

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง

MyMo by GSB



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายเบงค์กิ้ง

MyMo by GSB

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 25 เมษายน พ.ศ. 2560



นางสาวปัญจรัตน์ สุนทรส
ผู้วิจัย

พันธันภัทร์ เสวตภาณุวงศ์,
Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์ณัฐสิทธิ์ เกิดศรี,
Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

ดวงพร อากาศศิลป์,
Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหิดล

ภูมิพร ธรรมสถิตย์เดช,
D.B.A.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายแเบงค์กิ้ง MyMo by GSB เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ผู้วิจัยขอขอบคุณ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ได้สนับสนุนการวิจัยครั้งนี้และคณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลที่ได้ให้คำปรึกษาและข้อมูลเพื่อใช้ในการประกอบการจัดทำ สารนิพนธ์ การดำเนินการวิจัยมีอาจสำเร็จลุล่วงไปได้หากปราศจากความร่วมมือของคณาจารย์ในสาขาวิชาการจัดการและกลยุทธ์ที่ให้การสนับสนุนการให้คำปรึกษาองค์ความรู้ รวมถึงสถานที่ในการ ดำเนินการจัดทำวิจัย จนโครงการนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ทำยนี้ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ให้การอุปการะอบรมเลี้ยงดู ตลอดจน ส่งเสริมการศึกษาและให้กำลังใจเป็นอย่างดี อีกทั้งขอขอบคุณเพื่อนๆ ที่ให้การสนับสนุนและ ช่วยเหลือด้วยดีเสมอมาและขอขอบพระคุณ อาจารย์พันธันภัทร์ เสวตภาณุวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ ให้ความรู้และคำปรึกษาในการทำวิจัย จนกระทั่งงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ปัญจรัตน์ สุนทรส

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง MyMo by GSB
Factors affecting the satisfaction of mobile banking services (MyMo by GSB)

ปริญญาตรี สุนทรส 5850354

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : พันธุ์ภัทร์ เสวตภาณุวงศ์, Ph.D., ภูมิพร ชรรรมสดีดิษฐ์,
Ph.D., รองศาสตราจารย์ณัฐสิทธิ์ เกิดศรี, Ph.D.

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง (MyMo) เพื่อนำไปพัฒนาซอฟต์แวร์ให้เหมาะสมกับความต้องการโดยนำแนวคิดช่องว่างคุณภาพในการบริการและแบบจำลองด้านการยอมรับเทคโนโลยีมาเป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษาเพื่ออธิบาย หรือ พยากรณ์พฤติกรรม ในการวิจัยเรื่องนี้ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการและการยอมรับเทคโนโลยี จะเป็นตัววัดความสำเร็จของ ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง โดยวัดจากการออกแบบสอบถามกับผู้ให้บริการ ประชากรที่ใช้บริการ MyMo จำนวน 400 คน พบว่า 45% ของประชากรตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชันในภาพรวมในระดับดี จึงเป็นการชี้ให้เห็นถึงแนวทางในการศึกษาและพัฒนาแอปพลิเคชัน เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

คำสำคัญ : โบบายแบงก์กิ้ง/ MyMo by GSB

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	4
1.2 วัตถุประสงค์	4
1.3 คำถามงานวิจัย	5
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะทาง	5
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	6
2.1 ทฤษฎี TAM – Technology Acceptance Model	9
บทที่ 3 กรอบแนวความคิดงานวิจัย	11
3.1 ช่องว่างงานวิจัย	13
3.2 ระเบียบวิธีวิจัย	15
3.2.1 ค่าสถิติ (Statistic)	15
บทที่ 4 สรุปและวิเคราะห์ผล	17
4.1 สรุปผลการวิจัยวิจัย	17
4.2 อภิปรายผลการวิจัย	18
บทที่ 5 ข้อเสนอแนะงานวิจัย	23
บรรณานุกรม	25
ภาคผนวก	26
ภาคผนวก ก แบบประเมินผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ MyMo	27
ประวัติผู้วิจัย	29

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
3.1 แสดงเกณฑ์การประเมินผลความพึงพอใจ	16
4.1 แสดงผลการสำรวจความพึงพอใจของแอปพลิเคชัน MyMo	17



สารบัญรูปร่างภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 แสดงอัตราผู้ใช้ Digital banking ในเอเชียปี 2557 และผลสำรวจทางการใช้ บริการทางการเงินของไทยปี 2559	2
1.2 แสดงการใช้บริการ Internet banking และ Mobile banking	2
2.1 แสดงแนวคิด Gaps model of service quality	6
2.2 แสดงความสัมพันธ์ของช่องว่างที่ 1 ระหว่างผู้บริโภคและนักการตลาด	7
2.3 แสดงความสัมพันธ์ของช่องว่างที่ 2 ระหว่างผู้บริโภคและนักการตลาด	7
2.4 แสดงช่องว่างที่ 3 ผลของการแปลการรับรู้ให้เป็นข้อกำหนดคุณภาพ การบริการที่เกิดจากการส่งมอบบริการ(การติดต่อก่อนและหลังการบริการ)	8
2.5 แสดงความสัมพันธ์ของช่องว่างที่ 4 ระหว่างการสื่อสารภายนอกกับผู้บริโภค และการส่งมอบบริการ	8
2.6 แสดงความสัมพันธ์ของช่องว่างที่ 5 ระหว่างการบริการที่คาดหวังกับการบริการที่รับรู้	8
2.7 แสดงแนวคิดด้านการยอมรับเทคโนโลยี	10
3.1 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง (MyMo by GSB)	12
4.1 แสดงความพึงพอใจด้านความปลอดภัยในการใช้บริการทางการเงินของ MyMo	19
4.2 แสดงความพึงพอใจด้านความสนุกสนานในการใช้แอปพลิเคชันตาม Lifestyle	20
4.3 แสดงความพึงพอใจการใช้งานแอปพลิเคชันที่สะดวก รวดเร็วของ MyMo	21
4.4 แสดงความพึงพอใจเนื้อหาที่มีการปรับปรุงอยู่ตลอดเวลาเพื่อความคล่องตัว	22
4.5 แสดงความพึงพอใจโดยรวมต่อแอปพลิเคชัน Mymo	22
5.1 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจแต่ละด้านของแอปพลิเคชัน MyMo	23

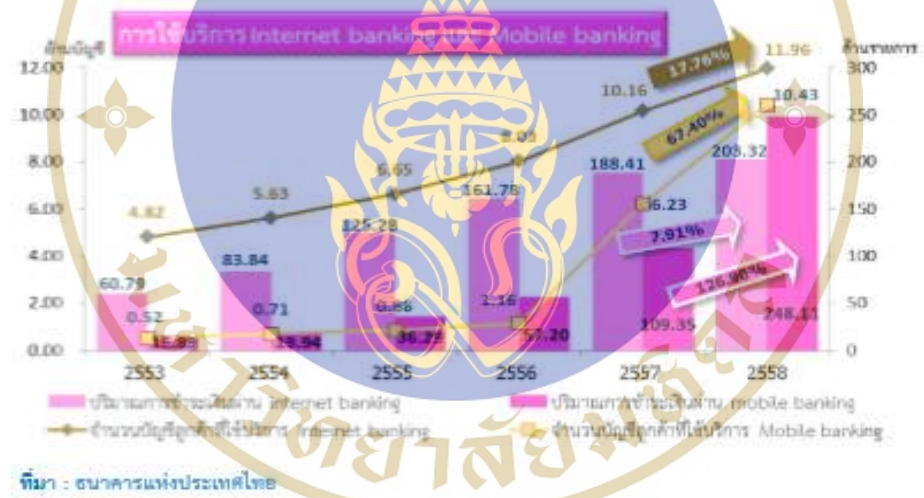
บทที่ 1

บทนำ

ในปัจจุบันการสื่อสารแบบไร้สายกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการใช้ชีวิต เนื่องด้วยวิถีชีวิตที่ต้องการความรวดเร็ว ทันสมัย และที่สำคัญเพื่อความได้เปรียบในการติดต่อสื่อสารในแง่ธุรกิจ องค์กรที่จะอยู่รอดได้จึงต้องปรับตัวให้เป็นองค์กร ธุรกิจยุคใหม่ที่ใช้ความรู้และเทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นฐาน (Drucker, 1998: 7-31) เพื่อจะนำองค์กรไปสู่ความเป็นเลิศเหนือองค์กรอื่น (Fisk, 2009: 10) จึงทำให้เกิดการพัฒนาแอปพลิเคชันมากมายที่ถูกออกแบบมาให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน โมบายแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน โมบายแอปพลิเคชันที่ออกแบบมาเพื่อทำการทางการเงินก็ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับการใช้งานที่หลากหลาย หรือ ที่เรียกว่า โมบายแบงก์กิ้งซึ่งถูกพัฒนาโดยสถาบันการเงินต่างๆ เพื่อรองรับการใช้บริการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากธุรกิจออนไลน์ เนื่องด้วยมีการเติบโตของธุรกิจ e-commerce ทำให้ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนเพิ่มมากขึ้น การทำธุรกรรมผ่าน โมบายแบงก์กิ้งจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวัน จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย ระบุว่า จำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ Internet Banking ณ สิ้นปี 2558 มีจำนวน 11.96 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.76 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2557 ซึ่งมีจำนวน 10.16 ล้านบัญชี ในขณะที่จำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ Mobile Banking ณ สิ้นปี 2558 มีจำนวน 10.43 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 67.40 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2557 ซึ่งมีจำนวน 6.23 ล้านบัญชี อีกทั้งเมื่อพิจารณาอัตราการเพิ่มขึ้นของธุรกรรมการชำระเงิน ผ่านทั้ง 2 บริการ ในปี 2558 เทียบกับปี 2557 พบว่า ปริมาณการทำธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ โมบายแบงก์กิ้ง มีอัตราการการเติบโตร้อยละ 126.90 ซึ่งสูงกว่าปริมาณการทำธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ซึ่งมีอัตราการเติบโตเพียงร้อยละ 7.91 แสดงให้เห็นว่าการทำธุรกรรมการเงินผ่านบริการ โมบายแบงก์กิ้งมีแนวโน้มเติบโตสูงกว่าการทำธุรกรรมการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง เนื่องจากสามารถตอบโจทย์ Lifestyle ของผู้บริโภคยุคใหม่ในการทำธุรกรรมได้ง่าย รวดเร็ว ทุกที่ทุกเวลา (ปิยพงศ์, 2015: 3)



