

ความพึงพอใจในการบริการ MyMo ของธนาคารออมสิน

The Satisfaction in user the services of MyMo GSB

เพ็ญพิชชา อ๋ำหนองโพธิ์

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Penpicha Amnongpho

Management, Faculty of Business Administration, Ramkhamheang University

บทคัดย่อ

การศึกษาความพึงพอใจในการบริการ MyMo ของธนาคารออมสิน มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน และเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินจำแนกตามปัจจัยด้านประชากร กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้กลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสุ่มแบบบังเอิญโดยใช้ตารางที่ได้มาจากการใช้วิธีคำนวณตามสูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้เกิดความคลาดในการเลือกตัวอย่าง 5% จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test และ LSD

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินที่มีเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน ต่างกัน และ ผู้ใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน ไม่ต่างกัน

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ; ธนาคารออมสิน

Abstract

The objective aim of this research is 1) To study how satisfied the services of GSB MyMo 2) To compare the level of satisfaction in using the services, MyMo of GSB classified by broad demographic factors. A sample size of 400 users of MyMo GSB is used in this research, with the questionnaire being used to obtain the required information.

Statistics used in the analysis include percentage frequency values, average, and standard deviation of test hypothesis by statistical tests t-test form a one-way ANOVA statistics (One-Way ANOVA) If the differences found are compared as a pair by using the method of LSD.

The results of hypothesis test showed that users of the service of MyMo GSB with gender, age, occupation, education level, are different. There is satisfaction in service use MyMo of GSB and service users of MyMo GSB, average monthly income are different. There is satisfaction in service use MyMo of GSB is not different.

Keywords: Satisfaction; Government Saving Bank

บทนำ

จากจำนวนบัญชี Mobile banking และการโอนเงิน/ชำระเงินผ่านช่องทาง Mobile banking เติบโตอย่างต่อเนื่อง จากไตรมาสที่ผ่านมาโดยบัญชี Mobile banking มีจำนวน 38 ล้านบัญชีเติบโตขึ้นร้อยละ 44 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนขณะที่บัญชี Internet banking มีจำนวน 23.1 ล้านบัญชีเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 25 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนนอกจากนี้ประชาชนทำธุรกรรมโอนเงินต่างธนาคารมากขึ้นอย่างก้าวกระโดดเนื่องจากธนาคารพาณิชย์หลายแห่งได้ยกเลิกค่าธรรมเนียมผ่านช่องทางออนไลน์ทั้งการโอนเงินต่างธนาคารโอนเงินข้ามเขตเติมเงินและจ่ายบิลประกอบกับการใช้กลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายในหลายรูปแบบเพื่อดึงดูดลูกค้าทำให้ปริมาณธุรกรรมการโอนเงินเพิ่มขึ้นร้อยละ 104 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน (รายงานธุรกรรมการชำระเงินประจำไตรมาส 2 ปี 2561 ฝ่ายนโยบายระบบการชำระเงิน) โดยการโอนเงินข้ามธนาคารเพิ่มขึ้นมากที่สุดร้อยละ 239 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านช่องทาง Mobile banking ที่มีอัตราเติบโตของปริมาณธุรกรรมมากขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 31 ต่อเดือน ขณะที่การโอนเงินธนาคารเดียวกันเพิ่มขึ้นร้อยละ 70 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหากพิจารณาสัดส่วนปริมาณธุรกรรมการโอนเงินและชำระเงินพบว่าปริมาณการโอนเงินและชำระเงินส่วนใหญ่ยังคงเป็นการโอนเงินภายในธนาคารเดียวกันซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 68 การโอนเงินต่างธนาคารคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 32 ในด้านพฤติกรรมการใช้งานในช่วงที่ผ่านมาพบว่ามูลค่าต่อรายการของธุรกรรมการโอนเงินข้ามธนาคารลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้าจาก 6,700 บาทต่อรายการเป็น 5,900 บาทต่อรายการ สะท้อนถึงแนวโน้ม

พฤติกรรมของประชาชนที่เริ่มมีความคุ้นเคยและใช้บริการชำระเงินและโอนเงินผ่านช่องทาง Internet banking และ Mobile banking ในชีวิตประจำวันมากขึ้น

ถึงแม้ว่าอัตราการใช้บริการ MyMo จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแต่ก็ยังมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนา รูปแบบการให้บริการ คุณภาพของการให้บริการ ให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น ความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่ง และการรองรับธุรกรรมดิจิทัล ในอนาคตที่จะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เห็นความสำคัญของปัญหาดังกล่าว จึงสนใจศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน เพื่อให้ผลการวิจัยนั้นเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา MyMo ต่อไปในอนาคตให้ สามารถเข้าถึงความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าในปัจจุบันและลูกค้าใหม่ได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินจำแนกตามปัจจัย

ด้านประชากร

สมมติฐานของการวิจัย

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ MyMo ธนาคารออมสิน ปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินต่างกัน

ขอบเขตของการการวิจัย

1. ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้มาจากการเปิดตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1973) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยใช้การสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น สุ่มแบบบังเอิญ เนื่องจากว่าประชากรมีจำนวนมาก ไม่ทราบสัดส่วนที่แท้จริง

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับ การศึกษา

3.2 ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการใช้บริการ MYMO ของธนาคารออมสิน 7ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคาค่าบริการ ด้านช่องทางการขาย ด้านการส่งเสริมแนะนำบริการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านคุณภาพ ด้านกระบวนการบริการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน
2. เพื่อให้ธนาคารออมสิน ได้นำผลการศึกษาวิจัยในด้านปัจจัยส่วนบุคคลและความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ด้านต่างๆ นำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน โดยอ้างอิงจากทฤษฎีความต้องการ (Need Theories) ของ อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) ตั้งอยู่บนสมมติฐาน 3 ประการ คือ

1. มนุษย์มีความต้องการ ความต้องการนี้จะมียุ่เสมอไม่สิ้นสุด เมื่อความต้องการใด ได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอื่นก็จะเข้ามาแทน ซึ่งจะเป็นเช่นนี้เรื่อยไปไม่มีที่สิ้นสุด
2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป ความต้องการที่มีอิทธิพลก่อให้เกิดพฤติกรรมที่แสดงออกมานั้น เป็นความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองเสร็จสิ้นไปแล้วเท่านั้นที่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรม
3. ความต้องการของมนุษย์มีเป็นลำดับชั้น จากความต้องการต่ำไปหาสูงตามลำดับ เมื่อความต้องการชั้นต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการชั้นสูงถัดไปก็จะติดตามมาเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมต่อไป

Maslow แบ่งความต้องการของมนุษย์ไว้ 5 ขั้นตอน จากต่ำไปหาสูง ดังนี้

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์เพื่อความอยู่รอด เช่น ความต้องการในเรื่องอาหาร น้ำ เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค การพักผ่อน ที่พักอาศัย และความต้องการทางเพศ

ขั้นที่ 2 ความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัย (Safety or Security Needs) เป็นความต้องการที่จะได้รับการคุ้มครองป้องกันภัยต่างๆ ที่จะเกิดหรืออาจเกิดแก่ชีวิต ทรัพย์สิน สิทธิ เสรีภาพ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ความมั่นคงในหน้าที่การงาน สถานะทางสังคม

ขั้นที่ 3 ความต้องการทางด้านสังคม (Social or Security Needs) เป็นความต้องการเกี่ยวกับการอยู่ร่วมกันอย่างมีเพื่อนพรรคพวก การได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่น และการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

ขั้นที่ 4 ความต้องการมีชื่อเสียงเกียรติยศได้รับการยกย่องทางสังคม (Esteem Needs) เป็นความต้องการเกี่ยวกับความมั่นใจในตนเองในเรื่องของความรู้ความสามารถรวมทั้งความต้องการที่จะให้บุคคลอื่นยกย่องสรรเสริญหรือเป็นที่ยอมรับนับถือในสังคมและความต้องการในด้านสถานภาพ

ขั้นที่ 5 ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในชีวิต (Self-Actualization Needs) เป็นความต้องการขั้นสูงของมนุษย์เป็นความต้องการที่อยากจะทำให้เกิดความสำเร็จในทุกสิ่งทุกอย่างตามความนึกคิดหรือตามความคาดหวังของตน

ทฤษฎีของ Maslow สามารถอธิบายได้ถึงความพึงพอใจในการใช้บริการได้ กล่าวคือ ความพึงพอใจในการใช้บริการของคนในแต่ละระดับ จะมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป เช่น พนักงานบริษัทใน ลูกจ้าง ผู้บริหาร บุคคลทั่วไป เกษตรกร จะมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่แตกต่างกัน เนื่องจากระดับความต้องการของบุคคลนั้นแตกต่างกัน

มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจที่ผู้วิจัยได้รวบรวมไว้ ดังนี้

