

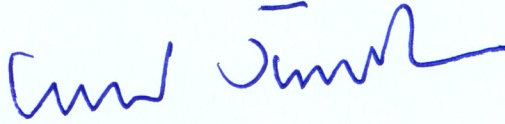
คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายเบงกิ้ง  
(MyMo) ของธนาคารออมสิน

ไพฑิณี ลิ้มวัฒนกุล

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
คณะกรรมการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา  
มิถุนายน 2563  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

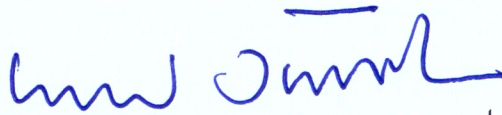
คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ได้พิจารณา  
งานนิพนธ์ของ ไพธิน ลีมวัฒนกุล ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์

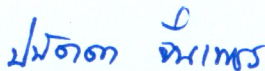


.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรรัตน์ วิริยะสีบพงศ์)

คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์



.....ประธาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรรัตน์ วิริยะสีบพงศ์)



.....กรรมการ  
(ดร.ปนัดดา จันเพชร)



.....กรรมการ  
(ดร.ธีระชินภัทร รามเดชะ)

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยวอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยบูรพา



..... คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรณี พิมาพันธุ์ศรี)

วันที่ ๒๖ เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2563

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยชิ้นนี้อิสรณ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรรัตน์ วิริยะสีบพงศ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤมล ชูชินปการ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ซึ่งได้กรุณาให้คำปรึกษา และชี้แนะแนวทางในการศึกษาค้นคว้ามาโดยตลอด เป็นอย่างดี ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ และให้ความเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัย กราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะกรรมการและ การท่องเที่ยวทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้แก่ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาการศึกษาที่ผ่านมา ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบ รวมทั้ง ให้คำแนะนำและชี้แนะเพื่อแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยให้มีคุณภาพ และคณะกรรมการสอบ ปากเปล่าที่ได้ให้ความกรุณาเสนอแนะและข้อปรับปรุงแก้ไขงานนิพนธ์ฉบับนี้ให้ถูกต้องและ สมบูรณ์ นอกจากนี้ ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าใน การตอบคำถามและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ในครั้งนี้ ทำให้งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาท ความรู้ ขอกราบ ขอบพระคุณ ร้อยตำรวจเอก คำรงค์-นางทองคำ ถิ่นวัฒนกุล และครอบครัว ที่ให้การสนับสนุน และส่งเสริมการศึกษาเป็นอย่างดีรวมถึงการให้กำลังใจมาตลอดระหว่างการศึกษา ทำให้ผู้วิจัย มีความอดทน และมานะพยายาม จนกระทั่งงานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

คุณประโยชน์ของงานนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูคุณเวทิตาแต่บุพการี บุรพจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านทั้งในอดีตและปัจจุบัน ที่ทำให้ข้าพเจ้าประสบความสำเร็จ มาจนถึงทุกวันนี้

ไพลิน ถิ่นวัฒนกุล

58920095: บธ.ม.

คำสำคัญ: คุณภาพ/ ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์/ ความพึงพอใจ/ ผู้ใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง/ MyMo  
ไพลิน ลิ้มวัฒนกุล: คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน (THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY ON USERS SATISFACTION OF MOBILE BANKING (MYMO) OF THE GOVERNMENT SAVING BANK). อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์: เพชรรัตน์ วิริยะสีบพงศ์, Ph.D., 94 หน้า. ปี พ.ศ. 2563

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน 2. ศึกษาคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของโบบายแบงกิ้ง (MyMo) ใน 6 ด้าน ซึ่งได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ความง่ายต่อการใช้งาน และประสิทธิภาพในการใช้งานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน จากกลุ่มผู้ให้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 36-45 ปี ประกอบอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท ผู้ใช้บริการรู้จักบริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) จากการที่พนักงานแนะนำ โดยการใช้บริการส่วนใหญ่เป็นการโอนเงิน มากเป็นลำดับแรก ความถี่ในการใช้บริการ 1-5 ครั้ง และจำนวนเงินที่ใช้โดยเฉลี่ยในแต่ละครั้ง 10,001-20,000 บาท ผลการศึกษาค้นคว้าการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสินมี 4 ด้าน ซึ่งได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความสะดวกสบาย และความง่ายต่อการใช้งาน โดยมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน โดยพบว่าคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพล มากที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือ รองลงมาได้แก่ด้านความสะดวกสบาย ด้านการตอบสนอง และด้านความง่ายต่อการใช้งาน ตามลำดับ ส่วนด้านความปลอดภัยและประสิทธิภาพการทำงานของแอปพลิเคชัน ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน

58920095: M.B.A.

KEYWORDS: E-SERVICE/ QUALITY/ RELIABILITY/ SATISFACTION/ GOVERNMENT  
SAVING BANK USED MOBILE BANKING/ MYMO

PHAILIN LIMWATTANAKUL: THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY ON  
USERS SATISFACTION OF MOBILE BANKING (MYMO) OF THE GOVERNMENT  
SAVING BANK. ADVISORY COMMITTEE: PHETCHALAS WIRIYASUEBPHONG, Ph.D.,  
94 P. 2020.

