัวอย่างเช่น การชำระค่าใช้จ่ายออนไลน์ การหาตู้ ATM การโอนเงิน การตรวจสอบยอดคงเหลือในบัญชีรายการธุรกรรมล่าสุด m-commerce การเติมเงินมือถือ เป็นต้น นอกจากนี้ธนาคารบนมือถือยังมีความปลอดภัยขั้นสูง โดยการส่งการแจ้งเตือนหรือการแจ้งเตือนในหมายเลขโทรศัพท์มือถือที่ลงทะเบียนไว้ ซึ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่ธนาคารมอบให้กับลูกค้า

ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับธนาคารออมสิน (Government Savings Bank)

ธนาคารออมสิน ถือกำเนิดโดยพระราชประสงค์ของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 6 ที่ทรงตระหนักถึงความสำคัญของการเก็บรักษาทรัพย์ให้ปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย โดยทรงตราพระราชบัญญัติจัดตั้งคลังออมสินขึ้น เมื่อวันที่ 1 เดือนเมษายน พ.ศ. 2456 โดยได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระมหากษัตริย์แห่งราชวงศ์จักรีทุกพระองค์ และอีกหนึ่งหน้าประวัติศาสตร์ที่จารึกไว้ นั่นคือใน พ.ศ. 2489 พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ได้ทรงโปรดเกล้าฯ ให้ยกฐานะคลังออมสินขึ้นเป็นธนาคารออมสิน โดยทรงตราพระราชบัญญัติธนาคารออมสินขึ้น เพื่อรองรับกับความก้าวหน้าของกิจการคลังออมสิน และเปิดดำเนินการในรูปแบบธนาคารตั้งแต่วันที่ 1 เดือนเมษายน พ.ศ. 2490 และในปี พ.ศ. 2509 ยังทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ เสด็จพระราชดำเนินมาทรงเปิดพระบรมราชานุสาวรีย์พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 และเปิดอาคารสำนักงานใหญ่ธนาคารออมสิน ถนนพหลโยธิน ซึ่งนับเป็นพระมหากรุณาธิคุณอย่างหาที่สุดมิได้ อันยังความปลาบปลื้มเป็นล้นพ้นเปรียบเสมือนพลังและแรงใจในการทำงานของชาวธนาคารออมสินในการทำหน้าที่สถาบันการเงินที่ยืนหยัดเพื่อคนไทยและนำพาประเทศพัฒนาในทุกทางสืบไป

ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับแอปพลิเคชัน MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน

MyMo เป็นระบบ Mobile Banking สำหรับธนาคารออมสิน ที่ให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ต้องไปยังสาขาของธนาคาร ไม่ต้องเข้าคิวรอการรับบริการให้ยุ่งยากแต่ประการใด การที่เราจะทำธุรกรรมผ่านมือถือได้เราต้องมีสัญญาณ Internet โดยแอปพลิเคชัน MyMo ถูกออกแบบมาให้ง่ายต่อการใช้งาน และมีการให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินอย่างหลากหลายและครอบคลุม ที่สำคัญระบบ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชยาภรณ์ เลิศมนไพโรจน์และภาวิณี เพชรสว่าง (2558) ได้วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในการใช้บริการ “MyMo” ที่สังกัดสาขาในเขตราชวัตร จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 23 – 40 ปี ระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มากที่สุด ส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท/เดือน นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในการใช้บริการ MyMo ที่สังกัดสาขาในเขตราชวัตร มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 7 ด้านเรียงตามลำดับดังนี้ (1) ด้านสถานที่บริการ (2) ด้านผลิตภัณฑ์บริการ (3) ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ (4) ด้านกระบวนการบริการ (5) ด้านผู้ให้บริการ (6) ด้านราคาต่อบริการ และ (7) ด้านการส่งเสริมการตลาด