ภาพที่ 1.1 แสดงอัตราผู้ใช้ Digital banking ในเอเชียปี 2557 และ ผลสำรวจทางการใช้บริการทางการเงินของไทยปี 2559



ภาพที่ 1.2 แสดงการใช้บริการ Internet banking และ Mobile banking

ธนาคารออมสิน จึงได้พัฒนาโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชันให้แตกต่างจากธนาคารพาณิชย์อื่นๆ โดยเน้นที่การเข้าถึง Lifestyle ของผู้ใช้งานในปัจจุบัน ผสมผสานระหว่างการใช้งานธุรกรรมการเงินที่หลากหลายผ่านแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้งให้สอดคล้องกับการใช้งานฟังก์ชันอื่นๆบนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ไร้สายเพื่อให้เกิดการใช้งานที่ง่ายและสะดวกต่อลูกค้าอย่างแท้จริง MyMo by GSB (แอปพลิเคชัน ตรวจสอบสลากออมสิน ทำธุรกรรมออนไลน์ กับ ธนาคารออมสิน จัดเป็นแอปพลิเคชัน ที่ให้บริการธนาคารบนมือถือ จากธนาคารออมสิน (Government Savings Bank) ที่

ช่วยให้ลูกค้าทำธุรกรรมทางการเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านการใช้งาน Wi-Fi หรือ 4G ซึ่งถูกออกแบบมาให้ใช้งานง่ายและมีฟังก์ชันครอบคลุมการทำธุรกรรมการเงินที่หลากหลายด้วยระบบความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ MyMo เป็นแอปฯ Online banking ที่ทำอะไรได้หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น การเช็คยอดเงิน และรายการเคลื่อนไหวทุกประเภทบัญชี ไม่ว่าจะเป็นบัญชีเงินฝาก ฝากประจำ หรือสินเชื่อก็สามารถโอนเงินทั้งบัญชีภายในธนาคารออมสินและต่างธนาคารและยังโอนเงินให้ผู้ใช้งาน MyMo รายอื่นด้วยเบอร์โทรศัพท์มือถือได้เลย ชำระค่างวดสินเชื่อ ชำระค่าสินค้าและบริการ เติมเงินมือถือ เช็คผลสลากออมสินและเรียกดูรายละเอียดของสลากออมสินก็ยังได้เป็นแอปฯ ที่ลูกค้าธนาคารออกสินควรมีติดเครื่องไว้ มีให้โหลดทั้งบนระบบ Android และ iOS เพียงเดียว

Application Features (คุณสมบัติหรือความสามารถของแอปพลิเคชัน ตรวจสอบสลากออมสิน ทำธุรกรรมออนไลน์ MyMo by GSB เพิ่มเติม)

- เช็คยอดเงินและรายการเคลื่อนไหวทุกประเภทบัญชี อาทิ

- o บัญชีเงินฝาก
- o บัญชีฝากประจำ
- o หรือสินเชื่

- โอนเงินทั้งบัญชีภายในธนาคารออมสินและต่างธนาคาร

- โอนเงินให้ผู้ใช้งาน MyMo รายอื่นด้วยเบอร์โทรศัพท์มือถือ

- ชำระค่างวดสินเชื่อ

- ชำระค่าสินค้าและบริการ

- เติมเงินมือถือ

- เช็คผลสลากออมสินและเรียกดูรายละเอียดของสลากออมสิน

- สามารถเปลี่ยนรายละเอียดที่ต้องการแสดงในหน้าแรก (Landing Page) ได้

- จัดการรายชื่อผู้ติดต่อในแอปพลิเคชัน

- มีระบบแจ้งเตือน(Notification) และส่งไปยังกล่องข้อความของแอปพลิเคชันทุกความ

เคลื่อนไหวของบัญชี

- เปลี่ยนสีได้ตามใจ

- เปลี่ยนวงเงินการโอนรายวันได้

- รองรับทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

ที่มา: www.gsb.or.th

1.1 ที่มาและความสำคัญ

เนื่องด้วยธนาคารออมสินได้ออกผลิตภัณฑ์ MyMo แอปพลิเคชัน โบนัสแบ่งคั้งเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดความพึงพอใจต่อลูกค้าสูงสุด ซึ่งมีผลต่อรายได้ขององค์กรโดยเรียกเก็บจากค่าธรรมเนียมการทำรายการธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน โบนัสแบ่งคั้ง ทั้งนี้รายได้จะมีการหักส่วนแบ่งรายได้ให้กับบริษัท ที เอ็น อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด ที่เป็นผู้พัฒนาซอฟต์แวร์ MyMo หรือ My Money My Mobile ตามสัดส่วนในสัญญาการทำธุรกิจร่วมกัน ดังนั้นจากที่มาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจต่อบัณฑิตที่มีผลต่อการความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบนัสแบ่งคั้ง (MyMo) เพื่อนำไปพัฒนาซอฟต์แวร์ MyMo ให้เหมาะสมกับความต้องการและเข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบนัสแบ่งคั้ง (MyMo)

1.3 คำถามงานวิจัย

ตัวชี้วัดคุณภาพบริการที่หลากหลายของโบนัสแอปพลิเคชันมีผลต่อการพัฒนาเพื่อตอบสนองความพึงพอใจในการใช้บริการมากน้อยเพียงใด

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะทาง

1. MyMo หมายถึง บริการธุรกรรมการเงินผ่าน โบนัสแอปพลิเคชันของธนาคารออมสิน หรือ ชื่อเต็มว่า “My Money My Mobile”
2. GSB หมายถึง Government Savings Bank ธนาคารออมสิน
3. โบนัสแอปพลิเคชัน (Mobile Application) หมายถึง เป็นการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่แบบไร้สาย เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต โดยโปรแกรมจะช่วยตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งยังสนับสนุน ให้ผู้ใช้โทรศัพท์ที่ได้ใช้งานง่ายยิ่งขึ้น ในปัจจุบัน โทรศัพท์มือถือ หรือ สมาร์ทโฟน มีหลายระบบปฏิบัติการที่พัฒนาออกมาให้ผู้บริโภคใช้ แต่ที่เป็นที่นิยมมากที่สุดคือ ระบบปฏิบัติการ ios และ Android

4. โบายแบงก์กึ่ง (Mobile Banking) หมายถึง เป็นการพัฒนารูปแบบการให้บริการต่างๆ ของ Online Banking โดยออกแบบมาให้ใช้งานได้ง่าย ๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตเบราว์เซอร์บนมือถือ ทำให้ลูกค้าใช้บริการไม่จำเป็นต้องเปลี่ยน SIM CARD ไม่ต้องเปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์ ไม่ต้องเปลี่ยนบริษัทผู้ให้บริการ โทรศัพท์มือถือ

5. อินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่ง (Internet Banking) หมายถึง ธนาคารออนไลน์ที่ให้ประโยชน์ต่อการทำธุรกิจทุกประเภทในเรื่องของความสะดวกรวดเร็ว ความรวดเร็วสามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ กับธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมงโดยไม่ต้องวิตกกังวลกับเวลาเปิดปิดของธนาคาร มีความปลอดภัยสูงช่วยลดต้นทุนในเรื่องของค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปธนาคารและยังสามารถบริหารการเงินด้วยตนเองทางอินเทอร์เน็ตด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปธนาคาร

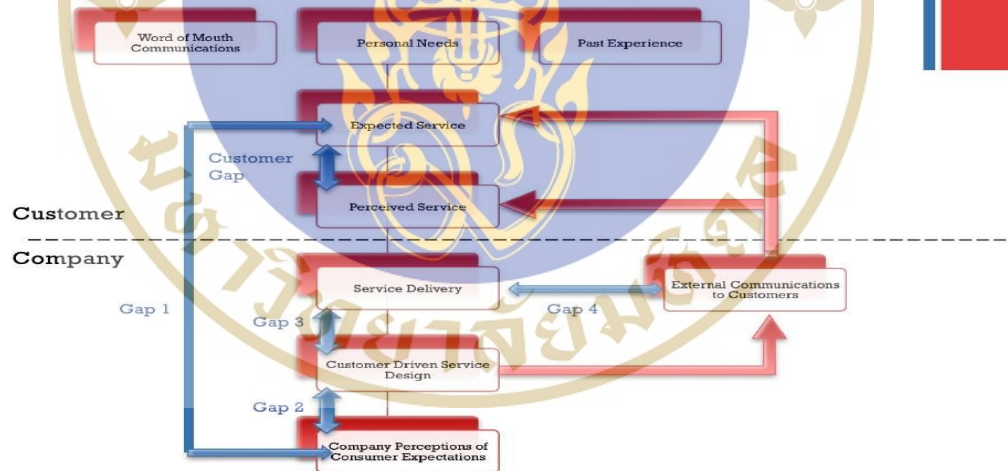


บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

ในยุคดิจิทัล โฆษณาแอปพลิเคชันถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าและบริการที่ได้รับ ความนิยมและแพร่หลายในสังคม เมื่อมีการบริการเกิดขึ้น ก็ต้องมีผู้ใช้บริการ และทำให้เกิดผลลัพธ์ คือ คุณภาพของการบริการ หากผู้ได้รับบริการ ได้รับคุณภาพที่เหนือกว่าความคาดหวังยอมทำให้การ บริการนั้นเป็นที่น่าพอใจ แต่หากบริการนั้นต่ำกว่าความคาดหวังของผู้ใช้บริการอาจส่งผลต่อสินค้า และบริการ ดังนั้นในบทนี้จะอ้างอิงถึงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการของ Parasuraman, et al., 1985 ที่มีแนวคิดที่เรียกว่าช่องว่างของคุณภาพในการบริการ หรือที่เรียกว่า Gaps Model of Service Quality ได้กล่าวถึงสาเหตุที่ทำให้การบริการไม่ประสบผลสำเร็จ