This research aims to 1. examine the satisfaction levels of Government Savings Bank mobile banking (MyMo) users, and 2. investigate the e-service quality of the mobile banking (MyMo) affected on the satisfaction of the Government Savings Bank service users in 6 aspects, namely reliability, responsiveness, security, convenience, easiness to operate, and efficiency. The study was conducted with 385 mobile banking (MyMo) users using a questionnaire as an instrument for data collection. Data was analyzed using percentage, average, standard deviation and multiple regression analysis.

It was found that most of the respondents were female, aged between 36-45 years, working as government officials and state enterprise employees, with higher than a bachelor's degree, and average monthly salary of 30,001-50,000 baht; the users learned about mobile banking (MyMo) from the bank staff; most of the services used were money transfer; the frequency of service use was around 1-5 times; the average amount for each transaction was 10,001-20,000 baht. Regarding the effects of e-service quality on the satisfaction of Government Savings Bank mobile banking (MyMo) users, there were four aspects of e-service quality, namely reliability, responsiveness, convenience, and easiness to operate, which had positive relationships with user satisfaction. The most influential e-service quality was reliability, followed by convenience, responsiveness, and easiness to operate, respectively. Meanwhile, security and efficiency of the application did not affect the satisfaction of the Government Savings Bank mobile banking (MyMo) users.

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ช
สารบัญภาพ .....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ขอบเขตการศึกษา .....	3
สมมติฐานการวิจัย .....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
นิยามศัพท์.....	4
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	6
แนวคิดเกี่ยวกับ โบบายแบงกิ้ง (Mobile banking).....	6
ข้อมูลธนาคารออมสิน .....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับคามพึงพอใจ .....	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service quality) .....	14
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	26
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	31
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	33
การออกแบบการวิจัย .....	33
ประชากรและขนาดตัวอย่าง .....	34
วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง .....	34
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	34
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ .....	36

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	37
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	37
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล .....	38
การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ .....	38
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	41
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	41
ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการโมบายแบงกิ้ง (MyMo) .....	44
ข้อมูลเกี่ยวกับผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการ โมบายแบงกิ้ง (MyMo) .....	46
ข้อมูลเกี่ยวกับผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง (MyMo).....	55
การวิเคราะห์สมมติฐาน .....	56
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน .....	59
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	60
สรุปผลการวิจัย.....	60
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน .....	61
อภิปรายผลการวิจัย .....	62
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย.....	66
ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป .....	67
บรรณานุกรม .....	69
ภาคผนวก .....	75
ภาคผนวก ก.....	76
ภาคผนวก ข.....	83
ภาคผนวก ค.....	85
ประวัติย่อของผู้วิจัย .....	94

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
2-1	สรุปมิติในการวัดคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ .....	20
4-1	จำนวน และร้อยละของเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	41
4-2	จำนวน และร้อยละของอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	42
4-3	จำนวน และร้อยละของระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	42
4-4	จำนวน และร้อยละของอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	43
4-5	จำนวน และร้อยละของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	43
4-6	จำนวน และร้อยละของแหล่งข้อมูลการให้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน .....	44
4-7	จำนวน และร้อยละของบริการ MyMo ที่ท่านใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	44
4-8	จำนวน และร้อยละของจำนวนครั้งในการใช้งานแต่ละเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม ..	45
4-9	จำนวน และร้อยละของจำนวนเงิน โดยเฉลี่ยในการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	46
4-10	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็น คุณภาพการบริการ อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง (MyMo) ของ ธนาคารออมสิน โดยรวมและรายด้าน .....	47
4-11	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็น คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ .....	47
4-12	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็น คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนอง .....	49
4-13	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็น คุณภาพการบริการ ด้านความปลอดภัย .....	50
4-14	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็น คุณภาพการบริการ ด้านความสะดวกสบาย .....	52
4-15	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็น คุณภาพการบริการ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน .....	53
4-16	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็น คุณภาพการบริการ ด้านประสิทธิภาพ .....	54



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-17 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นของความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน .....	55
4-18 สรุปตัวแบบการถอดอรรถประโยชน์ ในการกำหนด ความพึงพอใจ .....	56
4-19 ค่าสัมประสิทธิ์การถอดอรรถประโยชน์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน .....	58
4-20 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน .....	59
ก-1 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน .....	68
ก-2 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน .....	72
ข-1 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความ พึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน .....	74
ข-2 ค่าความเชื่อมั่นความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) .....	74

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2-1 บริการแบบ One Stop Service.....	8
2-2 แอปพลิเคชัน MyMo.....	9
2-3 การรับรู้ของความพึงพอใจในการใช้บริการ.....	13
2-4 ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการที่ได้รับตามเกณฑ์ 10 ด้าน.....	17
2-5 กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	32

# บทที่ 1

## บทนำ

### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันถือเป็นยุคแห่งการก้าวล้ำของเทคโนโลยีที่มีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับใช้กับการดำเนินการด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้กับการทำธุรกรรมทางการเงิน เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคสมัยใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไป นำมาสู่การทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบ Digital ที่ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ Smartphone ได้ หรือที่เรียกว่า ดิจิทัลแบงก์กิ้ง หรือโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile banking) ซึ่งมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว และเข้ามาแทนที่การทำธุรกรรมผ่านสาขาของธนาคาร เนื่องจากธุรกรรมในสาขาส่วนใหญ่ 70% เป็นธุรกรรมฝาก ถอน โอนเงิน และชำระเงิน ซึ่งปัจจุบันธุรกรรมดังกล่าวสามารถทำผ่านดิจิทัลแบงก์กิ้ง (Digital Banking) ได้โดยไม่ต้องไปที่สาขาของธนาคาร (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจ และเศรษฐกิจฐานราก, 2560)