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2552,น.182) ได้ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติส่วนบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุเป้าหมายในระดับหนึ่ง และความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหากความต้องการหรือจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง” โดยความพึงพอใจของลูกค้านั้นจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อได้รับการบริการอย่างเต็มที่จากผู้ให้บริการ จนลูกค้ารู้สึกว่าคุ้มค่าที่ได้มาใช้บริการ โดยการบริการจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ยากกว่าสินค้า เนื่องจากสินค้าเป็นสิ่งที่ได้รับการพัฒนาอยู่แล้วและค่อนข้างไม่เปลี่ยนแปลง แต่คุณภาพการให้บริการขึ้นอยู่กับพนักงาน ซึ่งจะแปรเปลี่ยนไปตามอารมณ์และบริบทต่างๆ หรือลูกค้าที่มาใช้บริการมีความต้องการที่เฉพาะมากเกินไปที่พนักงานจะให้บริการได้

วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ์ (2555, น.10) ที่ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกของมนุษย์ในทางบวกและทางลบ โดยความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จะเกิดเมื่อมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ และเกิดขึ้นเมื่อได้รับสิ่งที่บรรลุสิ่งมุ่งหมาย และลดลงเมื่อไม่ได้รับการตอบสนอง

Millet (1954).กล่าวว่า ความพึงพอใจในการบริการคือความพึงพอใจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับบุคคลที่ต้องการได้รับการ ตอบสนองพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของบุคคล เป็นความพยายามที่จะขจัดความตึงเครียดเมื่อได้รับในสิ่งที่ต้องการ และความพึงพอใจในการบริการประกอบด้วย 1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equity service) 2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely service) 3. การให้บริการอย่างเพียงพอ

(Ample service) 4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) 5. การบริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service)

อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ (2548, หน้า 172-173) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการจะแสดงออกในทางบวกหรือลบต่อสิ่งที่ได้รับจากการบริการ และการนำเสนอการบริการ โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้คาดหวังไว้ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ตามปัจจัยแวดล้อม และสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในระหว่างการบริการ ได้แก่

1. ผลลิตภัณฑ์บริการ ในการนำเสนอการบริการจะต้องมีลิตภัณฑ์บริการที่มีคุณภาพ และระดับการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดจากการประเมินคุณภาพและรูปแบบของการบริการหรือเทียบกับราคาค่าบริการที่จะต้องจ่ายออกไป

3. สถานที่บริการ ผู้ให้บริการจะต้องมอบหาสถานที่ในการให้บริการที่ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก มีสถานที่ที่กว้างขวางเพียงพอ และต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการในทุกด้าน

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ผู้ให้บริการจะต้องให้ข้อมูลข่าวสารในเชิงบวกแก่ผู้รับบริการทั้งในด้านคุณภาพการบริการ และภาพลักษณ์ของการบริการผ่านทางสื่อต่าง ๆ

5. ผู้ให้บริการ จะต้องตระหนักตนเองว่า มีส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการ โดยในการกำหนดกระบวนการจัดการ การวางรูปแบบการบริการจะต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นสำคัญ

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ ผู้ให้บริการจะต้องสร้างให้เกิดความสวยงามของอาคาร สถานที่ ผ่านการออกแบบตกแต่ง การแบ่งพื้นที่อย่างเหมาะสมลงตัว สร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

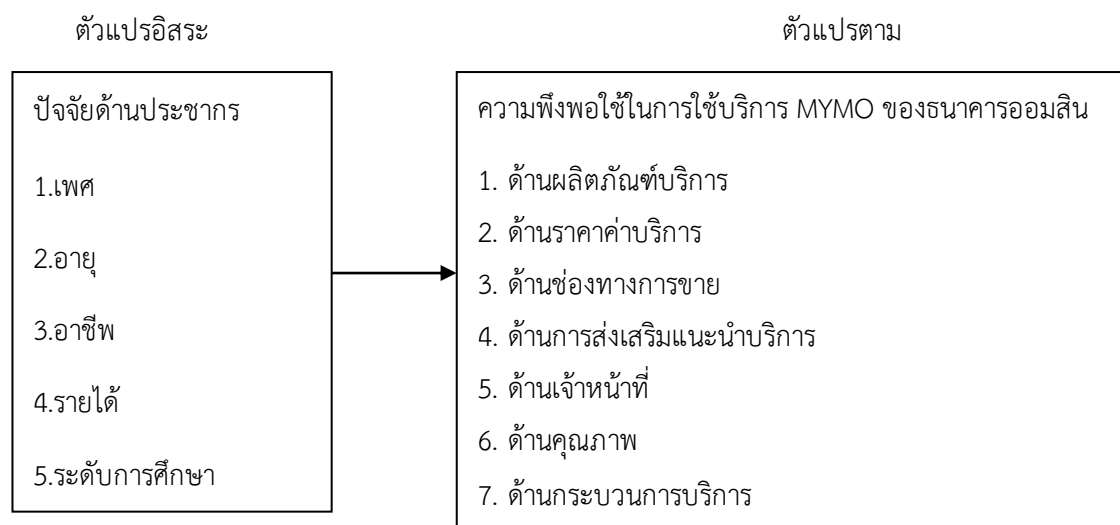
7. กระบวนการบริการ ผู้ให้บริการต่างมุ่งหวังให้เกิดความมีประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการเพื่อเพิ่มความคล่องตัว และความสามารถในการสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และมีคุณภาพ