Gaps Model of Service Quality



(Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985)

ภาพที่ 2.1 แสดงแนวคิด Gaps model of service quality

แนวคิดนี้มี 5 ช่องว่าง โดยช่องว่างที่ 1 ตามภาพที่ 2.1 แสดงให้เห็นว่าเป็นการเชื่อมโยง ความสัมพันธ์ 2 ด้าน ระหว่าง ผู้บริโภค หรือ ผู้ใช้บริการ กับ นักการตลาด หรือ เจ้าของสินค้าและ บริการนั้นๆ

ช่องว่างที่ 1 (Gap 1): ช่องว่างของความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภครอค(ความคาดหวังของผู้บริโภครอค)กับนักการตลาด(การรับรู้ของฝ่ายการจัดการ)เป็นความแตกต่างระหว่างการที่ผู้ให้บริการไม่ทราบถึงความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภครอคที่แท้จริง ซึ่งเป็น ความต้องการจริงของลูกค้า อาจเกิดจากการที่ไม่มีการทำวิจัยของฝ่ายการตลาด เป็นต้น (ภาพที่ 2.2)



ภาพที่ 2.2 แสดงความสัมพันธ์ของช่องว่างที่ 1 ระหว่างผู้บริโภครอคและนักการตลาด

ช่องว่างที่ 2 (Gap 2): ช่องว่างของการแปลการรับรู้ให้เป็นข้อกำหนดคุณภาพโดยนักการตลาดอันมีสาเหตุมาจากการรับรู้ของฝ่ายการจัดการถึงความคาดหวังของผู้บริโภครอคโดยนักการตลาดเอง หรือ ช่องว่างของการแปลการรับรู้ให้เป็นข้อกำหนดคุณภาพโดยนักการตลาด มีความสัมพันธ์มาจากการรับรู้ของฝ่ายการจัดการถึงความคาดหวังของผู้บริโภครอคโดยนักการตลาดเอง ภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 แสดงความสัมพันธ์ของช่องว่างที่ 2 ของนักการตลาดและนักการตลาด

ช่องว่างที่ 3 (Gap 3): ช่องว่างระหว่างข้อกำหนดคุณภาพการบริการกับการส่งมอบ การบริการ คือฝ่ายบริหาร ได้มีการกำหนดมาตรฐานไว้อย่างชัดเจนแล้ว แต่ผู้ที่ให้บริการไม่สามารถให้บริการตามที่กำหนดไว้ ซึ่งอาจเกิดจากผู้ให้บริการได้รับการฝึกอบรมที่ไม่เพียงพอ ไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามข้อกำหนด หรืองานนั้นมีความขัดแย้งกัน หรือผู้ให้บริการไม่มี การประสานงานร่วมกัน(ภาพที่ 2.4)



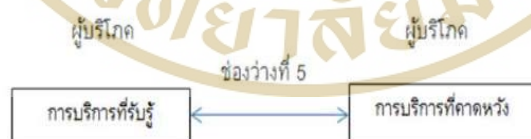
ภาพที่ 2.4 แสดงช่องว่างที่ 3 ผลของการแปลงการรับรู้ให้เป็นข้อกำหนดคุณภาพการบริการที่เกิดจากการส่งมอบบริการ(การติดต่อก่อนและหลังการบริการ)

ช่องว่างที่ 4 (Gap 4): ช่องว่างของความสัมพันธ์ระหว่างการส่งมอบบริการกับการสื่อสารภายนอกซึ่งการสื่อสารขององค์กรหรือธุรกิจนั้นจะสร้างความคาดหวังกับผู้บริโภค แต่การส่งมอบบริการนั้นไม่สามารถทำตามที่ได้ให้คำสัญญาไว้(ภาพที่ 2.5)



ภาพที่ 2.5 แสดงความสัมพันธ์ของช่องว่างที่ 4 ระหว่างการสื่อสารภายนอกกับผู้บริโภคและการส่งมอบบริการ

ช่องว่างที่ 5 (Gap 5): ช่องว่างระหว่างการบริการที่รับรู้กับการบริการที่คาดหวังช่องว่างนี้เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพการบริการไม่ตรงกับที่คาดหวังไว้ ทั้ง 2 ส่วนนี้เกิดจากลูกค้าทั้งหมด(ภาพที่ 2.6)



ภาพที่ 2.6 แสดงความสัมพันธ์ของช่องว่างที่ 5 ระหว่างการบริการที่คาดหวังกับการบริการที่รับรู้

จากงานวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของโมบายแบงก์กึ่งจะเน้นที่ช่องว่างที่ 1 สาเหตุหลักที่ทำให้เกิดช่องว่างของความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภค (ความคาดหวังผู้บริโภค) กับนักการตลาด (การรับรู้ของฝ่ายจัดการ)

จากภาพที่ 2.1 จะเห็นว่าที่มาของความคาดหวังการบริการของลูกค้ามี 3 ส่วน

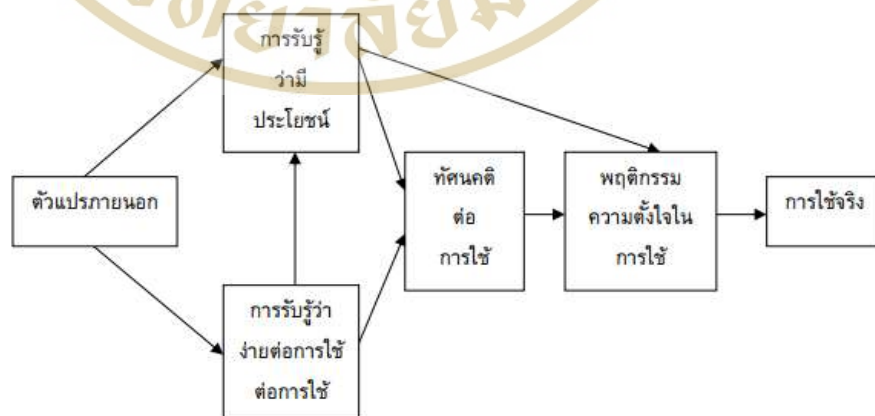
1. การสื่อสารโดยคำพูดจากปาก (Word of mouth communications) หรือ ที่เราเรียกว่า ปากต่อปาก หมายถึง หากเกิดการบริการทั้งทางด้านบวกหรือลบ ก็จะมีการบอกต่อจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง หากการบริการนั้นๆ ประสบความสำเร็จ นั่นคือ เกินความคาดหวังจากการได้รับบริการ ก็ทำให้มีการส่งสารให้กับผู้บริโภคอีกคนหนึ่งไปไม่มีที่สิ้นสุด

2. ความต้องการของแต่ละบุคคล (Personal needs) หมายถึง แต่ละคนย่อมมีความต้องการที่แตกต่างกันตาม Life style และเปลี่ยนไปตามสมัยนิยม โดยอาจจะแบ่งความต้องการออกเป็นหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็น ความปลอดภัย ความมีเสถียรภาพ หรือ การเข้าถึงบริการได้ง่าย สะดวก ต่อการใช้งาน เป็นต้น

3. ประสบการณ์ที่ผ่านมา (Past experience) ต่อการใช้บริการในด้านนั้นๆ ส่งผลให้ ผู้ใช้บริการคาดหวังต่อการบริการที่จะได้รับคุณภาพดีเหมือนเดิมหรือดีกว่าบริการที่ผ่านมา

จากที่กล่าวมาทั้ง 3 ส่วน ทำให้เกิดความคาดหวังการใช้บริการของผู้บริโภคและทำให้เกิดช่องว่างต่อการรับรู้ของฝ่ายการจัดการถึงความคาดหวังของผู้บริโภคหรือฝ่ายการตลาด/เจ้าของสินค้าและบริการ อาจกล่าวได้ว่าส่วนหนึ่งเป็นเพราะการวิจัยทางการตลาดยังไม่เพียงพอ ดังนั้นการทำให้คุณภาพการบริการประสบความสำเร็จได้ จำเป็นต้องลดช่องว่างที่ 1 (Gap 1 – Not knowing what customers expect) ซึ่งควรมีการศึกษาเพิ่มเติม ว่าปัจจัยใดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยจะทำการศึกษากับบริการ โมบายแบงก์กิ้ง (MyMo by GSB)

2.1 ทฤษฎี TAM – Technology Acceptance Model



ภาพที่ 2.7 แสดงแนวคิดด้านการยอมรับเทคโนโลยี

(Bagozzy et al., 1992; Davis et al., 1989) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้คนยอมรับเทคโนโลยีและนำเทคโนโลยีนั้นไปใช้ คือ การใช้คอมพิวเตอร์ของผู้เรียน (Computer self-efficacy), การรับรู้ประโยชน์ (Perceive Usefulness), การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) และ ความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ (Perceive credibility) งานวิจัยได้นำแบบจำลองด้านการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model หรือ TAM) มาดัดแปลงเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดย TAM เป็น โมเดลที่ Davis, F.D. (1989) พัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการอธิบาย หรือ พยากรณ์พฤติกรรมในการยอมรับระบบสารสนเทศ (Infomatin system) ที่มีการพัฒนาขึ้นมาใหม่