Mobile Banking เป็นบริการของธนาคารที่ให้ลูกค้าทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ Smartphone ซึ่งเราเรียกง่าย ๆ ว่า ธนาคารบนมือถือ (DIGITAL VENTURES, 2017) เป็นการยกระดับการบริการให้มีความสะดวกสบายยิ่งขึ้น โดยแอปพลิเคชันบนมือถือของแต่ละสถาบันการเงินก็จะมีลักษณะพิเศษเพิ่มเติมแตกต่างกันไปนอกเหนือจากการทำธุรกรรมทางการเงินทั่วไป เช่น บริการ โอนเงิน ไปยังบัญชีต่างประเทศ บริการซื้อสลากดิจิทัล การถอนเงินสด โดยใช้ QR Code เป็นต้น และในปัจจุบัน ความนิยมในการทำธุรกรรมออนไลน์ของประเทศไทยมีอัตราเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ จากผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้ที่อาศัยอยู่ใน กทม. พบว่า ส่วนใหญ่เคยทำธุรกรรมออนไลน์ และส่วนใหญ่ทำผ่าน Mobile Banking (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2559) ด้วยเหตุนี้เอง สถาบันการเงินส่วนใหญ่ จึงหันตัวต่อเทคโนโลยีและใส่ใจในการพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีความพิเศษขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน (วรรณพร หวลมานพ, 2558)

สำหรับการบริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking นั้น มีประโยชน์ทั้งต่อธนาคารและลูกค้าของธนาคาร โดยประโยชน์ของ Mobile Banking ต่อธนาคารนั้น พบว่า Mobile Banking ไม่ได้ทำให้สาขาของธนาคารหายไป แต่มีการปรับรูปแบบจากเดิมที่เน้นการให้บริการฝาก ถอน โอนเงิน และชำระค่าสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นงานปฏิบัติการที่พนักงานต้องปฏิบัติเป็นประจำทุกวัน เปลี่ยนเป็นที่ปรึกษาทางการเงินให้กับลูกค้ามากขึ้น (ทวีพงศ์ คู่สวัสดิ์, 2559) โดยการเป็นที่

ปรึกษาทางการเงินให้กับลูกค้าก่อให้เกิดคุณค่า (Value) กับธนาคารได้สูงกว่า เนื่องจากธนาคารสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้กับลูกค้าได้อย่างครบวงจร ไม่ว่าจะเป็นเงินฝาก สินเชื่อ บัตรเครดิต กองทุน และประกัน เป็นต้น ซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้ดอกเบี้ยรับและค่าธรรมเนียมให้กับธนาคารได้ สำหรับประโยชน์ของ Mobile Banking ต่อลูกค้าของธนาคารนั้น พบว่า Mobile Banking เป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้กับลูกค้าในการทำธุรกรรมทางการเงินที่สามารถช่วยลดระยะเวลาในการรอคิวที่สาขาและระยะเวลาในการเดินทาง อีกทั้งยังเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางของลูกค้าในการทำธุรกรรมทางการเงินที่สาขาหรือเครื่องอัตโนมัติ (ATM) นอกจากนี้ด้วยความที่เป็น Mobile Banking ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถพกพาโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้สะดวก และสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่และทุกเวลา (ชญญาพัทธ์ จงทวี, 2558)

ธนาคารออมสิน ได้มีการเปิดตัวบริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง “MyMo” (My Money My Mobile) เมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม พ.ศ. 2558 โดย MyMo เป็นระบบ Mobile Banking ของธนาคารออมสินที่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านมือถือ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่ต้องเดินทางไปธนาคาร ไม่ต้องรอนาน การทำธุรกรรมผ่านมือถือได้นั้นต้องมี Wifi หรือ 3G 4G โดยแอปพลิเคชัน MyMo เน้นการออกแบบมาให้ใช้งานได้ง่ายพร้อมทั้งฟังก์ชันที่ครอบคลุมการทำธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลายระบบมีความปลอดภัยและมีประสิทธิภาพสูง และนอกจากนี้ธนาคารออมสินยังสร้างสรรค์บริการทางการเงินที่ครบวงจรเพื่อตอบสนองและทันต่อความต้องการผู้ใช้บริการ เพื่อเชื่อมต่อกับนวัตกรรมสู่การเป็น Digi-Thai Banking ด้วยการขยายช่องทางบริการให้บริการใหม่ ๆ ภายใต้แนวคิด “DIGITHAI LIFE SOLUTION by GSB” โดยได้พัฒนา “GSB PAY” โดยธนาคารออมสินเป็นธนาคารรายแรกในประเทศไทยที่พัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อรองรับการใช้ QR Code มาตรฐานเพื่อการชำระค่าสินค้าและบริการในประเทศไทย แอปพลิเคชันที่รวมบัตรเครดิต/เดบิตไว้ทุกธนาคารเป็นการต่อยอดการใช้ชีวิตยุคไทยแลนด์ 4.0 หรือแม้แต่กระทั่ง GSB PromptPay ที่สนับสนุนนโยบายของรัฐบาลตามยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ หรือ National e-Payment โดยการเปิดบริการโอนเงินพร้อมเพย์ในช่องทางบริการทางการเงินที่ทันสมัยของธนาคาร ได้แก่ บริการ MyMo และการบริการ MyMo My Card ที่ธนาคารออมสินมีการพัฒนาบริการ MyMo เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และทิศทางของธนาคารที่มุ่งการเป็น GSB New Century: Digi-Thai Banking “Digital for All Thais” ผ่านบริการ MyMo My Card ที่สามารถถอนเงินสดได้ที่ตู้ ATM ตู้ ADM ของธนาคารออมสินโดยไม่ต้องใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ ด้วยบริการที่เหนือกว่าสะดวกกว่า รวดเร็ว และพ้นจากภัยไซเบอร์ (GSB MAGAZINE, 2018) โดยการให้บริการของ MyMo ได้แก่ การเช็คยอดเงิน การโอนเงิน จ่ายบิล เติมเงิน จ่ายค่ามัดจำสินเชื่อ โดยเป็นการเปิดประสบการณ์ใหม่ของของทำ

