

**ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารแห่งหนึ่ง
ในเขตกรุงเทพมหานคร**

**FACTORS AFFECTING CUSTOMER SATISFACTION
OF MOBILE BANKING IN BANGKOK**

นางสาวอังคณา เหมจันทร์

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กับความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการทางการเงินจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google form) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-Test) การทดสอบค่าเอฟ (F-Test) วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์สถิติ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 35 – 44 ปี สถานภาพโสด สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือปวส. ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ และส่วนใหญ่มีรายได้ในช่วง 15,001 – 30,000 บาทต่อเดือน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ทั้ง 5 ด้าน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

คำสำคัญ : แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง, คุณภาพการให้บริการ, ความพึงพอใจในการใช้บริการ

ABSTRACT

The objective of this research is 1) study the relationship between demographic factors with satisfaction in using the Mobile Banking of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC) in Bangkok. 2) Study the relationship between service quality and satisfaction of mobile banking users of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC) in Bangkok.

The sample group used in this research was 400 financial service users from the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC) in Bangkok using an online questionnaire (Google form) as a tool to collect. Information the statistics used in the analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation. The t-Test, f-Test, One-Way analysis of variance, and Multiple Regression analysis. The researcher used the SPSS program for data analysis.

The results of the study found that most of the respondents were single female, age between 35 – 44 years, graduated with a bachelor's degree or equivalent, and working in government/state enterprises with income in the range of 15,001 – 30,000 baht per month.

The hypothesis testing revealed that gender, age, marital status, educational level, occupation and average monthly income. Significantly affect the satisfaction of the users of BAAC A-Mobile service was significantly different at the 0.05 level and all 5 aspects of service quality factors affect the satisfaction of using A-Mobile Apps in Bangkok statistically significant at 0.01

Keywords: Mobile banking application, Service quality, Service satisfaction

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากสภาพแวดล้อม เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้ใช้บริการที่เปลี่ยนแปลงไป ธนาคารจึงต้องพัฒนาช่องทางการให้บริการแก่ลูกค้าในหลายรูปแบบ เช่น ช่องทางสาขาทั่วไป ช่องทางสาขาอิเล็กทรอนิกส์ ช่องทางโทรศัพท์ ช่องทางการธนาคารนอกสถานที่ ช่องทางดิจิทัล เพื่อตอบสนองความต้องการบริการทางการเงินของลูกค้าที่มีความหลากหลายได้ทันเวลา ธนาคารแห่งประเทศไทยจึงได้ปรับปรุงหลักเกณฑ์เกี่ยวกับช่องทางให้บริการของธนาคาร เพื่อให้มีความคล่องตัวในการประกอบธุรกิจและมีความยืดหยุ่นในการให้บริการมากขึ้น โดยยังคงยึดหลักการเดิมที่ต้องบริหารจัดการความเสี่ยงให้สอดคล้องตามกลยุทธ์การประกอบธุรกิจของธนาคารและมีกระบวนการคุ้มครองผู้ใช้บริการอย่างรับผิดชอบและเป็นธรรม (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563)

ในอนาคตหากคนไทยมีการใช้อินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย เพิ่มขึ้น และมีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking เพิ่มขึ้น รวมถึงการปรับตัวของธนาคารที่จะมีการพัฒนานวัตกรรมการเงินอย่างต่อเนื่อง เมื่อนั้นการทำธุรกรรมของประชากรไทยก็จะง่ายดายขึ้น สะดวกสบาย ครอบคลุม และปลอดภัย ก้าวสู่สังคมไร้เงินสดเต็มรูปแบบ เพื่อให้รองรับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking ได้ดียิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร”

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กับความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2

ปัจจัยคุณภาพในการให้บริการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles), ความน่าเชื่อถือ (Reliability), การตอบสนองลูกค้า (Responsive), การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) และการเอาใจใส่ (Empathy) ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยคุณภาพในการให้บริการ (Service Quality) 5 ด้าน และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Mobile Banking ของผู้ใช้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile
2. ขอบเขตด้านประชากร คือ ลูกค้าที่ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน ของธนาคาร ธ.ก.ส. ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา ตั้งแต่เดือนกันยายน 2564 ถึง เดือนธันวาคม 2564