ขวัญใจ อุณหวัฒน์ไพบูลย์ (วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา ปีที่11 ฉบับที่2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2560 (46-58)) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดความต้องการทางด้านจิตใจที่สนองตอบต่อองค์ประกอบและสิ่งต่าง ๆ ที่ได้มาจาก การปฏิบัติงาน เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นหรือทัศนคติที่เกิดขึ้นจากการที่ได้รับการตอบสนองทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ และความพึงพอใจผู้ใช้บริการผู้ใช้บริการส่วนใหญ่คำนึงถึง

ผลิตภัณฑ์หรือการบริการ การส่งเสริมการตลาด ในรูปแบบใหม่ที่ออกมาดึงดูดลูกค้า ความพึงพอใจของพนักงาน ที่ให้บริการ ความเอาใจใส่ของพนักงานที่มีต่อลูกค้า ความมีทักษะในการพูด และการให้คำแนะนำแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้ใช้บริการของพนักงาน รวมทั้งมีการแจกของที่ระลึกในการใช้บริการ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสินค้าหรือบริการ โดยระดับความคาดหวังมีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจ หากระดับความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจที่ได้รับจริงจะทำให้ผู้ใช้งานไม่พอใจ แต่หากระดับความคาดหวังแต่แรกเริ่มต่ำกว่าความพึงพอใจที่ได้รับจริงจะทำให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจในที่สุด และความพึงพอใจเป็นส่วนที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ โดยผู้วิจัยเห็นว่าธุรกิจต่างๆ ต้องมีการวางแผนและให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ เพื่อให้สอดคล้องและตรงกับความต้องการของลูกค้าผู้วิจัยสามารถแยกความพึงพอใจในการใช้บริการออกเป็นหลายด้าน ซึ่งความพึงพอใจในการใช้บริการเป็นความรู้สึกที่บุคคลมีต่อการลักษณะการใช้บริการ หากบุคคลมีความพึงพอใจสูงก็หมายความว่าเขารู้สึกต่อการต่อการใช้บริการในทางบวก กล่าวคือมีความชอบและค่านิยมที่ดีต่อการใช้บริการค่อนข้างสูง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการมาเป็นกรอบแนวคิดของงานวิจัยเพื่อศึกษา ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน

วิธีการดำเนินการวิจัย

วิธีการเก็บข้อมูล การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ MYMO ของธนาคารออมสิน โดยเนื้อหาแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed Ended Questionnaires) ลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน ถามในลักษณะประเมินค่าความพึงพอใจ 5 ระดับ (Rating Scale)

ตอนที่ 3 คำถามสอบถามข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมปลายเปิด

ในการหาคุณภาพเครื่องมือผู้วิจัยได้ดำเนินการให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความสอดคล้องของข้อคำถามและสร้างเป็นแบบสอบถาม จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปแจกผู้ให้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน จำนวน 30 ชุด เพื่อทดลองใช้แบบสอบถาม และเมื่อใช้จริงนำแบบสอบถามไปแจกประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด

นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความสมบูรณ์ มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติโดยการหาค่าความถี่(Frequency) ค่าร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย(Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) ในการทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยใช้สถิติแบบทดสอบ t-test สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะทำการทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD

ผลการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินที่มีเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน ต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน ไม่ต่างกัน

อภิปรายผล

1. เพศ จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน โดยรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าทั้งเพศชายและเพศหญิง ต่างมีความต้องการในแต่ละด้าน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมและแนะนำบริการ ด้านคุณภาพต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิธร เลิศล้ำ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการแผนกผู้ป่วย

นอก โรงพยาบาลสมิติเวช สุขุมวิท พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจที่ต่างกัน เพศชายมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการโดยรวมมากกว่าเพศหญิง