ธุรกรรมทางการเงินที่ช่วยอำนวยความสะดวก เปรียบเสมือนให้ธนาคารอยู่กับคุณในทุกที่  
จากการพัฒนา Mobile Banking อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการคิดค้นนวัตกรรมทางการเงินที่  
แปลกใหม่ ทันสมัย เพื่อตอบสนองกับไลฟ์สไตล์ของลูกค้าในยุค Digital จึงเป็นที่มาของการศึกษา  
คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Mobile Banking  
(MyMo By GSB) ของธนาคารออมสินในปัจจุบัน โดยใช้แนวคิดของ Parasuraman and others  
(2005) และ Sagib and Zapan (2014) เพื่อให้ทราบถึงคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ ที่ส่งผล  
ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และยังเป็นแนวทางในการที่จะปรับปรุง พัฒนา แอปพลิเคชัน  
ให้ตรงกับความต้องการและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคาร  
ออมสิน
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งประกอบด้วย
  1. ความน่าเชื่อถือ 2. การตอบสนอง 3. ความปลอดภัย 4. ความสะดวกสบาย 5. ความง่ายต่อ  
การใช้งาน และ 6. ประสิทธิภาพของระบบที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง  
(MyMo) ธนาคารออมสิน

### ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษา คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อ  
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน โดยประยุกต์ใช้แนวคิด  
เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของ Parasuraman and others (2005) และ Sagib and Zapan (2014)  
การวิจัยนี้มีขอบเขตของการวิจัยดังต่อไปนี้

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง (MyMo) ของ  
ธนาคารออมสินเขตชลบุรี 2 และธนาคารออมสินเขตชลบุรี 4 ประกอบไปด้วยธนาคารออมสิน  
สาขานนทบุรี สาขาสุโขวิท-สัตหีบ สาขาบ่อวิน และสาขาเซ็นทรัลพญาภิษ ระยะเวลาในเก็บ  
ข้อมูลจำนวน 2 เดือน ตั้งแต่วันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2562 ถึงวันที่ 24 สิงหาคม พ.ศ. 2562

## สมมติฐานการวิจัย

H1 : ความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน

H2 : การตอบสนองมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน

H3 : ความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน

H4 : ความสะดวกสบายมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน

H5 : ความง่ายต่อการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน

H6 : ประสิทธิภาพในการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน
2. ทำให้ทราบอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน
3. ธนาคารออมสินสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของการให้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง (MyMo) ให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้นและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของธนาคารออมสินต่อไป
4. เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของ โฆษณาเบงกิ้ง (MyMo) ต่อไปในอนาคต

## นิยามศัพท์

Mobile Banking คือ การบริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้บริการสามารถทำธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเองผ่านโทรศัพท์มือถือ (ธนวรรณ สำนักานกลาง, 2559)

MyMo คือ ระบบ Mobile Banking สำหรับธนาคารออมสิน ที่ให้บริการลูกค้าทำธุรกรรมทางการเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผ่าน Wifi หรือ 3G ซึ่งถูกออกแบบมาให้ใช้งานง่ายและมีฟังก์ชันครอบคลุมการทำธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลาย อาทิเช่น โอนเงินภายในบัญชีธนาคารออมสิน เช็กระยะยอดเงินและรายการเคลื่อนไหว ชำระค่าวงวดเงินเชื่อ ซื้อสลากดิจิทัล บริการพร้อมเพย์ ชำระค่าสินค้าและบริการ บริการถอนเงินสด MyMo My Card ด้วยระบบความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ (www.gsb.or.th)

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การให้บริการที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้การบริการที่เกิดขึ้นจริง หากผู้ใช้บริการได้รับการบริการที่ตรงกับความคาดหวังจะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจและอยากจะกลับมาใช้บริการอีก (Parasuraman et al., 1988, 2005; Sagib & Zapan, 2014) ประกอบด้วย