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้อ้างอิงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ เป็นทฤษฎีที่ใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงกระตุ้นจากภายนอก เกิดเป็นความเชื่อที่ว่าคนที่ มีลักษณะที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันด้วย (ชูบล เบญจรงค์กิจ, 2542)

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการ (Service Quality)

ทฤษฎีของพาราสุรามัน ซีแทมล์ และเบอรรี่ (Parasuraman and Zeithaml and Berry, 1990) ได้พัฒนาและสร้างเครื่องมือในการประเมินคุณภาพการบริการเรียกว่า SERVQUAL (Service Quality) ซึ่งสามารถนำไปวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยสรุปมิติการประเมินคุณภาพจาก 10 ด้าน เหลือเพียง 5 ด้าน ดังต่อไปนี้ (Parasuraman and Zeithaml and Berry อ้างถึงใน กาวิณี ทองแย้ม, 2560)

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) คือ การบริการที่น่าเสนอในลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และสามารถสัมผัสได้
2. ความน่าเชื่อถือไว้ใจได้ (Reliability) คือ ความสามารถในการให้บริการนั้นตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสม และมีความสม่ำเสมอใน

ทุกครั้งของการบริการที่จะทำ ให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับมีความน่าเชื่อถือสามารถให้ความไว้วางใจได้

3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) คือ ผู้ให้บริการมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ

4. การให้ความเชื่อมั่นหรือการประกันคุณภาพ (Assurance) คือ ผู้ให้บริการมีทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ การเอาใจใส่มีกิริยา ท่าทางและมารยาทที่ดีในการให้บริการรวมทั้งสามารถทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจและเกิดความมั่นใจในการรับบริการได้

5. ความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) คือ ความสามารถในการดูแลความเอื้ออาทรเอาใจใส่ ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับบริการ

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (อ้างถึงใน ชัชฎาภรณ์ เดชาเสถียร, 2557) ได้กล่าวถึงแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นความรู้สึกที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบประโยชน์ของคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า ระดับของความพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างประโยชน์จากการบริการที่ได้รับกับความคาดหวังของบุคคลอื่นเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของผู้บริโภคต่อการบริการ ซึ่งความรู้สึกนี้สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับตามปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัย เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าจีเนท โมบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี” ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และมีอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้าง ผลการทดสอบสมมติฐาน เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าจีเนท โมบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี พบว่า ปัจจัยด้านเพศ และอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ .05 และปัจจัยด้านระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน (เพ็ญญา จรัสพันธ์, 2557)

กาญจนา ทวีนนท์ และแวมยุรา คำสุข (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย” โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 50-60 ปี เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศสวีเดน มีค่าใช้จ่ายต่อวันในการท่องเที่ยวประเทศไทย ประมาณ 2,000 – 4,000 บาท เคยมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากกว่า 5 ครั้ง และพักในประเทศไทยมากกว่า 90 วัน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงสุดคือ การรู้จักและเข้าใจลูกค้าการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า และความเป็นรูปธรรมของบริการ ตามลำดับที่ระดับนัยสำคัญ .05 และระดับความสัมพันธ์ของปัจจัยสามารถอธิบายความผันแปรของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ ร้อยละ 48.8