1. การรับรู้ว่ามีประโยชน์ (Perceived Usefulness: PU) เป็นตัวแปรหลักที่สำคัญของ TAM ซึ่งหมายถึงระดับที่บุคคลเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จะเพิ่มสมรรถภาพและประสิทธิภาพในการทำงานให้มากขึ้นการที่บุคคลรับรู้ว่ามีประโยชน์มาก่อนทำให้เกิดประโยชน์และเสนอทางเลือกที่มีคุณค่าสำหรับการปฏิบัติงานเดียวกัน รวมทั้งถ้าใช้เทคโนโลยีใหม่จะทำให้ได้งานที่มีคุณภาพดีขึ้น หรือทำให้งานเสร็จเร็วขึ้น ซึ่งส่งผลมีรายได้เพิ่มขึ้น ถือเป็นแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) (Agarwal and Prasad, 1999; Teo, Lim and Lai, 1999; Venkatech and Davis, 2000) ในทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีถือว่าการรับรู้ประโยชน์เป็นปัจจัยสำคัญที่บ่งชี้ถึงการยอมรับ (Adorption) หรือความตั้งใจที่จะใช้ และการใช้เทคโนโลยี (Usage) อันเนื่องมาจากการรับรู้ว่ามีประโยชน์มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมยอมรับ และการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการใช้โดยส่งผ่านพฤติกรรมยอมรับ (Agarwal and Prasad, 1999)

2. การรับรู้ว่าย่างต่อการใช้ (Perceived Ease of Use: PEOU) เป็นตัวแปรหลักที่สำคัญของ TAM อีกตัวแปรหนึ่ง ซึ่งหมายถึงระดับที่ผู้ใช้คาดหวังต่อเทคโนโลยีที่เป็นเป้าหมายที่จะใช้ว่าต้องมีความง่ายและมีความเป็นอิสระจากความพยายาม (ไม่ใช่ว่าใช้บ่อยๆแล้วจึงทำให้ง่าย) เทคโนโลยีใดที่ใช้งานง่ายและสะดวกไม่ซับซ้อน มีความเป็นไปได้มากที่จะได้รับการยอมรับจากผู้ใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมยอมรับ หรือ ความตั้งใจที่จะใช้และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการใช้โดยส่งผ่านพฤติกรรมยอมรับ (Agarwal and Prasad, 1999; Teo, Lim and Lai, 1999; Karahanna, Straub and Chervany; Venkatesh and Davis, 2000)

นอกจากนี้ยังพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ด้วย (Agarwal and Prasad, 1999; Teo, Lim and Lai, 1999; Venkatesh and Davis, 2000) จากภาพที่ 2.7 อธิบายได้ว่า การรับรู้ว่ามีประโยชน์ (Perceived Usefulness: PU) มีอิทธิพลมาจากการรับรู้ว่าย่างต่อการใช้ (Attitude Toward Using) หมายถึงการประเมินความพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อระบบ นอกจากนี้ A และ PU ยังเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้ (Behavioral Intentions to Use) และพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้เป็นตัวทำนายการใช้ระบบจริงๆ

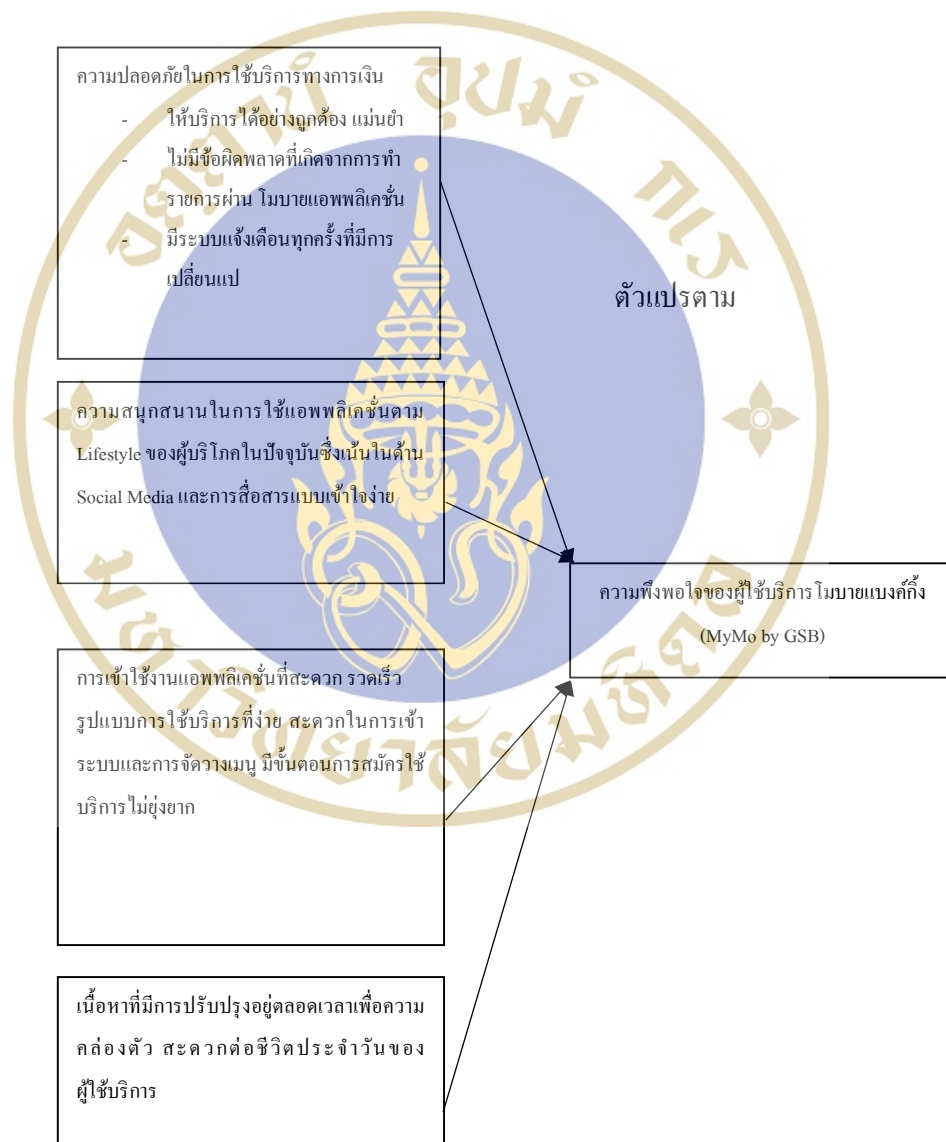
การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและการใช้งานระบบโมบายแบงก์กึ่งนั้นจะช่วยบ่งชี้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับมีส่วนช่วยให้องค์กรที่มีความต้องการพัฒนาโมบายแบงก์กึ่งให้สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้อย่างเต็มประสิทธิภาพและใช้ประโยชน์ได้สูงสุดจากการทบทวนงานวิจัยสามารถนำมาสรุปภาพรวมได้โดยนำแนวคิดช่องว่างคุณภาพในการบริการ (Gaps Model of Service Quality) และแบบจำลองด้านการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model หรือ TAM) มาเป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษาเพื่ออธิบาย หรือ พยากรณ์พฤติกรรม ในการใช้บริการแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กึ่ง (MyMo by GSB) ในการวิจัยเรื่องนี้ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการและการยอมรับเทคโนโลยี จะเป็นตัววัดความสำเร็จของ ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการใช้บริการ โมบายแอปพลิเคชัน (MyMo by GSB) โดยวัดจากการออกแบบ สอดถามกับผู้ใช้บริการ โมบายแอปพลิเคชัน (MyMo by GSB) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบต่อไป



บทที่ 3

กรอบแนวความคิดงานวิจัย

ตัวแปรต้น : ปัจจัยของคุณภาพการให้บริการ



ภาพที่ 3.1 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายแบงค์กิ้ง (MyMo by GSB)

3.1 ช่องว่างงานวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง (MyMo by GSB) ได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ (Service Quality) โดยศึกษาช่องว่างของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องระหว่างผู้บริโภคและเจ้าของบริการ มีตัวแปรที่น่าสนใจที่ชี้ให้เห็นถึงคุณภาพต่อการรับรู้ของผู้บริโภค คือ ความปลอดภัยในการใช้บริการทางการเงิน น่าจะมีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการของผู้บริโภค โดยปัจจุบันมีการใช้บริการการเงินผ่านแอปพลิเคชันกันอย่างแพร่หลาย ทางธนาคารและเจ้าของแอปพลิเคชันจึงพัฒนาให้มีความสะดวกในการใช้บริการควบคู่ไปกับการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลจึงพัฒนาให้ทุกบัญชีที่เป็นชื่อของเราเองจะสามารถทำธุรกรรมได้หมด ไม่ต้อง สร้างบัญชีเพิ่มเติมให้ยุ่งยาก เนื่องจากระบบเชื่อมโยงกันอย่างดี และมีประสิทธิภาพสูง และถ้ามีการโอนเงิน หรือ โอนเงินก็มีแจ้งเตือนในระบบคล้ายๆ กับ SMS alert ทำให้เรารู้ความเคลื่อนไหวในบัญชีแบบทันที หรือเรียลไทม์กันเลยทีเดียว อย่างไรก็ตามเนื่องจากมีการดึงข้อมูลจากทุกบัญชีที่เรามีกับทางธนาคารทำให้ถ้าเกิดโทรศัพท์ของเราหายก็ต้องระวังมากๆ แต่ถ้าไม่มีใครรู้รหัสเปิดโทรศัพท์ก็พอจะเบาใจได้บ้าง แต่ตัว MyMo มีระบบความปลอดภัยมาช่วยป้องกันในระดับสูง นั่นคือ