1. ความน่าเชื่อถือ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการ ได้อย่างถูกต้องในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันที่มีความน่าเชื่อถือ มีความต่อเนื่องและสม่ำเสมอทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกเป็นที่พึงได้ (Parasuraman et al., 1988, 2005; Sagib & Zapan, 2014)
  2. การตอบสนอง หมายถึง ความพร้อมในการให้บริการของแอปพลิเคชัน ที่สามารถตอบสนองความต้องการและการใช้งาน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและทันที (Parasuraman et al., 1988; Sagib & Zapan, 2014)
  3. ความปลอดภัย หมายถึง ระดับของความปลอดภัยและการปกป้องข้อมูลของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ เพื่อความปลอดภัยในการเข้าระบบ ความเป็นส่วนตัวไม่ถูกขโมย (Sagib & Zapan, 2014)
  4. ความสะดวกสบาย หมายถึง ความสามารถในการใช้บริการแอปพลิเคชัน ที่มีความสะดวก สบาย ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย (Sagib & Zapan, 2014)
  5. ความง่ายต่อการใช้งาน หมายถึง การใช้งานของแอปพลิเคชัน ในการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ที่สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องอาศัยความพยายามมากนัก ไม่ซับซ้อน ไม่ยุ่งยาก มีความเข้าใจได้ (Sagib & Zapan, 2014)
  6. ประสิทธิภาพในการใช้งาน หมายถึง สมรรถนะของแอปพลิเคชัน ระบบมีเสถียรภาพ ไม่ล่มสามารถใช้งานได้ตลอดเวลา ความเร็วในการแสดงผลข้อมูลของการทำธุรกรรมบนแอปพลิเคชัน ความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล (Parasuraman et al., 2005; Sagib & Zapan, 2014)
- ความพึงพอใจ หมายถึง ผลที่ได้จากการที่เข้าไปมีส่วนร่วมในการใช้บริการ โดยทัศนคติด้านบวกจะแสดงถึงความพอใจในสิ่งนั้น ๆ และทัศนคติด้านลบจะแสดงถึงความไม่พอใจ ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบผลลัพธ์ระหว่างประสบการณ์จากการใช้บริการและความคาดหวังของลูกค้า (Vroom, 1964; Kotler, 1997; Grigoroudis, 2009)

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาคูณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
โมบาย แบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับโมบายแบงกิ้ง (Mobile banking)
2. แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ (Satisfaction)
3. แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service quality)
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. กรอบแนวคิดการวิจัย

#### แนวคิดเกี่ยวกับโมบายแบงกิ้ง (Mobile banking)

ความหมายของโมบายแบงกิ้ง

โมบายแบงกิ้ง หมายถึง การบริการของธนาคารผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ใช้บริการสามารถทำธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเองผ่านโทรศัพท์มือถือ (ชนวรรณ สำนักกลาง, 2559) โมบายแบงกิ้งเป็นบริการอย่างหนึ่งของโมบายคอมเมอร์ซ (M-Commerce) และ ธนาคารออนไลน์ (E-Banking) โดย M-Commerce หรือ Mobile Commerce เป็นการดำเนินธุรกรรมทางธุรกิจ ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่เช่น โทรศัพท์มือถือ ([www.wynnssoft-solution.com](http://www.wynnssoft-solution.com)) และ E-Banking หรือ Electronic Banking หมายถึง การทำธุรกรรมต่าง ๆ กับ ธนาคาร โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น การฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน หรือ สอบถามยอดเงิน เป็นต้น ซึ่งผู้ใช้บริการต้องลงทะเบียนกับทางธนาคารเพื่อขอใช้บริการทางการเงิน (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์) ในปัจจุบันโมบายแบงกิ้งเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย เพราะการทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือสามารถดำเนินการได้อย่างสะดวกสบาย รวดเร็วและสามารถเข้าถึงการบริการของธนาคารได้อย่างง่าย เช่น การโอนเงิน การตรวจสอบยอดเงิน การชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยที่ลูกค้าไม่ต้องไปทำธุรกรรมที่สาขาของธนาคารโดยตรง (Kreyer, Pousttchi & Turowski, 2002) ซึ่งในปัจจุบันพบว่า มีผู้ใช้งาน โมบายแบงกิ้งทั่วโลกมากกว่า 8 พันล้านคน และคาดว่าในปี ค.ศ. 2019 จะเพิ่มขึ้นเป็น 1.8 หมื่นล้านคน (Klynveld, 2015)



ในปัจจุบัน โทรศัพท์เคลื่อนที่กลายเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตประจำวัน และ ยังเข้าถึงบริการทางการเงินได้ง่ายยิ่งขึ้นโดยการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ประกอบไปด้วย

1. การใช้บริการของธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่เรียกว่า Mobile banking หรือ M-banking โดยมีการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการทำธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลาย ซึ่งได้แก่ การตรวจสอบยอดเงินในบัญชี การโอนเงิน การชำระค่าบริการต่าง ๆ เดิมเงิน เป็นต้น
2. การชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือที่เรียกว่า Mobile payment หรือ M-payment สามารถทำรายการชำระเงินได้หลากหลาย เช่น ชำระค่าสินค้าและบริการ ชำระใบแจ้งหนี้ เดิมเงิน โทรศัพท์

ผู้ให้บริการ M-banking ได้ให้บริการผ่านแอปพลิเคชัน หรือที่เรียกว่า Mobile Application ซึ่งมีการกำหนดฟังก์ชันของการใช้งานและยังมีการจัดหมวดหมู่และประเภทธุรกรรม เพื่ออำนวยความสะดวกและการบริการที่รวดเร็วให้แก่ลูกค้าในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่ ทุกเวลาตลอด 24 ชั่วโมง