2. อายุ พบว่า ผู้ใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน โดยรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ความแตกต่างในด้านอายุของลูกค้ามีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ หทัยรัตน์ บรรลือ(2556) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา อายุที่ต่างกันมีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาสวนจิตรลดาต่างกันลูกค้าที่มีช่วงอายุที่ต่างกันมีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาสวนจิตรลดาต่างกัน ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสินมีหลายช่วงอายุตั้งแต่ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปีจนถึง 40 ปีขึ้นไปซึ่งจะมีลักษณะพฤติกรรมแต่ละช่วงอายุอาจแตกต่างกัน

3. อาชีพ พบว่า ผู้ใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน โดยรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า อาชีพต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญใจ อุณหวัฒน์ไพบูลย์ (วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา ปีที่11 ฉบับที่2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2560 (46-58)) พบว่าอาชีพที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจผู้ให้บริการออมสิน Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสินในกรุงเทพมหานคร (ฝั่งธนบุรี) ที่แตกต่างกัน โดยผู้บริการที่มีธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจผู้ให้บริการออมสิน Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสิน ในกรุงเทพมหานคร (ฝั่งธนบุรี) มากกว่าผู้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ เนื่องจากผู้ทำธุรกิจส่วนตัวมีการติดต่อ และใช้บริการจากทางธนาคารออมสินเป็นประจำหรือมากกว่า จึงเป็นสาเหตุให้มีความคุ้นเคยต่อการบริการของธนาคารออมสิน ในกรุงเทพมหานคร (ฝั่งธนบุรี) มากกว่ากลุ่มลูกค้าอื่นๆ

4. รายได้ พบว่า ผู้ใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน โดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้ให้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินที่มีระดับรายได้ที่ต่างกัน ต่างมีความพึงพอใจที่จะใช้บริการ MyMo ไม่ต่างจากผู้ที่มีรายได้สูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ หทัยรัตน์ บรรลือ(2556) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา พบว่าลูกค้าที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดาไม่แตกต่างกัน

5. ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน โดยรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้ให้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินที่มีระดับการศึกษาจะมีวิธีการแสวงหาข้อมูลและการตัดสินใจใช้บริการที่แตกต่างกัน ส่งผล

ให้ความพึงพอใจต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญใจ อุณหวัฒน์ไพบูลย์ (วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา ปีที่11 ฉบับที่2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2560 (46-58) พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจผู้ใช้บริการออมสิน Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสิน ในกรุงเทพมหานคร (ฝั่งธนบุรี) ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า มีความพึงพอใจผู้ใช้บริการออมสิน Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสิน ในกรุงเทพมหานคร (ฝั่งธนบุรี) มากกว่าผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท

ข้อเสนอแนะ

1. จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินมีปัจจัยด้านประชากรด้านเพศ ด้านอายุ ด้านอาชีพ และด้านระดับการศึกษาต่างกัน ให้ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินต่างกัน ดังนั้น ธนาคารจึงต้องให้ความสนใจกับปัจจัยด้านประชากร ด้านดังกล่าวข้างต้น เพราะในการกำหนดนโยบายหรือแผนงานในการเพิ่มความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินนั้นให้พิจารณาในด้านเพศ ด้านอายุด้านอาชีพ และด้านระดับการศึกษาเป็นประการสำคัญ

2. ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน ในด้านเจ้าหน้าที่ ผู้ใช้บริการ MyMo มีความพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้น ต้องให้ความสำคัญกับความพร้อมของเจ้าหน้าที่ในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ลูกค้าที่เป็นประโยชน์ ด้วยความถูกต้องรวดเร็ว ในการทำงานของเจ้าหน้าที่ เจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถหาวิธีการใช้งาน ทำให้เข้าใจชัดเจน ซึ่งเป็นความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการการบริการที่เจ้าหน้าที่ส่งมอบให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสมและได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการความสม่ำเสมอจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือสามารถให้ความไว้วางใจได้ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน

เอกสารอ้างอิง

ขวัญใจ อุณหวัฒน์ไพบูลย์วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม –ธันวาคม 2560 หทัยรัตน์บรรลือ. (2556) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน

จุฑาภรณ์ ไธวอน(2557) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการบัวหลวง ไอแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปกร

วัชรภรณ์จันทร์สุวรรณ. (2555) ความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพุนผลจังหวัดภูเก็ต.(การค้ำคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต)มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, คณะบริหารธุรกิจ.

หทัยรัตน์บรรลือ. (2556) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาสวนจิตรลดา.
(การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยศรีปทุม,วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ.

อรรรรณ ใจโต. (2555) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของธนาคารออมสิน ใน
จังหวัดลำปาง. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเนชั่น

Kotler, Philip. (1984) Marketing Essentials. New Jersey, Prentice-Hill, Inc., Englewood

Cliffs.