1. Device specific App จะใช้งานได้ทีละเครื่องเท่านั้น และข้อมูลจะผูกกับหมายเลขรหัสของแอปพลิเคชันที่ติดตั้งบนเครื่องโทรศัพท์
2. Data protection ไม่มีข้อมูลบัญชีเก็บอยู่ในโทรศัพท์
3. Auto logout จับเวลา logout เมื่อ ไม่มีการใช้งานอัตโนมัติ
4. Push Notification ถูกค่าได้รับการแจ้งเตือนความเคลื่อนไหวทุกบัญชีผ่านทุกช่องทางของธนาคาร

ตัวแปรอีกตัวหนึ่งที่งานวิจัยนี้ให้ความสนใจเป็นอย่างมากในการศึกษาคุณภาพที่มีผลต่อการลดช่องว่างการบริการของผู้ให้บริการและผู้บริโภค คือ ความสนุกสนานในการใช้แอปพลิเคชันซึ่งน่าจะมีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการของผู้บริโภคตามพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์ในยุคปัจจุบัน ที่มีการใช้งานโมบายเพื่อลดเวลาในการทำธุรกรรม เน้นความรวดเร็ว สะดวกสบาย และตอบสนองความต้องการหลายๆด้านผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนั้นแอปพลิเคชันจึงพัฒนาให้ผู้ใช้สามารถเลือกธีมพื้นหลังของแอปพลิเคชันตามใจชอบตามไลฟ์สไตล์ของตัวเองและสามารถเปลี่ยนรายละเอียดที่ต้องการแสดงในหน้าแรก (Landing Page) ได้ ดังนั้น ความสนุกสนานในการใช้งานแอปพลิเคชันจึงตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่ Social media เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันอย่างเต็มรูปแบบ

จาก Gap Model of Quality สามารถวางกรอบในงานวิจัย แอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้ง (MyMo by GSB) น่าจะมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ดังนี้

1. ความปลอดภัยในการใช้บริการทางการเงิน
2. ความสนุกสนานในการใช้แอปพลิเคชันตาม Lifestyle ของผู้บริโภคในปัจจุบันซึ่งเน้นในด้าน Social Media และการสื่อสารแบบเข้าใจง่าย

แบบจำลองแนวคิดในด้านการยอมรับเทคโนโลยี งานวิจัยนี้สนใจ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานแอปพลิเคชันของผู้บริโภคโดยน่าจะมีผลจาก การเข้าใช้งานแอปพลิเคชันที่สะดวก รวดเร็ว และ การรับรู้ว่ามีประโยชน์ของผู้บริโภคน่าจะมีผลจากเนื้อหาที่มีการปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา เพื่อความคล่องตัว สะดวกต่อชีวิตประจำวันของผู้ใช้บริการ Mobile Banking หรือ MyMo เป็นช่องทางการบริการในการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าผ่านโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน ด้วยบริการที่รวดเร็ว โดยไม่ต้องเดินทางมาติดต่อที่เคาน์เตอร์สาขา ล่าสุดนี้ ธนาคารออมสิน ได้พัฒนาบริการ MyMo ขึ้นมาอีกระดับ เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และทิศทางนโยบายของธนาคารฯ ที่มุ่งสู่การเป็นธนาคารออมสินยุคใหม่ GSB New ERA : Digi-Thai Banking "Digital for All Thais" ผ่านบริการ "MyMo My Card" ที่สามารถถอนเงินสดได้ที่ตู้ ATM ตู้ ADM ของธนาคารออมสิน โดยไม่ต้องใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับขั้นตอนการรับบริการนี้ ลูกค้าที่มี MyMo อยู่แล้ว สามารถเข้าสู่ระบบด้วยการ Login ผ่านแอปพลิเคชัน MyMo และทำรายการถอนเงินสด เลือกบัญชี และจำนวนเงินที่ต้องการ จากนั้น ไปที่ตู้ ATM หรือตู้ ADM ธนาคารออมสิน กดเลือกเมนู "MyMo My Card" ที่หน้าจอแรก แล้วสแกน QR Code ที่หน้าจอ ATM ตรวจสอบรายการยืนยัน และรับเงิน โดยไม่ต้องพิมพ์สลิปจากตู้ ATM

จาก TAM สามารถวางกรอบในงานวิจัย แอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้ง (MyMo by GSB) น่าจะมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ดังนี้

1. การเข้าใช้งานแอปพลิเคชันที่สะดวก รวดเร็ว
2. เนื้อหาที่มีการปรับปรุงอยู่ตลอดเวลาเพื่อความคล่องตัว สะดวกต่อชีวิตประจำวันของผู้ใช้บริการ

จากตัวแปรและสมมติฐานข้างต้น นับว่าเป็นปัจจัยที่ควรศึกษาเพิ่มเติมตามกรอบงานวิจัยที่ได้กล่าวมาข้างต้นเพื่อนำไปสู่ข้อสรุปในการอธิบายช่องว่างของทฤษฎี คุณภาพและบริการระหว่างผู้บริโภคและผู้ให้บริการและทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ทั้งนี้ยังสามารถนำข้อมูลจากการสำรวจที่ได้มาวิเคราะห์และพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองความต้องการอย่างเต็มขีดความสามารถ

3.2 ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการโบายแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ขอนาคร ออมสิน โดยมีประสบการณ์การใช้งานแล้วมากกว่า 3 เดือน

2. กำหนดขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ของทาโร ยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างได้มาโดยการสุ่มแบบอย่างง่าย และหลังจากได้ขนาดตัวอย่างแล้วผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

3. แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลงานวิจัยนี้เป็นคำถามแบบปลายปิด แบบ Likert Scale ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยแบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน รวมทั้งสิ้น 18 คำถาม

4. ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ ศึกษาระดับความพึงพอใจผู้ใช้บริการโบายแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ในด้านความปลอดภัย, ด้านความสนุกสนาน, ด้านการเข้าใช้งานแอปพลิเคชัน, ด้านเนื้อหาแอปพลิเคชัน, ความพึงพอใจโดยรวม หลังจากผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ อ่านผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตีความ และสรุปผล

3.2.1 ค่าสถิติ (Statistic)

ค่าสถิติ (Statistic) คือค่าต่างๆ ที่รวบรวมมาจากกลุ่มตัวอย่างหรือคำนวณได้จากกลุ่มตัวอย่าง ใช้ตัวภาษาอังกฤษเป็นสัญลักษณ์ ได้แก่ \bar{x} แทนค่า ค่าเฉลี่ยเลขคณิต โดยมีเกณฑ์การประเมิน ดังตารางที่ 3.1 นี้ ถ้าได้ตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไป ถือว่ามีความพึงพอใจ

ตารางที่ 3.1 แสดงเกณฑ์การประเมินผลความพึงพอใจ

ผลคะแนน	ความพึงพอใจที่วัดได้
4.51 – 5.00	ดีมาก
3.51 – 4.50	ดี
2.51 – 3.50	ปานกลาง
1.51 – 2.50	พอใช้
1.00 – 1.50	ควรปรับปรุง

SD (standard deviation) แทนค่า ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นค่าที่บ่งบอกถึงการกระจายของข้อมูล ถ้าค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานหาออกมาแล้วมีค่ามากนั้น หมายความว่า

ว่า ข้อมูลชุดนั้นมีการกระจายกันมาก แต่ถ้าค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานหาออกมาแล้วมีค่าน้อย นั้นหมายความว่าข้อมูลชุดนั้นเป็นข้อมูลที่เกาะกลุ่มกันอยู่ เป็นข้อมูลที่มีค่าใกล้เคียงกัน



บทที่ 4

สรุปและวิเคราะห์ผล

4.1 สรุปผลการวิจัย

ประชาชนผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo มาแล้วอย่างน้อย 3 เดือน จำนวน 400 คน จากแบบสอบถามได้แบ่งเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 สํารวจข้อมูลทั่วไป : ข้อมูลส่วนบุคคล โดยเป็นเพศชายจำนวน 200 คนและเพศหญิงจำนวน 200 คน มีอายุเฉลี่ยตั้งแต่ 31-40 ปี วุฒิการศึกษา ปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ เป็นลูกจ้างบริษัทเอกชนและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนที่ 2 สํารวจความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชัน MyMo : แบ่งออกเป็นความพึงพอใจ 5 ด้าน โดยแสดงผลการสำรวจตามตารางที่ 1

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการสำรวจความพึงพอใจของแอปพลิเคชัน MyMo

รายการประเมิน	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	พอใช้	ปรับปรุง	N	\bar{X}	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. ความปลอดภัยในการใช้บริการทางการเงิน	97	840	605	55	3	1600	3.61	0.66	ดี
2. ความสนุกสนานในการใช้แอปพลิเคชันตาม Lifestyle	88	293	603	591	25	1600	2.89	0.91	ปานกลาง
3. การเข้าใช้งานแอปพลิเคชันที่สะดวกรวดเร็ว	181	484	849	72	14	1600	3.47	0.79	ปานกลาง
4. เนื้อหาที่มีการปรับปรุงอยู่ตลอดเวลาเพื่อความสะดวกต่อตัว	447	961	466	107	19	2000	3.86	0.86	ดี
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อ MyMo	24	178	185	13	0	400	3.53	0.66	ดี

หมายเหตุ : N = จำนวนความพึงพอใจ, \bar{X} = ค่าเฉลี่ย, SD = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