#### ความหมายของ Mobile Application

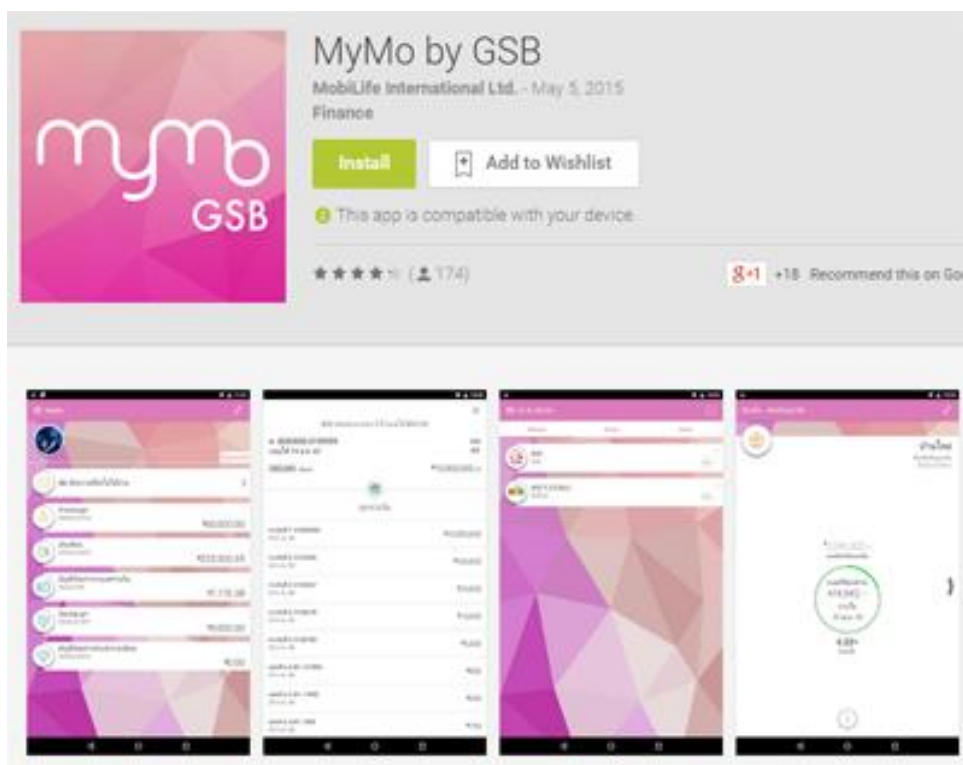
Mobile Application เกิดจากการรวมคำ 2 คำ ระหว่างคำว่า Mobile หมายถึง อุปกรณ์สื่อสารที่ใช้สำหรับพกพาและสามารถทำงานได้เหมือนเครื่องคอมพิวเตอร์ทั่วไป กับคำว่า Application หมายถึง ซอฟต์แวร์ที่ใช้เพื่อช่วยสำหรับการทำงาน ดังนั้น คำว่า Mobile Application จึงหมายถึง แอปพลิเคชันที่ช่วยในการทำงานของผู้ใช้บนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพา (สุชาดา พลาชัยกริมย์ศิล, 2553) ปัจจุบันการใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และได้มีการพัฒนาแอปพลิเคชัน เพื่อให้การรับ-ส่งข้อมูลที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ (สิริสุดา รอดทอง, 2557)

จากการที่เทคโนโลยีได้มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทำให้ธนาคารต่าง ๆ ได้มีการคิดค้นพัฒนาโปรแกรมประยุกต์ที่ใช้กับอุปกรณ์สื่อสารที่เรียกว่า โมบายเบงกิ้งซึ่งในปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมอย่างมาก โดยแอปพลิเคชันโมบายเบงกิ้งให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการจากการซึ่งสามารถใช้บริการได้ทุกสถานที่ทุกเวลาตลอด 24 ชั่วโมง

#### แอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน

MyMo Mobile Banking ของธนาคารออมสิน เป็นแอปพลิเคชันที่เป็นอีกหนึ่งทางเลือกของผู้ใช้บริการที่จะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน เพื่อความสะดวกสบาย มีความทันสมัย และปลอดภัย ที่ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถทำธุรกรรมทางการเงิน ได้ทุกที่ ทุกเวลา

การให้บริการของ MyMo สามารถ เช็ค จ่าย โอน แั่งง ใด้อย่างง่ายภายในแอปพลิเคชันเดียว เรียกว่าเป็นการบริการแบบ One Stop Service ดังภาพที่ 2-1



ภาพที่ 2-1 บริการแบบ One Stop Service

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

ในปีแรก ๆ ที่มีการใช้แอปพลิเคชัน MyMo บนสมาร์ตโฟน การให้บริการอาจจะยังไม่ครอบคลุม แต่ด้วยเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วและกระแสการใช้บริการทางการเงินบนสมาร์ตโฟนได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี จึงถือเป็นความสำเร็จและการเติบโตของ MyMo และมีแนวโน้มที่จะมีการให้บริการต่าง ๆ ที่เพิ่มขึ้น ในแอปพลิเคชัน MyMo ต่อไปในอนาคต

ในปัจจุบันแอปพลิเคชัน MyMo ผู้ใช้บริการสามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันได้ทั้งระบบ IOS และ ระบบ Android ดังภาพที่ 2-2