ศรธรา สุนทรวราภาส และ สิริพันธ์ วงศ์อินทวัง (2558) ได้วิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาพูนพิณ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 23 – 30 ปี มีสถานภาพ สมรส/มีบุตร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพค้าขาย มีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท และมีบ้านหรือที่ทำงานอยู่ใกล้ธนาคาร 1) พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการเคาน์เตอร์เงินฝาก จำนวน 239 คน เคาน์เตอร์สินเชื่อ จำนวน 161 คน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนมีบัญชีเงินฝาก ระยะเวลาการเป็นลูกค้าอยู่ระหว่าง 1- 15 ปี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด คือ 13.01 – 15.30 น. นิยมใช้บริการวันจันทร์ มีจำนวนครั้งในการใช้บริการคือเดือนละ 1 ครั้ง เหตุผลที่เลือกใช้บริการธนาคารออมสินมากที่สุด คือ มีบริการทางการเงินตรงกับความต้องการ 2) ระดับความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดบริการระดับมากที่สุด จำนวน 3 ปัจจัย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ปัจจัยคือ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการให้บริการ 3) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เคาน์เตอร์ที่ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจด้าน ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด และ พนักงานให้บริการ อาชีพ รายได้ และการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกัน และอาชีพ รายได้ และการศึกษาที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการที่แตกต่างกัน

วารุณี พวงพล (2559) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ KTB NETBANK ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสี่ จังหวัดลำพูน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ KTB NETBANK จำนวน 150 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 106ราย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพข้าราชการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท โดยพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ KTB NETBANK ส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ใช้บริการไม่เกิน 6 เดือน แหล่งข้อมูลที่รู้จักมากจากการแนะนำของพนักงานธนาคาร และใช้บริการ โอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปบัญชีบุคคลอื่น โดยใช้บริการเฉลี่ย 1-5 ครั้งต่อเดือน เลือกใช้บริการที่บ้าน เหตุผลสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการ KTB NETBANK เพื่อความสะดวก รวดเร็ว เป็นบริการที่ทันสมัย เมื่อวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้

ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านกระบวนการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการมากที่สุด และให้ระดับความพึงพอใจมากที่สุดด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านส่งเสริมการตลาด

ขวัญใจ อุณหวัฒน์ไพบูลย์ (2560) ได้วิจัยเรื่อง ศึกษาความพึงพอใจผู้ใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสินในกรุงเทพมหานคร (ฝั่งธนบุรี) จากการศึกษาพบว่าเพศหญิง, ช่วงอายุ 31-40 ปี, อาชีพทำธุรกิจส่วนตัว, ช่วงรายได้เฉลี่ย 20,001-30,000 บาทต่อเดือน, และการศึกษาในระดับปริญญาตรี-ปริญญาโท มาใช้บริการคิดเป็นร้อยละมากที่สุดของการศึกษา และความพึงพอใจผู้ใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสินในกรุงเทพมหานคร(ฝั่งธนบุรี)พบว่าความพึงพอใจของการใช้ผลิตภัณฑ์ หรือ บริการมีค่าเฉลี่ย = 3.98 อยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจต่อพนักงานผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ย = 3.85 อยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจต่อช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย = 3.90 อยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ย = 3.75 อยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจต่อพนักงานค่าบริการ = 3.70 อยู่ในระดับมาก ส่วนในภาพรวมความพึงพอใจของผู้ใช้ Mobile Banking (MyMo) ทั้ง 5 ด้าน (ผลิตภัณฑ์/บริการ, ค่าบริการ, ช่องทางการจัดจำหน่าย, การส่งเสริมการตลาด, พนักงานผู้ให้บริการ) มีค่าเฉลี่ย = 3.84 อยู่ในระดับมาก โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.05

อมรกานต์ ขอช่วยกลาง (2562) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ : กรณีศึกษา ธนาคารออมสินสาขาเขื่อนลพบุรี นครราชสีมา ซึ่งผลการศึกษาค้นคว้าได้สรุปได้ดังนี้ ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้งานบริการ Mobile Banking (MyMo) ซึ่งเป็นการถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 อายุระหว่าง 20-40 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 ระดับการศึกษาปริญญาตรี/เทียบเท่า จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 เป็นนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านบุคคลอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

เบญจรัตน์ สอสะอาดและสาธิตินิ จันที (2563) ได้วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งในจังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้งในจังหวัดนครปฐม ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านราคาอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ด้านส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ได้แก่ อายุ อาชีพ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้งในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนเพศและการศึกษาแตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ภาณุวัฒน์ รัตนพั้ง (2563) ได้วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของพนักงานธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ต่อการใช้บริการ MyMo My Card ผลการวิจัยพบว่า 1.) มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 320 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 มีอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 147 คน คิดเป็น ร้อยละ 45.9 มีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4 มีระดับตำแหน่งงานเป็นพนักงานปฏิบัติการ 4-5 จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 มีประสบการณ์การทำงาน 1-5 ปี จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8