พบว่าผลของความพึงพอใจของแอปพลิเคชันตามเกณฑ์การประเมินปรากฏ ดังนี้

1. ด้านความปลอดภัยในการใช้บริการทางการเงิน คะแนนประเมินอยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.61 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.66
2. ด้านความสนุกสนานในการใช้แอปพลิเคชันตาม Lifestyle คะแนนประเมินอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 2.89 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.91
3. ด้านการเข้าใช้งานแอปพลิเคชันที่สะดวก รวดเร็ว คะแนนประเมินอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.47 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79
4. ด้านเนื้อหาที่มีการปรับปรุงอยู่ตลอดเวลาเพื่อความคล่องตัว คะแนนประเมินอยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.86 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.86
5. ด้านความพึงพอใจโดยรวม คะแนนประเมินอยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.53 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.66

ส่วนที่ 3 สํารวจข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม : มีทั้งหมด 4 ข้อ โดย 93% เห็นด้วย กับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อพัฒนาแอปพลิเคชัน MyMo ดังนี้

- ด้านความปลอดภัย : เสนอแนะให้มีการส่งรหัส OTP ผ่าน SMS ของโมบายทุกครั้งที่โอนเงิน
- ด้านความสนุกสนาน : เสนอแนะให้มีการส่งสติ๊กเกอร์ให้กับกลุ่มผู้ใช้ MyMo ผ่านแอปพลิเคชัน
- ด้านการใช้งานครวดเร็ว : เสนอแนะให้มีเมนู Favorite transfer
- ด้านเนื้อหา : เสนอแนะให้เพิ่มฟังก์ชันในส่วนการซื้อ ตั๋วรถ เครื่องบิน

4.2 อภิปรายผลการวิจัย

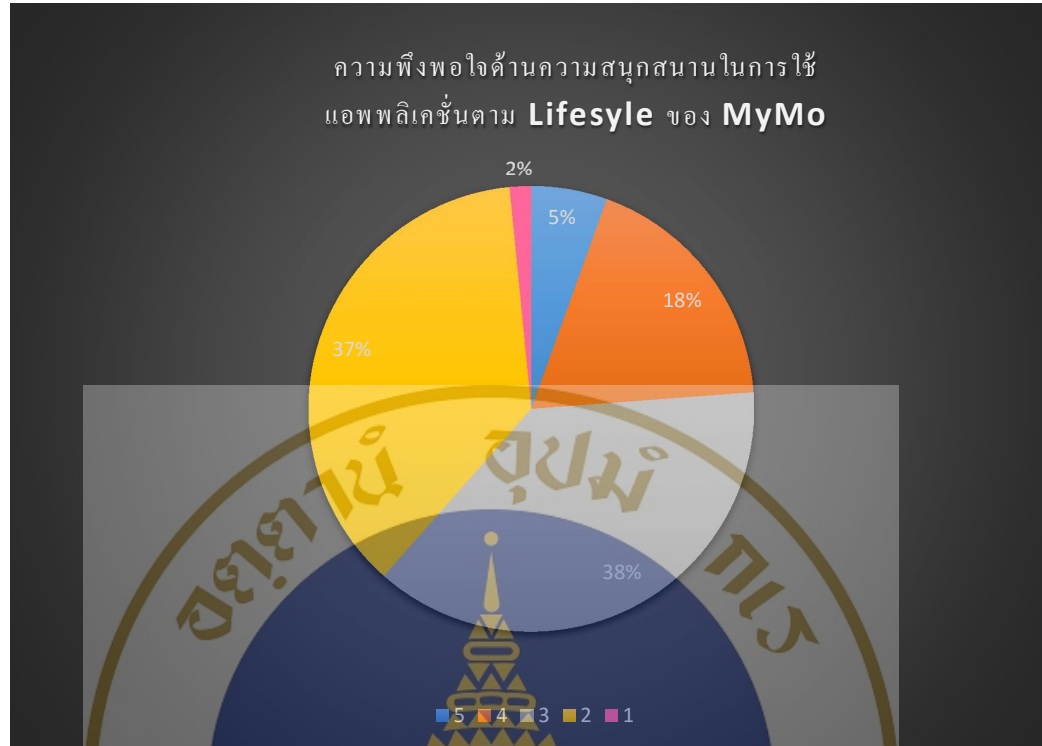
1. ประชากรที่ใช้บริการ MyMo จำนวน 400 คน ทำแบบสอบถามความพึงพอใจ ข้อ 1-4 แสดงผลตามภาพที่ 4.1 พบว่า 53% ของประชากรตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านความปลอดภัยในการใช้บริการทางการเงิน ในระดับดี โดยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีการกระจายตัว 0.86 ใกล้ค่าเฉลี่ย 3.61 แสดงว่าประชากรตัวอย่างมีความพึงพอใจใกล้เคียงกันไม่ต่างจากค่าเฉลี่ยมากนัก ซึ่งให้เห็นถึงคุณภาพต่อการรับรู้ของผู้บริโภค คือ ความปลอดภัยในการใช้บริการทางการเงิน สามารถเติมเต็มช่องว่างคุณภาพของการบริการ (Gap model of service quality) ระหว่างเจ้าของบริการและการรับบริการของผู้บริโภค แต่ทั้งนี้อีก 38% อาจต้องการความมั่นใจในการใช้บริการมากกว่านี้ เพื่อเกิดการพัฒนาและแข่งขันกับบริการจากแอปพลิเคชันด้านการเงินอื่นๆ ในส่วนกลุ่ม 3% จากการสอบถาม

มาจากผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่ายังไม่ได้รับข้อมูลที่เพียงพอในการรับบริการที่มีอยู่ในแอปพลิเคชัน



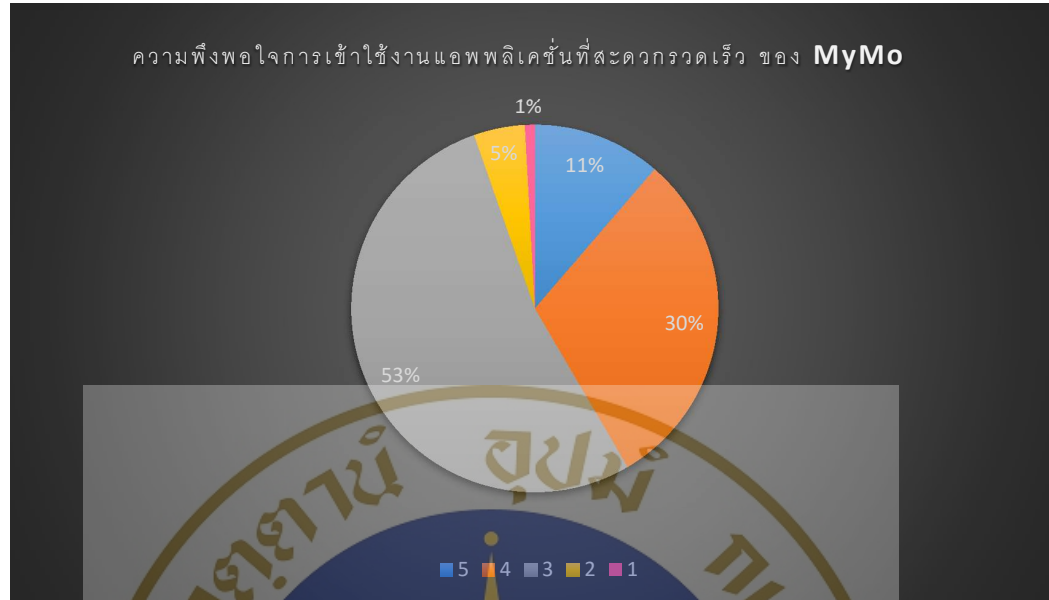
ภาพที่ 4.1 แสดงความพึงพอใจด้านความปลอดภัยในการใช้บริการทางการเงินของ MyMo

2. ประชากรที่ใช้บริการ MyMo จำนวน 400 คน ทำแบบสอบถามความพึงพอใจ ข้อ 5-8 แสดงผลตามภาพที่ 4.2 พบว่า 38% ของประชากรตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านความสนุกสนานในการใช้แอปพลิเคชันตาม Lifestyle ในระดับปานกลาง และยิ่งพบว่าอีก 37% ของประชากรตัวอย่างอยู่ในระดับพอใช้ โดยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีการกระจายตัวของข้อมูลค่อนข้างมากคือ 0.91 แต่ยังสามารถยอมรับผลค่าเฉลี่ย 2.89 เพื่อใช้ประกอบการประเมินผลความพึงพอใจได้ จะเห็นว่าประชากรตัวอย่างยังไม่สามารถเข้าถึงความสนุกสนานในแอปพลิเคชัน โดยรวมแล้วถึง 75% ยังไม่ตอบสนองความต้องการ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงการเกิดช่องว่างคุณภาพของการบริการ (Gap model of service quality) ระหว่างเจ้าของบริการและการรับบริการของผู้บริโภค ในด้านความสนุกสนานที่ตรงกับ Lifestyle ในยุคปัจจุบันอยู่มาก ทั้งนี้จากการสุ่มสอบถามกลุ่มประชากรตัวอย่าง ให้ความเห็นว่า ยังไม่มีความแปลกใหม่หรือดึงดูดให้เข้ามาทำการอัปเดตข้อมูลในแอปพลิเคชันนอกจากการทำธุรกรรมที่จำเป็นแต่ให้ความสนใจในการซื้อสลากออมสินและตรวจรางวัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo พอคาร์