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research Approach) ซึ่งมีลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้การศึกษาและรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire Form) เนื่องจากในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคระบาดโควิด-19 จึงไม่สามารถลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามได้ เพื่อความสะดวก และความปลอดภัย จึงทำการรวบรวมโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) เก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการผ่านช่องทางสาขาของธนาคาร ธ.ก.ส. ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกกลุ่มลูกค้าที่เคยทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน A-Mobile จำนวน 400 คน โดยคำนวณจากสูตรของคอเครน (Cochran) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ (Google form) ซึ่งใช้ในการเก็บรวบรวม ข้อมูลโดยสร้างแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน โดยส่วนที่ 1 ใช้แบบ Nominal Scale สำหรับส่วนที่ 2-3 ใช้แบบ Ratio Scale แบ่งออกเป็น 5 ระดับ จากเห็นด้วยน้อยที่สุดไปเห็นด้วยมากที่สุด ตามรูปแบบของ Likert's Scale โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของธนาคารแห่งหนึ่ง ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งมีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือก 1 คำตอบ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการบริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles), ความน่าเชื่อถือ (Reliability), การตอบสนองลูกค้า (Responsive), การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) และการเอาใจใส่ (Empathy)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จากกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน ของธนาคาร ธ.ก.ส. ในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้ศึกษาเก็บแบบสอบถามครบแล้ว จึงรวบรวมแบบสอบถาม และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้ศึกษาตรวจสอบความสมบูรณ์ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก เพื่อคัดเลือกแบบสอบถามที่มีคำตอบสมบูรณ์
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูล ผู้ศึกษานำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ เช่น ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles), ความน่าเชื่อถือ (Reliability), การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness), การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) และการเอาใจใส่ (Empathy) และปัจจัยด้านความพึงพอใจในการบริการ

2. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics)

การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน เป็นการทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variables) โดยการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อมของตัวแปรแฝง (Latent Variables) เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ชัดเจนยิ่งขึ้น สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบ มีดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ โดยทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ t-Test (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541:80) ซึ่ง 2 กลุ่มดังกล่าวเป็นอิสระ กล่าวคือ ไม่มีสมาชิกร่วมกัน มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

2.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) หากพบความแตกต่างระหว่างตัวแปร จะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD

2.3 เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ผลข้อมูลนำมาสรุปผลงานวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 35 – 44 ปี สถานภาพโสด สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือ ปวส. ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ และส่วนใหญ่มีรายได้ในช่วง 15,001 – 30,000 บาท ต่อเดือน

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ พบว่า โดยภาพรวม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพบริการที่ได้รับต่อคุณภาพการให้บริการลูกค้าในด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ ด้านการตอบสนองลูกค้า, ด้านการเอาใจใส่, ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ ตามลำดับ

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมต่อคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ธนาคารมีการรับผิดชอบหากเกิดปัญหาจากระบบของแอปพลิเคชัน ($\bar{X}=4.46$)

ด้านการตอบสนองลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมต่อคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สามารถใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile ได้ทุกสถานที่ ($\bar{X}=4.70$)

ด้านการเอาใจใส่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมต่อคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ พนักงานรู้ความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของลูกค้าในการใช้แอปพลิเคชัน ($\bar{X}=4.23$)

ด้านความน่าเชื่อถือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมต่อคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ แอปพลิเคชันมีระบบป้องกันการขโมยรหัสผ่านที่น่าเชื่อถือ ($\bar{X}=4.51$)

ด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมต่อคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ภาษาที่ใช้ในแอปพลิเคชัน A-Mobile สามารถอ่านแล้วเข้าใจได้ง่าย ($\bar{X}=4.20$)

5.1.3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจโดยภาพรวมในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ท่านพึงพอใจต่อความปลอดภัยในการใช้งานแอปพลิเคชันในการทำธุรกรรมทางการเงิน ($\bar{X}=4.24$) และโดยภาพรวมท่านพึงพอใจต่อระบบแอปพลิเคชันในการทำธุรกรรมทางการเงิน ($\bar{X}=4.24$)

อภิปรายผล

จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Mobile banking (กรณีศึกษา ธ.ก.ส. A-Mobile)

จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 พบว่า ปัจจัยคุณภาพในการให้บริการ ทั้ง 5 ด้านที่นำมาใช้เป็นเกณฑ์นั้นล้วนมีผลต่อระดับความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 92.10 โดยพบว่าปัจจัยปัจจัยคุณภาพในการให้บริการ ทั้ง 5 ด้าน มี

ผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ได้ดีที่สุด คือ ด้านการเอาใจใส่ รองลงมา คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ธนาคารสามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในองค์กร และการพัฒนาระบบแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Disruption) โดยการศึกษาวิจัยนี้ มุ่งเน้นที่ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และด้านคุณภาพบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile แสดงให้เห็นว่า ธนาคารควรให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า การก้าวหน้าของเทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ และมุ่งเน้นการบริการที่ช่วยตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีพนักงานคอยให้คำปรึกษา แนะนำวิธีการใช้งานแอปพลิเคชัน มีช่องทางที่สะท้อนเสียงของลูกค้ากลับไปยังองค์กร เพื่อที่จะได้นำความเห็นของลูกค้าไปประกอบการพิจารณาในการปรับปรุงระบบต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ควรมีการทำวิจัยอย่างต่อเนื่อง สม่าเสมอ โดยใช้ปัจจัยในการวิจัยเรื่องอื่นๆ เพื่อหาผลลัพธ์ที่แตกต่าง เพราะเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า ธนาคารจะได้มีข้อมูลในการวิเคราะห์ เพื่อปรับปรุงพัฒนาการบริการและระบบแอปพลิเคชันให้ดียิ่งขึ้น
2. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ควรศึกษาวิจัยเปรียบเทียบแอปพลิเคชันของธนาคาร กับธนาคารพาณิชย์อื่น เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลต่างๆ มาสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
3. การศึกษาวิจัยนี้ เป็นการศึกษาลูกค้าที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเพียงจังหวัดเดียว จึงควรทำการศึกษาวิจัยข้อมูลแต่ละสาขาของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดอื่นๆ ด้วย เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา ทวินันท์ และ แววมยุรา คำสุข. (2558). **คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย.** รัชฎาภรณ์ เดชาเสถียร. (2558). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ KTB Netbank ในเขตกรุงเทพมหานคร.**
- ชัชวาล อรวงศ์สุภพัต. (2554). **คุณภาพการให้บริการ : มุมมองในเชิงวิชาการ.** สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2564. จาก <https://shorturl.asia/vH0gU>
- เพ็ญภา จรัสพันธ์. (2557). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าจีเนท โมบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี.** งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ภาวณิ ทองแถม. (2560). **ความสำคัญของคุณภาพการบริการต่อความสำเร็จของธุรกิจ.** ใน วารสารเกษมบัณฑิต ปีที่ 18.
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2564). **ข้อกำหนดและเงื่อนไขการให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile.** สืบค้น เมื่อวันที่ 9 กันยายน 2564. จาก <https://is.gd/VNKDUUn>
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2563). **ธ.ก.ส. A-Mobile.** สืบค้นเมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2564. จาก <https://cutt.ly/2U7fBMk>
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, **ประวัติการก่อตั้ง.** สืบค้นเมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2564. จาก <https://shorturl.asia/LSt8G>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). **Virtual bank ... ก้าวต่อไปของระบบการเงินไทย.** สืบค้นเมื่อวันที่ 9 กันยายน 2564. จาก <https://shorturl.asia/uq5jN>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). **ธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile banking และ Internet banking.** สืบค้นเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2564. จาก <https://shorturl.asia/An6io>
- รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). **คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ โรงพยาบาล เปาโลรังสิต.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สุปรียา หิรัญ. (2558). **คุณภาพการให้บริการของฝ่ายตรวจสอบสภาพรถ สำนักงานขนส่งกรุงเทพมหานครพื้นที่ 3.** งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Techfeedthai. (2018). **“รีวิว “ธ.ก.ส. A-MOBILE” แอป M-BANKING เช็คยอดโอนเงินผ่านมือถือของ ธ.ก.ส.”.** สืบค้นเมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2564. จาก <https://1th.me/1Sxzg>