2.) ระดับความพึงพอใจของพนักงานธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ต่อการใช้บริการ MyMo My Card โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการ ด้านทัศนคติ ตามลำดับ และด้านที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านความเชื่อมั่นและปลอดภัย และด้านช่องการให้บริการ และประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) หรือการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่เป็นผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน โดยจะศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชายและเพศหญิง

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณจากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างที่แน่นอนของ W.G. Cochran (1953) ต้องการระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 5 หรือ 0.05 จะต้องใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 384 คน ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 400 คน ซึ่งตรงตามเกณฑ์เงื่อนไขที่กำหนด ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

คำถามคัดกรอง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามวัดความพึงพอใจ 7 ด้าน ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราประเมินแบบ ลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด=5, มาก=4, ปานกลาง=3, น้อย=2, น้อยที่สุด=1

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

สร้างแบบสอบถาม ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงและความถูกต้องของเนื้อหา ตลอดจนไปถึงความชัดเจนและการใช้ภาษาที่เหมาะสมของข้อคำถาม ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาให้คะแนนในแต่ละข้อคำถาม ดังนี้

วัดผลโดยพิจารณาจากคะแนน IOC ดังนี้

1. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้
2. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ นำมาดำเนินการจัดทำแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ให้แก่กลุ่มตัวอย่างที่กำหนด จำนวน 400 คน เมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับข้อมูลครบถ้วนตามจำนวนแล้ว นำไปจัดทำและเตรียมสำหรับการวิเคราะห์ โดยวิธีการทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปมาคำนวณทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ (SPSS Version 22.0) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับวิเคราะห์เพื่อบรรยายตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม
2. ค่าเฉลี่ย (\bar{X})

3. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สำหรับวิเคราะห์ตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 และเพศชาย จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 ส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาคือ มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00, มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50, มีอายุ 51-60 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00, มีอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และมีอายุ 15-20 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีสถานภาพ โสด จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50, มีสถานภาพ สมรส จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 และมีสถานภาพ หย่าร้าง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.25, มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 และมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75, มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25, มีอาชีพข้าราชการ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50, มีอาชีพผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00, มีอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างหน่วยงานรัฐ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50, มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00, มีอาชีพพ่อค้า/แม่ค้า จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 และมีอาชีพอื่นๆ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25, มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50, มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75, มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00, มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และมีรายได้เฉลี่ย 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านผู้ให้บริการ ด้านราคาค่าบริการ ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ ด้านกระบวนการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมแนะนำบริการ ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร มีผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 มีสถานภาพ โสด จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50 มีระดับการศึกษา

ปริญญาตรี จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.25 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25

ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านผู้ให้บริการ ด้านราคาค่าบริการ ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ ด้านกระบวนการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมแนะนำบริการ

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุดเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผู้ให้บริการ ด้านราคาค่าบริการ ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ ด้านกระบวนการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมแนะนำบริการ โดยมีประเด็นอภิปรายเพิ่มเติม ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ MyMo by GSB Mobile Banking มีระบบความปลอดภัยสูง สามารถเปลี่ยนรหัสผ่านได้ทุกเมื่อที่ต้องการ, ครอบคลุมการทำธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลาย เช่น ตรวจสอบรายการเดินบัญชีย้อนหลัง การโอนเงินระหว่างบัญชีภายในธนาคารและต่างธนาคาร การชำระสินเชื่อ การรับชำระค่าสินค้าและบริการ การให้บริการสลากออมสินพิเศษดิจิทัล เป็นต้น, MyMo by GSB Mobile Banking ง่ายต่อการใช้งาน สะดวก และรวดเร็ว, ทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน MyMo by GSB Mobile Banking ได้ตลอด 24 ชั่วโมง, ระบบปฏิบัติการเชื่อมโยงกันอย่างดี และมีประสิทธิภาพสูง และ MyMo by GSB Mobile Banking มีการอัปเดตทุกความเคลื่อนไหวของเงินในบัญชีตลอดเวลา ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญใจ อุณหวัฒน์ ไพบุลย์ (2560) ได้วิจัยเรื่อง ศึกษาความพึงพอใจผู้ใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสินในกรุงเทพมหานคร (ฝั่งธนบุรี) จากการศึกษาพบว่าเพศหญิง, ช่วงอายุ 31-40 ปี, อาชีพทำธุรกิจส่วนตัว, ช่วงรายได้เฉลี่ย 20,001-30,000 บาทต่อเดือน, และการศึกษาระดับปริญญาตรี-ปริญญาโท มาใช้บริการคิดเป็นร้อยละมากที่สุดของการศึกษา และความพึงพอใจผู้ใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสินในกรุงเทพมหานคร(ฝั่งธนบุรี)พบว่าความพึงพอใจของการใช้ผลิตภัณฑ์ หรือ บริการมีค่าเฉลี่ย = 3.98 อยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจต่อพนักงานผู้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ย = 3.85 อยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจต่อช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย = 3.90 อยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ย = 3.75 อยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจต่อพนักงานค่าบริการ = 3.70 อยู่ในระดับมาก ส่วนในภาพรวมความพึงพอใจของผู้ใช้ Mobile Banking (MyMo) ทั้ง 5 ด้าน (ผลิตภัณฑ์/บริการ, ค่าบริการ, ช่องทางการจัดจำหน่าย, การส่งเสริมการตลาด, พนักงานผู้ให้บริการ) มีค่าเฉลี่ย = 3.84 อยู่ในระดับมาก โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.05