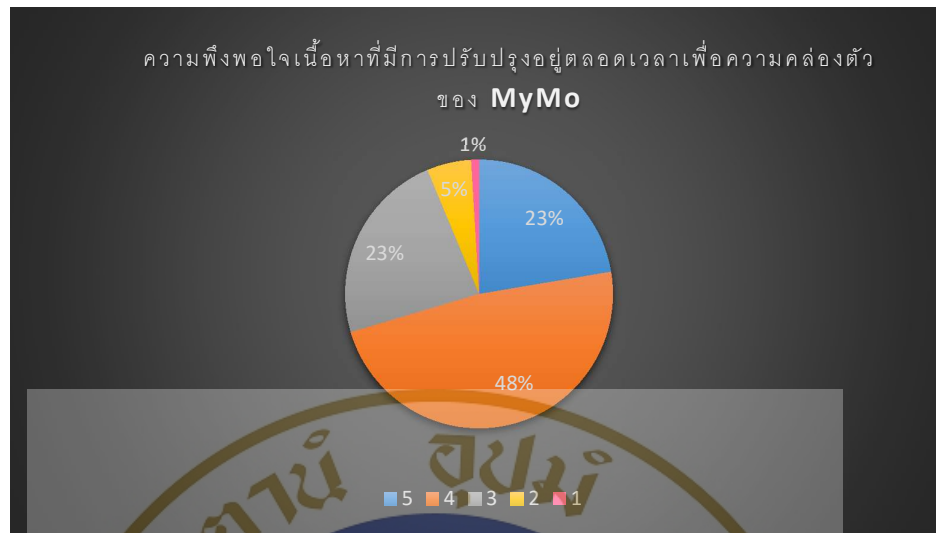
ภาพที่ 4.2 แสดงความพึงพอใจด้านความสนุกสนานในการใช้แอปพลิเคชันตาม Lifestyle ของ MyMo

3. ประชากรที่ใช้บริการ MyMo จำนวน 400 คน ทำแบบสอบถามความพึงพอใจ ข้อ 9-12 แสดงผลตามภาพที่ 4.3 พบว่า 30% ของประชากรตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านการเข้าใช้งานแอปพลิเคชันที่สะดวก รวดเร็ว ในระดับดี และ 53% ของประชากรตัวอย่าง อยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีการกระจายตัวของข้อมูลอยู่ที่ 0.79 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 จะเห็นว่าประชากรตัวอย่างให้ความพึงพอใจอยู่ระหว่างดี และค่อนข้างปานกลาง จากข้อมูลนี้ทำให้ทราบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างมีการยอมรับในเทคโนโลยีในด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ไม่ทั่วถึง ซึ่งอาจจะเป็นด้วยหลายสาเหตุ เช่น ระบบมีปัญหา Down service ในช่วงเวลาสั้นเดือนที่มีการใช้การทำธุรกรรมหนาแน่น



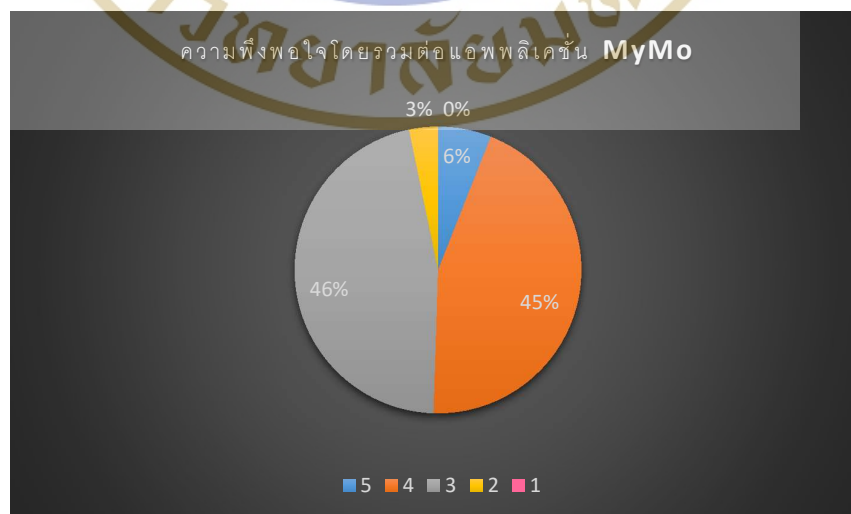
ภาพที่ 4.3 แสดงความพึงพอใจการใช้งานแอปพลิเคชันที่สะดวก รวดเร็ว ของ MyMo

4. ประชากรที่ใช้บริการ MyMo จำนวน 400 คน ทำแบบสอบถามความพึงพอใจ ข้อ 13-17 แสดงผลตามภาพที่ 4.4 พบว่า 48% ของประชากรตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่มีการปรับปรุงตลอดเวลา ในระดับดี โดยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีการกระจายตัว 0.86 แต่ยังมีค่าเฉลี่ย 3.86 แสดงว่าประชากรตัวอย่างมีความพึงพอใจแบบกระจายข้อมูลในระดับหนึ่งแต่ไม่ต่างจากค่าเฉลี่ยมากนัก ซึ่งให้เห็นถึงการรับรู้ประโยชน์ของแอปพลิเคชันจากผู้ใช้บริการซึ่งเกิดจากเนื้อหาที่มีการปรับปรุงอยู่ตลอดเวลาเพื่อความคล่องตัว สะดวกต่อชีวิตประจำวันของผู้ใช้บริการ อาจส่งผลมาจากการเปิดตัวฟังก์ชันใหม่ของ MyMo คือ สามารถกดเงินผ่านตู้ ATM โดยไม่ต้องใช้บัตร ATM ซึ่งสะดวกต่อการใช้บริการเป็นอย่างมาก แต่ทั้งนี้อีก 46% โดยแบ่งเป็นความพึงพอใจในระดับปานกลาง และ พอใช้ อย่างละครึ่ง อาจชี้ให้เห็นว่ายังต้องการการพัฒนาแอปพลิเคชันให้เข้าถึงผู้ใช้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการด้านเนื้อหาของแอปพลิเคชันให้มากขึ้นเพื่อเกิดการรับรู้ถึงประโยชน์เพื่อการยอมรับเทคโนโลยีในอนาคต



ภาพที่ 4.4 แสดงความพึงพอใจเนื้อหาที่มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อความคล่องตัวของ MyMo

5. ประชากรที่ใช้บริการ MyMo จำนวน 400 คน ทำแบบสอบถามความพึงพอใจ ข้อ 18 แสดงผลตามภาพที่ 4.5 พบว่า 46% ของประชากรตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชันในภาพรวม ในระดับปานกลาง และ 45% ของประชากรตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชันในภาพรวม ในระดับดี โดยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีการกระจายตัว 0.66 โค้ดี้เคียงค่าเฉลี่ย 3.53 แสดงว่าความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชัน MyMo เป็นที่น่าพอใจ ระดับปานกลาง ถึง ระดับดี จึงเป็นการชี้ให้เห็นถึงแนวทางในการศึกษาและพัฒนาแอปพลิเคชัน เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อผู้บริหารและการเป็นผู้นำแอปพลิเคชันด้านธุรกรรมการเงินอย่างโดดเด่น

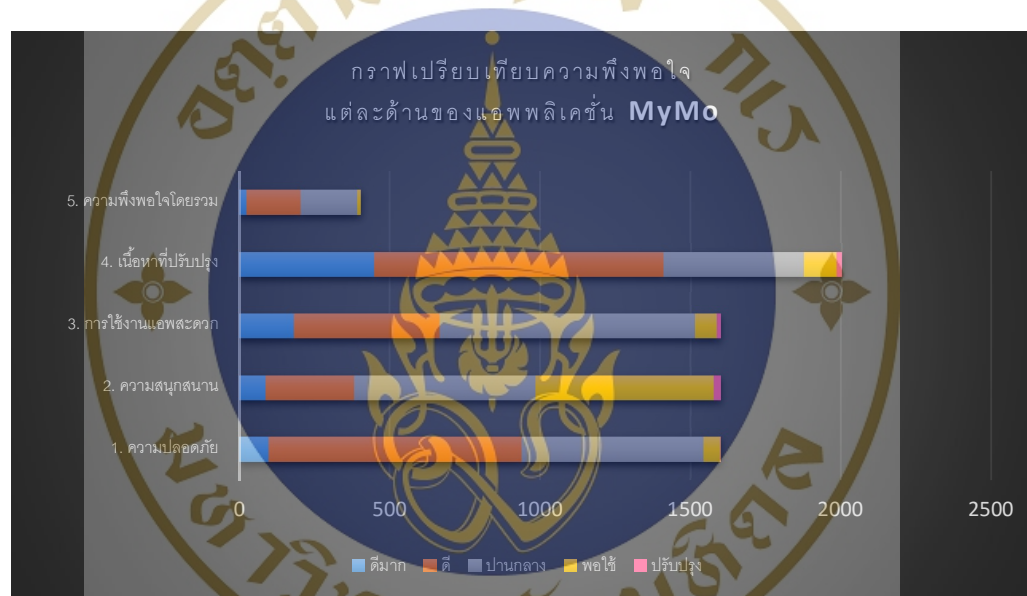


ภาพที่ 4.5 แสดงความพึงพอใจโดยรวมต่อแอปพลิเคชัน Mymo

บทที่ 5

ข้อเสนอแนะงานวิจัย

จากผลการประเมินความพึงพอใจจากประชากรตัวอย่างจำนวน 400 คน ทำให้เห็นปัจจัยของคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจแอปพลิเคชัน MyMo มากน้อยเพียงใด โดยสามารถวิเคราะห์ปัจจัยแต่ละด้านเพียงพอสู่ความต้องการของผู้บริโภคหรือไม่



ภาพที่ 5.1 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจแต่ละด้านของแอปพลิเคชัน MyMo