2. ด้านราคาค่าบริการ

โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ การดาวน์โหลด Application MyMo by GSB ไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆทั้งสิ้น, ค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมทางการเงินมีความคุ้มค่าและเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ, ต้นทุนในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทาง MyMo by GSB Mobile Banking ประหยัดกว่าการเดินทางไปทำธุรกรรมทางการเงินที่สาขา, การให้บริการแจ้งเตือนอัตโนมัติ (Message Alert) ไม่มีการคิดค่าธรรมเนียม และค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทาง MyMo by GSB Mobile Banking ต่ำกว่าการทำธุรกรรมทางการเงินที่สาขา ซึ่ง

สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจรัตน์ สอสะอาดและสาธิต จันทิ (2563) ได้วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการ โฆษณาเบงก์กิ้งในจังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการ โฆษณาเบงก์กิ้งในจังหวัดนครปฐม ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านราคาอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ด้านผลผลิตอยู่ในระดับมาก ด้านส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ได้แก่ อายุ อาชีพ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการ โฆษณาเบงก์กิ้งในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนเพศและการศึกษาแตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ช่องทางการดาวน์โหลด Application MyMo by GSB สามารถดาวน์โหลดผ่าน App Store Google Play และ App Gallery, เปิดใช้งาน MyMo ทำได้ง่ายและรวดเร็ว สามารถทำได้ด้วยตัวเอง, Application MyMo ใช้งานได้ที่เครื่องเท่านั้น, ช่องทางการติดต่อสอบถามเพิ่มเติมหรือแจ้งปัญหาต่างๆ มีหลายช่องทาง เช่น GSB Hotline: โทร 1115 (24 ชั่วโมง) หรือ MyMo Call Center โทร. 1143 หรือธนาคารออมสินทุกสาขา หรือ Facebook: GSB Society และช่องทางการสมัคร MyMo ให้เลือกได้ทั้งผ่านธนาคารออมสินสาขา และสมัครด้วยตนเองสำหรับผู้ถือบัตรเดบิตธนาคารออมสิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรกานต์ ขอช่วยกลาง (2562) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ : กรณีศึกษา ธนาคารออมสินสาขาเขื่อนลพบุรี นครราชสีมา ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้ได้สรุปได้ดังนี้ ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้งานบริการ Mobile Banking (MyMo) ซึ่งเป็นการถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 อายุระหว่าง 20-40 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 ระดับการศึกษาปริญญาตรี/เทียบเท่า จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 เป็นนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านบุคคลอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

4. ด้านการส่งเสริมแนะนำบริการ

โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย ทั้งทาง Webpage ธนาคารออมสิน, Facebook: GSB Society, แผ่นพับ โบรชัวร์, Line Official เป็นต้น, ใช้ Brand Ambassadors ของธนาคารออมสิน เพื่อโปรโมทและแนะนำ Application MyMo และมีการส่งเสริมแนะนำบริการเชิงรุก ลงพื้นที่ให้คำแนะนำและให้บริการเกี่ยวกับ Application MyMo ส่วนข้อที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ มี Video แนะนำเมนูและการใช้งาน Application MyMo ผ่านช่องทางออนไลน์ Youtube ให้ได้รับชม และมีการแนะนำเกร็ดความรู้ที่น่าสนใจมาโพสต์ในเพจ ตอบคำถาม หรือการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าผ่านเพจ FACEBOOK ที่ตั้งขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรฤา สุนทรวราภาส และ สิริพันธ์ วงศ์อินทวัง (2558) ได้วิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาพุนพิน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 23 – 30 ปี มีสถานภาพ สมรส/มีบุตร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพค้าขาย มีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง

10,001 – 20,000 บาท และมีบ้านหรือที่ทำงานอยู่ใกล้ธนาคาร 1) พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการเคาน์เตอร์เงินฝาก จำนวน 239 คน เคาน์เตอร์สินเชื่อ จำนวน 161 คน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนมีบัญชีเงินฝาก ระยะเวลาการเป็นลูกค้าอยู่ระหว่าง 1- 15 ปี ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด คือ 13.01 – 15.30 น. นิยมใช้บริการวันจันทร์ มีจำนวนครั้งในการใช้บริการ คือเดือนละ 1 ครั้ง เหตุผลที่เลือกใช้บริการธนาคารออมสินมากที่สุด คือ มีบริการทางการเงินตรงกับความต้องการ 2) ระดับความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดบริการระดับมากที่สุด จำนวน 3 ปัจจัย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ระดับความพึงพอใจในระดับมาก 4 ปัจจัยคือ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการให้บริการ 3) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าเคาน์เตอร์ที่ให้บริการมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจด้าน ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด และ พนักงานให้บริการ อาชีพ รายได้ และการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกัน และอาชีพ รายได้ และการศึกษาที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการที่แตกต่างกัน

5. ด้านผู้ให้บริการ

โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ พนักงานและลูกจ้างธนาคารออมสินสามารถให้คำตอบ และแก้ปัญหาให้ผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว, พนักงานและลูกจ้างธนาคารออมสินส่วนที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรงมีศักยภาพในการให้บริการและมีความรู้ความเชี่ยวชาญ, พนักงานและลูกจ้างธนาคารออมสินมีความเชี่ยวชาญในการแนะนำและสาธิตวิธีการใช้งานที่เข้าใจง่าย และชัดเจน, ผู้ให้บริการมีความเป็นกันเอง และเอาใจใส่ลูกค้าทุกท่านอย่างสม่ำเสมอและเท่าเทียมกัน และพนักงานและลูกจ้างธนาคารออมสินมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ ผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วารุณี พวงพล (2559) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ KTB NETBANK ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสี่ จังหวัดลำพูน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ KTB NETBANK จำนวน 150 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 106ราย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพข้าราชการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท โดยพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ KTB NETBANK ส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ใช้บริการไม่เกิน 6 เดือน แหล่งข้อมูลที่รู้จักมากจากการแนะนำของพนักงานธนาคาร และใช้บริการโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปบัญชีบุคคลอื่น โดยใช้บริการเฉลี่ย 1-5 ครั้งต่อเดือน เลือกใช้บริการที่บ้าน เหตุผลสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการ KTB NETBANK เพื่อความสะดวก รวดเร็ว เป็นบริการที่ทันสมัย เมื่อวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ระดับความพึงพอใจต่อบริการด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านกระบวนการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการมากที่สุด และให้ระดับความพึงพอใจมากที่สุดด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านส่งเสริมการตลาด

6. ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ

โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ธนาคารออมสินมีความน่าเชื่อถือ และมีภาพลักษณ์ที่ดี เป็นธนาคารเพื่อสังคม และมีรัฐบาลเป็นประกัน, สีของ Application เป็นสีชมพูสวยงาม ซึ่งเป็นสีประจำธนาคารอีกด้วย, มีเมนูไอคอนบน Application มีรูปแบบที่สวยงาม ชัดเจน และง่ายต่อการใช้งาน, เมนูลัดต่างๆ จัดเรียงเมนูได้ตามความต้องการ ค้นหาธุรกรรมได้ทันที และรูปแบบ Application มีความทันสมัย และอัพเดทเวอร์ชันใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชยาภรณ์ เลิศมนไพโรจน์และภาวิณี เพชรสว่าง (2558) ได้วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในการใช้บริการ “MyMo” ที่สังกัดสาขาในเขตราชวัตร จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 23 – 40 ปี ระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มากที่สุด ส่วนใหญ่อาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

และมีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท/เดือน นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในการใช้บริการ MyMo ที่สังกัดสาขาในเขตราชวัตร มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 7 ด้านเรียงตามลำดับดังนี้ (1) ด้านสถานที่บริการ (2) ด้านผลิตภัณฑ์บริการ (3) ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ (4) ด้านกระบวนการบริการ (5) ด้านผู้ให้บริการ (6) ด้านราคาต่อบริการ และ (7) ด้านการส่งเสริมการตลาด

7. ด้านกระบวนการบริการ

โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ Application MyMo มีระบบความปลอดภัยมาช่วยป้องกันความเสี่ยงจากการโจรกรรมข้อมูล, มีการดำเนินงานที่รวดเร็วاهرหัสผ่านหรือเครื่องมือการทำรายการของผู้ใช้บริการ ชำรุด เสียหาย หรือถูกโจรกรรม, Application MyMo เริ่มต้นใช้งานง่าย สะดวก มีขั้นตอนการให้บริการอธิบายโดยละเอียด, ผู้ใช้บริการสามารถเข้าใช้บริการ Application MyMo ในการทำธุรกรรมทางการเงินทุกครั้งด้วยวิธีทางชีวมิติ เช่น สแกนลายนิ้วมือหรือตรวจจับใบหน้าแทนการใช้รหัสผ่านได้, การเปิดใช้งาน Application MyMo รวดเร็ว เพียงกรอกหมายเลขบัตรประชาชนที่ได้ลงทะเบียนไว้กับธนาคารออมสิน เพื่อรับรหัส OTP และขั้นตอนการสมัคร Application MyMo สะดวก รวดเร็ว และไม่ยุ่งยาก เพียงลงทะเบียนที่สาขาออมสิน รอ SMS ยืนยันการใช้งาน คิววีแอลและเปิดใช้บริการได้เลย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณุวัฒน์ รัตนพจน์ (2563) ได้วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ต่อการใช้บริการ MyMo My Card ผลการวิจัยพบว่า 1.) มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 320 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 มีอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 147 คน คิดเป็น ร้อยละ 45.9 มีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4 มีระดับตำแหน่งงานเป็นพนักงานปฏิบัติการ 4-5 จำนวน 137คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 มีประสบการณ์การทำงาน 1-5 ปี จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8

2.) ระดับความพึงพอใจของพนักงานธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ต่อการใช้บริการ MyMo My Card โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการ ด้านทัศนคติตามลำดับ และด้านที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านความเชื่อมั่นและปลอดภัย และด้านช่องทางการให้บริการ และประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ MyMo by GSB Mobile Banking มีการอัปเดตทุกความเคลื่อนไหวของเงินในบัญชีตลอดเวลา ดังนั้นธนาคารออมสินควรให้ความสำคัญในการแจ้งความเคลื่อนไหวของเงินในบัญชี เมื่อฝาก ถอน โอน หรือการทำธุรกรรมต่างๆผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ทุกรายการ ในทุกๆวงเงิน

2. ด้านราคาค่าบริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทาง MyMo by GSB Mobile Banking ต่ำกว่าการทำธุรกรรมทางการเงินที่สาขา ธนาคารออมสินควรเน้นย้ำถึงอัตราค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทาง MyMo by GSB Mobile Banking ว่าต่ำกว่าการทำธุรกรรมทางการเงินที่สาขาอย่างไร จำนวนเท่าไร เพื่อให้ผู้ให้บริการตระหนักและตัดสินใจเลือกทำธุรกรรมทางการเงินอย่างประหยัด

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สิ่งที่ต้องปรับปรุงคือ ช่องทางการสมัคร MyMo ให้เลือกได้ทั้งผ่านธนาคารออมสินสาขา และสมัครด้วยตนเองสำหรับผู้ถือบัตรเดบิตธนาคารออมสิน ธนาคารออมสินควรให้ความสำคัญในส่วนช่องทางการสมัคร MyMo โดยการเพิ่มช่องทางการสมัครให้มากขึ้นกว่านี้ ไม่ว่าจะเป็นการสมัครผ่านธนาคารออมสินสาขา การสมัครผ่านทางตู้เอทีเอ็ม หรือการสมัครด้วยตนเองผ่านทางแอปพลิเคชัน MyMo

4. ด้านการส่งเสริมแนะนำบริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุงคือ มีการแนะนำเกร็ดความรู้ที่น่าสนใจมาโพสต์ในเพจ ตอบคำถาม หรือการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าผ่านเพจ FACEBOOK ที่ตั้งขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ธนาคารออมสินควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์สิทธิพิเศษและสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการจะได้รับ การจัดกิจกรรมผ่านเพจ Facebook เพื่อกระตุ้นความสนใจให้เกิดการใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo

5. ด้านผู้ให้บริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ พนักงานและลูกจ้างธนาคารออมสินมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการผู้ใช้บริการ ธนาคารออมสินต้องให้ความสำคัญกับอัตรากำลังของพนักงานและลูกจ้างธนาคารออมสินให้มีจำนวนเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ

6. ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ รูปแบบ Application มีความทันสมัย และอัปเดตเวอร์ชันใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ ธนาคารออมสินควรศึกษาข้อแตกต่างของรูปแบบ Application MyMo ของธนาคารเองกับ Mobile Banking ของธนาคารหรือองค์กรอื่นๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำมาพัฒนารูปแบบ Application MyMo ให้ทันสมัย

7. ด้านกระบวนการบริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ขั้นตอนการสมัคร Application MyMo สะดวก รวดเร็ว และไม่ยุ่งยาก เพียงลงทะเบียนที่สาขาออมสิน รอ SMS ยืนยันการใช้งาน ดาวน์โหลดและเปิดใช้บริการได้เลย ธนาคารออมสินควรลดขั้นตอนการสมัครให้สามารถทำรายการได้ง่าย ไม่ซับซ้อน และรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษา ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประชากรที่ใช้วิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานครเพียงเท่านั้น จึงทำให้ผลการวิจัยในครั้งนี้ไม่ได้ครอบคลุมผู้ใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ทั้งหมด ดังนั้นจึงควรขยายขอบเขตด้านประชากรมิใช่แค่เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อทำการสรุปผลการวิจัย และนำผลการวิจัยนั้นไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาบริการบน MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ให้ตรงตามความต้องการและความพึงพอใจในการใช้บริการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรจะศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับ การตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน เพื่อนำผลการวิจัยนั้นมาพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันให้ตรงกับความต้องการใช้งานของผู้ใช้บริการในรูปแบบต่างๆมากยิ่งขึ้น

3. การศึกษาวิจัยรูปแบบเดียวกันในอนาคต อาจกำหนดตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามที่เพิ่มเติม หรือแตกต่างไปจากเดิม ซึ่งอาจทำให้พบปัจจัยอื่นๆที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน ได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

4. เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo by GSB Mobile Banking ธนาคารออมสิน จึงควรใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวม เช่น การสัมภาษณ์โดยตรงสำหรับผู้ใช้บริการ ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น จะช่วยให้ธนาคารออมสินสามารถพัฒนา และปรับปรุงระบบการให้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินที่ตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

ขวัญใจ อุณหวัฒน์ ไพบูลย์ (2560). ศึกษาความพึงพอใจผู้ให้บริการ Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสินในกรุงเทพมหานคร (ฝั่งธนบุรี). คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ชยาภรณ์ เลิศมนไพโรจน์และภาวิณี เพชรสว่าง (2558). ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในการใช้บริการ “MyMo” ที่สังกัดสาขาในเขตราชวัตร. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ธนาคารแห่งประเทศไทย.(ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์).สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/App/BTWS_STAT/statistics/

ธนาคารออมสิน.(ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์).สืบค้นจาก <https://www.gsb.or.th/>

เบญจรัตน์ สอสะอาดและสาลิณี จันท์ (2563). ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการโหมบายแบงก์กิ้งในจังหวัดนครปฐม. คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ภาณุวัฒน์ รัตนพงษ์ (2563).ความพึงพอใจของพนักงานธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ต่อการให้บริการ MyMo My Card.

คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล. (2558). หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่9). ปทุมธานี, โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วารุณี พวงพล (2559). เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ KTB NETBANK ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาลี้ จังหวัดลำพูน. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2546). พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์วิสุทธิวัฒนา

ศรฤา สุนทรวราภาส และ สิริพันธ์ วงศ์อินทวง (2558). พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการธนาคารออมสิน

สาขาพูนพิณ. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

อนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. (2548). จิตวิทยาการบริการ (Service Psychology Comprehension Strategies and Trend). กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.

อมรกานต์ ขอช่วยกลาง (2562). การศึกษาพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ : กรณีศึกษา ธนาคารออมสินสาขาเข็นทรลพลาซา นครราชสีมา. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

Cochran, W.G. (1953). Sampling techniques. New York: John Wiley & Sons. Inc.