จากภาพที่ 5.1 ปัจจัยด้านเนื้อหาที่ปรับปรุงอยู่ตลอดเวลาประชากรตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้แอปพลิเคชันในยุคปัจจุบันต้องการความแปลกใหม่ และข้อมูลเทคโนโลยีที่อัปเดตสะดวกต่อการใช้เวลาในชีวิตประจำวัน จากข้อมูลพบว่ายังสามารถพัฒนาปัจจัยด้านนี้ได้อีก อาจจะเป็นการเพิ่มฟังก์ชันในส่วนการซื้อตั๋วรถ เครื่องบิน ออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อตอบสนองความต้องการ All in one รวมอยู่ในแอปพลิเคชันเดียว ปัจจัยในด้านความปลอดภัยก็ได้รับความไว้วางใจเช่นกัน เนื่องจากแอปพลิเคชันด้านการเงินจำเป็นต้องมีประสิทธิภาพสูง และต้องได้รับการดูแลระบบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันการโจรกรรมข้อมูลในทางมิชอบ ในส่วนการเข้าใช้งานแอปพลิเคชันที่สะดวก รวดเร็ว นั้น จากข้อมูลพบว่ายังจำเป็นต้องมีการพัฒนาแอปพลิเคชัน

ให้มี การเข้าใช้งานที่สะดวก และ เข้าถึงผู้บริ โภคมากกว่านี้ และปัญหาในช่วงการทำธุรกรรมที่ หนาแน่นจำเป็นต้องแก้ไขเพื่อให้เกิดการทำงานของแอปพลิเคชันแบบออนไลน์ที่ไม่สะดุด ปัจจัย ด้านความสนุกสนานในการใช้แอปพลิเคชันตาม Lifestyle เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความใหม่และสร้าง ความน่าสนใจให้กับผู้บริ โภคที่น่าสมัย ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาเพิ่มเติมด้านความพึงพอใจจึง น่าจะมุ่งเน้นในการศึกษา Life style ของผู้บริ โภคออนไลน์ และศึกษาการตอบสนองผู้บริ โภคผ่าน ปัจจัยการใช้แอปพลิเคชัน MyMo เพื่อสร้างมิติใหม่ของการใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงิน โดยอาจ ขยายผลการศึกษารทดลองต่อเนื่อง ผ่านทาง User Experience ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับ ความพึงพอใจ ของผู้ใช้ส่วน และส่วน UI จะเกี่ยวข้องกับฟังก์ชันการใช้งานและความสวยงาม ซึ่งความพึงพอใจ นี้เองที่เหล่านักพัฒนา Mobile Application ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษ เพราะมันเป็นตัวที่จะทำให้ ผู้ใช้เกิดการใช้ซ้ำ และบอกต่อ ทำให้อาณาจักรของ App ขยายใหญ่ขึ้นเรื่อยๆ โดย UX อาจครอบคลุม ไปถึงการออกแบบโครงสร้าง การวางเลย์เอาต์ (Layout) ของเนื้อหา (Content) การเนวิเกต (Navigate) รวมไปถึงการปฏิสัมพันธ์ (interact) กับผู้ใช้ หากมีระดับหรือการวัดผลที่สามารถบอกได้ ถึงความสนุกสนานจริง แล้วนำมาใส่ในแอปพลิเคชันน่าจะทำให้ประสบความสำเร็จในการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริ โภคอย่างแท้จริง



บรรณานุกรม

สถาบันการเงินในยุคดิจิทัล. (4 กรกฎาคม 2559). ธนาคารออมสิน. สืบค้นจาก

https://www.gsb.or.th/getattachment/5d2722a9-093d-4d15a9136445ad6b0cc3/HotIssue_%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B2%E0%B8%9A%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%87%E0%B8%99%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%A2%E0%B8%84%E0%B8%94%E0%B8%88%E0%B8%95%E0%B8%AD%E0%B8%A5.aspx

คู่มือการใช้งาน – ธนาคารออมสิน – MyMo. (1 ตุลาคม 2558). ธนาคารออมสิน. สืบค้นจาก

<https://www.gsb.or.th/Mymo.aspx>

ทฤษฎี TAM (Technology acceptance Model). (29 เมษายน 2558). Theory Plaza. สืบค้นจาก

<http://theoryplaza.blogspot.com/2015/04/tam-technology-acceptance-model.html>

ช่องว่างที่ทำให้บริการด้อยคุณภาพ (Model of service quality gaps). (17 มีนาคม 2556). Gap Model.

สืบค้นจาก <http://prasittichaidba4.blogspot.com/2013/03/gap-model.html>

การหาค่าเฉลี่ย, SD, และการแปลความระดับความรู้สึก 5,4,3,2,1. (11 พฤษภาคม 2557). Ksv. สืบค้นจาก

<http://www.ksv.ac.th/tb/cai/excelExam/Pack5.htm>



ภาคผนวก ก

แบบประเมินผล ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ MyMo by GSB							
ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล							
1. เพศ	<input type="checkbox"/>	ชาย	<input type="checkbox"/>	หญิง			
2. อายุ (ปี)	<input type="checkbox"/>	ต่ำกว่า 30 ปี	<input type="checkbox"/>	31-40 ปี			
	<input type="checkbox"/>	41 - 50 ปี	<input type="checkbox"/>	มากกว่า 50 ปี			
3. วุฒิการศึกษา	<input type="checkbox"/>	ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/>	ปริญญาโท			
	<input type="checkbox"/>	ปริญญาเอก	<input type="checkbox"/>	อื่นๆ ระบุ.....			
4. สถานภาพการทำงาน	<input type="checkbox"/>	ข้าราชการ	<input type="checkbox"/>	พนักงานมหาวิทยาลัย			
	<input type="checkbox"/>	ลูกจ้างประจำ/ชั่วคราว	<input type="checkbox"/>	นักเรียน/นักศึกษา			
	<input type="checkbox"/>	เกษตรกร	<input type="checkbox"/>	อื่นๆ ระบุ.....			
ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อโมบายแอปพลิเคชัน							
รายการ			ระดับความพึงพอใจ				
			มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
			5	4	3	2	1
ความปลอดภัยในการใช้บริการทางการเงิน							
1. ลูกค้าได้รับการแจ้งเตือนความเคลื่อนไหวทุกบัญชีผ่านทุกช่องทางของธนาคาร							
2. ใช้งานได้ที่เครื่องเท่านั้น ข้อมูลจะผูกกับเลขรหัสของแอปพลิเคชันที่ติดตั้งบนโทรศัพท์							
3. ไม่มีข้อมูลบัญชีเก็บอยู่ในโทรศัพท์							
4. จับเวลา logout เมื่อไม่มีการใช้งานอัตโนมัติ							
ความสนุกสนานในการใช้แอปพลิเคชันตาม Lifestyle							
5. สามารถเปลี่ยนรายละเอียดที่ต้องการแสดงในหน้าแรก							
6. สามารถเลือกรีมพื้นหลังของแอปพลิเคชันตามใจชอบ							
7. สามารถซื้อสลากออมสินแบบออนไลน์เพื่อลุ้นรางวัล							
8. จัดการรายชื่อในโทรศัพท์ผ่านแอปพลิเคชันได้							
การเข้าใช้งานแอปพลิเคชันที่สะดวก รวดเร็ว							
9. ขั้นตอนการสมัครใช้แอปพลิเคชันไม่ยุ่งยาก							
10. ขั้นตอนการใช้แต่ละเมนูในแอปพลิเคชันไม่ซับซ้อน							
11. สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชม. โดยไม่ขัดข้อง							
12. มีฟังก์ชันที่ครอบคลุมในการทำธุรกรรม							

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
เนื้อหาที่มีการปรับปรุงอยู่ตลอดเวลาเพื่อความคล่องตัว					
13. สามารถกดเงินผ่านตู้ ATM โดยไม่ต้องใช้บัตร ATM					
14. ตรวจสอบรายการการทำธุรกรรมจากตู้ ATM ผ่านมือถือ					
15. สามารถโอนเงินโดยใช้เบอร์โทรศัพท์ใน Contact list					
16. เติมน้ำมันมือถือ หรือ ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านแอปพลิเคชัน					
17. เปลี่ยนวงเงินการโอนรายวันได้					
ความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชัน					
18. โดยรวมแล้วท่านมีความพอใจต่อ MyMo อย่างไร					
ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม					
ด้านความปลอดภัย : ท่านเห็นด้วยหรือไม่ หากมีการส่งรหัส OTP ผ่าน SMS ผ่านโมบายทุกครั้ง ในกรณียื่นการโอนเงิน					
<input type="checkbox"/>	เห็นด้วย	<input type="checkbox"/>	ไม่เห็นด้วย	<input type="checkbox"/>	อื่นๆ โปรดระบุ.....
ด้านความสนุกสนาน : ท่านเห็นด้วยหรือไม่ หากมีการส่งสติ๊กเกอร์ให้กับกลุ่มผู้ใช้ MyMo ผ่านแอปพลิเคชัน เช่น ส่งสติ๊กเกอร์ว่าโอนแล้ว					
<input type="checkbox"/>	เห็นด้วย	<input type="checkbox"/>	ไม่เห็นด้วย	<input type="checkbox"/>	อื่นๆ โปรดระบุ.....
ด้านการใช้งานที่รวดเร็ว : ท่านเห็นด้วยหรือไม่ หากมีเมนู Favorite transfer					
<input type="checkbox"/>	เห็นด้วย	<input type="checkbox"/>	ไม่เห็นด้วย	<input type="checkbox"/>	อื่นๆ โปรดระบุ.....
ด้านเนื้อหา : ท่านเห็นด้วยหรือไม่ หากมีการเพิ่มในส่วนการซื้อตั๋วรถเครื่องบิน					
<input type="checkbox"/>	เห็นด้วย	<input type="checkbox"/>	ไม่เห็นด้วย	<input type="checkbox"/>	อื่นๆ โปรดระบุ.....