ภาพที่ 2-2 แอปพลิเคชัน MyMo

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

### ข้อมูลธนาคารออมสิน

ธนาคารออมสิน ถือกำเนิดโดยพระราชประสงค์ของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 6 ที่ทรงตระหนักถึงความสำคัญของการเก็บรักษาทรัพย์ให้ปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย โดยทรงตราพระราชบัญญัติจัดตั้งคลังออมสินขึ้น เมื่อวันที่ 1 เมษายน พุทธศักราช 2456 ด้วยพระราชปณิธานที่จะให้คลังออมสินเป็นที่เก็บรักษาทรัพย์สินอย่างปลอดภัย และฝึกฝนให้ราษฎรรู้จักเก็บออมทรัพย์อย่างถูกวิธี ซึ่งคลังออมสินได้ยื่นหยัดในการทำหน้าที่นี้ตลอดมา โดยได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระมหากษัตริย์แห่งราชวงศ์จักรีทุกพระองค์ และอีกหนึ่งหน้าประวัติศาสตร์ ที่จารึกไว้ นั่นคือใน พ.ศ. 2489 พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรมหาอานันทมหิดล อุดยเดช ได้ทรงโปรดเกล้าฯ ให้ยกฐานะคลังออมสินขึ้นเป็นธนาคารออมสิน โดยทรงตราพระราชบัญญัติธนาคารออมสินขึ้น เพื่อรองรับกับความก้าวหน้าของกิจการคลังออมสิน และเปิดดำเนินการในรูปแบบธนาคารตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2490

วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำในการส่งเสริมการออม เสริมสร้างความสุขและความมั่นคงของประชาชน เพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

พันธกิจ

- ส่งเสริมการออมและสร้างวินัยทางการเงิน

- สนับสนุนการลงทุนและการพัฒนาประเทศ
- ส่งเสริมและยกระดับเศรษฐกิจฐานราก และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
- เป็นธนาคารเพื่อสังคม และคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม
- ให้บริการทางการเงินครบวงจรที่ล้ำสมัย ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและเหนือความคาดหวังภายใต้ความเสี่ยงที่ยอมรับได้
- บริหารจัดการแบบมืออาชีพและมีธรรมาภิบาล  
ค่านิยม
- เติบโตเสริมสร้างคุณค่าสังคมไทย (Giving for the greater good)
- คิดใหม่ก้าวไกลใฝ่สร้างสรรค์ (Seeking the next possibilities)
- มุ่งมั่นสานต่อเหนือขีดจำกัด (Brave beyond the boundary)

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

โดยทั่วไปแล้วการศึกษาความพึงพอใจจะศึกษาอยู่ใน 2 มิติ ซึ่งได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน และความพึงพอใจในการใช้บริการ ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ ซึ่งนักวิชาการได้ให้ความหมายของความพึงพอใจที่หลากหลาย ดังนี้

ความพึงพอใจ หมายถึง ทศนคติจากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ๆ โดยทศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจในสิ่งนั้นและทศนคติด้านลบซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงความไม่พึงพอใจ (Vroom, 1964)

ความพึงพอใจ หมายถึง สิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ โดยเป็นความรู้สึกที่มีความสุข หรือ เป็นการลดความตึงเครียดทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ตลอดจน การเปลี่ยนแปลงไปตามความพอใจต่อสิ่งนั้น (Morse, 1955)

ความพึงพอใจ หมายถึง การแสดงออกซึ่งเกิดจากประสบการณ์ในการซื้อสินค้า หรือ การใช้บริการเป็นไปในทางบวก โดยเกิดจากการเปรียบเทียบจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการบริการกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรืออาจจะดีเกินกว่าที่คาดหวังไว้ (Oliver, 1981)

ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกของผู้ใช้บริการที่มาจากการจากการเปรียบเทียบผลลัพธ์ระหว่างประสบการณ์ในการใช้บริการและความคาดหวังของลูกค้า (Kotler, 1997)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ในมุมมองของระบบสารสนเทศ หมายถึง การตอบสนองของลูกค้าที่มีต่อผลลัพธ์ที่ได้จากระบบสารสนเทศ เมื่อผลลัพธ์สำเร็จและได้รับการตอบสนอง จะทำให้ความคาดหวังมีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจ หากความคาดหวังสูงกว่าผลลัพธ์ที่ได้ จะทำ

ให้ผู้ใช้งานเกิดความไม่พอใจ แต่ถ้าหากความคาดหวังต่ำกว่าผลลัพธ์ที่ได้จะทำให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจ ดังนั้น ความพึงพอใจจะเป็นการวัดความสำเร็จของระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้เป็นอย่างดี (DeLone & MaLean, 2003, 2004)

จากนิยามข้างต้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นไปในทิศทางด้านบวก เป็นความรู้สึกที่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ โดยการเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้บริการกับความคาดหวัง ถ้าผลที่เกิดจากการใช้บริการ ต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความไม่พอใจ แต่ถ้าหากผลลัพธ์ที่ได้เป็นไปตามความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจและจะกลับมาใช้บริการอีก ซึ่งความพึงพอใจนั้นสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงได้จากประสบการณ์ และค่านิยม

#### ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ทฤษฎีที่ใช้อธิบายในกระบวนการเกิดความพึงพอใจของผู้บริโภค จะอธิบายถึงกระบวนการเกิดความพึงพอใจ จากความคาดหวัง ความไม่สอดคล้อง และผลลัพธ์ของการบริการตามการรับรู้ ซึ่งหลายทฤษฎีนั้นอาจให้ผลลัพธ์ในการเกิดความพึงพอใจที่เหมือนกัน แต่กระบวนการในการเกิดความพึงพอใจนั้นแตกต่างกัน เช่น ทฤษฎีไม่สอดคล้อง (Dissonance theory) ทฤษฎีปรับเปลี่ยนและแตกต่าง (Assimilation-contrast theory) ซึ่งจะกล่าวถึงรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีความไม่สอดคล้อง (Dissonance theory) Festinger (1957) มีสมมติฐานว่ามนุษย์ต้องการความมีระเบียบและความสอดคล้อง (Order and consistency) มนุษย์จะเกิดความเครียดขึ้นเมื่อมีการขัดแย้งในความเชื่อหรือพฤติกรรม โดยได้เสนอทฤษฎีจิตวิทยาสังคมเรื่องความไม่สอดคล้องทางปัญญา ระหว่างความเชื่อ เจตคติ ในกรณีที่มีการรับรู้ผลลัพธ์ของการบริการและความเป็นจริง เมื่อเกิดความไม่สอดคล้องขึ้นก็จะทำให้เกิดความไม่สบายทางใจ (Psychological discomfort) ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการมีแนวโน้มที่จะปรับเปลี่ยนการรับรู้ผลลัพธ์ให้มีความสอดคล้องกับความคาดหวัง ปัญหาในการทดสอบของทฤษฎีนี้ คือ การไม่สอดคล้องกันของผลลัพธ์กับความคาดหวัง ส่งผลต่อความไม่สอดคล้องทางปัญญาจริง Festinger ซึ่งสรุปได้ว่าความไม่สอดคล้องทางปัญญาจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อ 1. ตัดสินใจได้เอง 2. ตัดสินใจไปแล้วยกเลิกไม่ได้ 3. เกิดภาวะไม่สอดคล้องอย่างแน่นอน

2. ทฤษฎีปรับเปลี่ยนและแตกต่าง (Assimilation-contrast theory) Sherif and Hovland (1961) ได้เสนอทฤษฎีนี้ไว้ว่า ถึงแม้ผลลัพธ์ที่มีการรับรู้จะแตกต่างจากความคาดหวัง แต่ก็ไม่จำเป็นเสมอไปที่ผู้ใช้บริการจะไม่พึงพอใจ ถ้าความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและผลลัพธ์ที่มีการรับรู้น้อย ผลลัพธ์นั้นอาจจะตกอยู่ในบริเวณขอบเขตที่สามารถยอมรับได้ (Acceptance level) ผู้ใช้บริการจะปรับเปลี่ยนการรับรู้ถึงผลลัพธ์นั้นให้ตรงกับความคาดหวังของตนเอง แต่ถ้าเกิดผลลัพธ์ที่ได้มี

การรับรู้ที่แตกต่างไปจากความคาดหวังจนมากเกินไปจนเกินขอบเขตที่ยอมรับได้ จะทำให้เกิดผลที่แตกต่าง ทำให้ผู้ใช้บริการมองถึงความแตกต่างระหว่างผลลัพธ์ที่ได้กับความคาดหวังมากขึ้น ถ้าเกิดผลลัพธ์ที่ได้สูงกว่าความคาดหวังจะทำให้เกิดความพึงพอใจมากกว่าผลลัพธ์ที่ได้ต่ำกว่าความคาดหวังเล็กน้อย

3. ทฤษฎีการมองทางลบอย่างแผ่ขยาย (Generalized negativity theory) Carismith and Aronson (1963) คือความไม่สอดคล้องใด ๆ จะถูกรับรู้ว่าเป็นเรื่องเล็กน้อยกว่าเมื่อผลลัพธ์สอดคล้องกับความคาดหวัง มีแนวโน้มที่การบริการนั้นจะไม่สอดคล้องกับความคาดหวังที่ได้ตั้งเอาไว้ ซึ่งแสดงว่าผู้ใช้บริการไม่มีความคาดหวังไว้ก่อน ที่ผู้ใช้บริการจะมีแนวโน้มความพึงพอใจมากกว่ามีความคาดหวังเอาไว้ Oliver (1976) กล่าวไว้ว่า ทฤษฎีนี้มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นเมื่อผู้ใช้บริการผูกพันกับการบริการ มีความสนใจมากเป็นพิเศษ และ Weaver and Brickman (1974) กล่าวไว้ว่า ทฤษฎีนี้จะเกิดขึ้นเมื่อมีความคาดหวังรุนแรง

4. ทฤษฎีแตกต่าง (Contrast theory) ซึ่ง Cordozo (1965) ได้พบว่า เมื่อความคาดหวังเกี่ยวกับการบริการไม่ตรงกับผลลัพธ์จริงของการให้บริการนั้นก็ทำให้เกิดความแตกต่าง (Contrast) ขึ้นระหว่างความคาดหวังและผลลัพธ์ที่ได้ และผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ถึงความแตกต่างได้อย่างชัดเจน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการรับรู้ของผลลัพธ์ในการให้บริการอยู่ห่างจากความคาดหวังมากกว่าผลลัพธ์จริง กล่าวคือ ถ้าผลลัพธ์ที่ได้มีน้อยกว่าความคาดหวัง ผู้ใช้บริการจะรับรู้ผลลัพธ์นั้น ว่าแย่กว่าผลลัพธ์จริง ซึ่งจะนำไปสู่การเกิดความไม่พึงพอใจ ในขณะที่ถ้าผลลัพธ์ที่ได้มีมากกว่าความคาดหวัง ผู้ใช้บริการจะมีการรับรู้ผลลัพธ์นั้นสูงกว่าความเป็นจริง และจะนำไปสู่ความพึงพอใจ

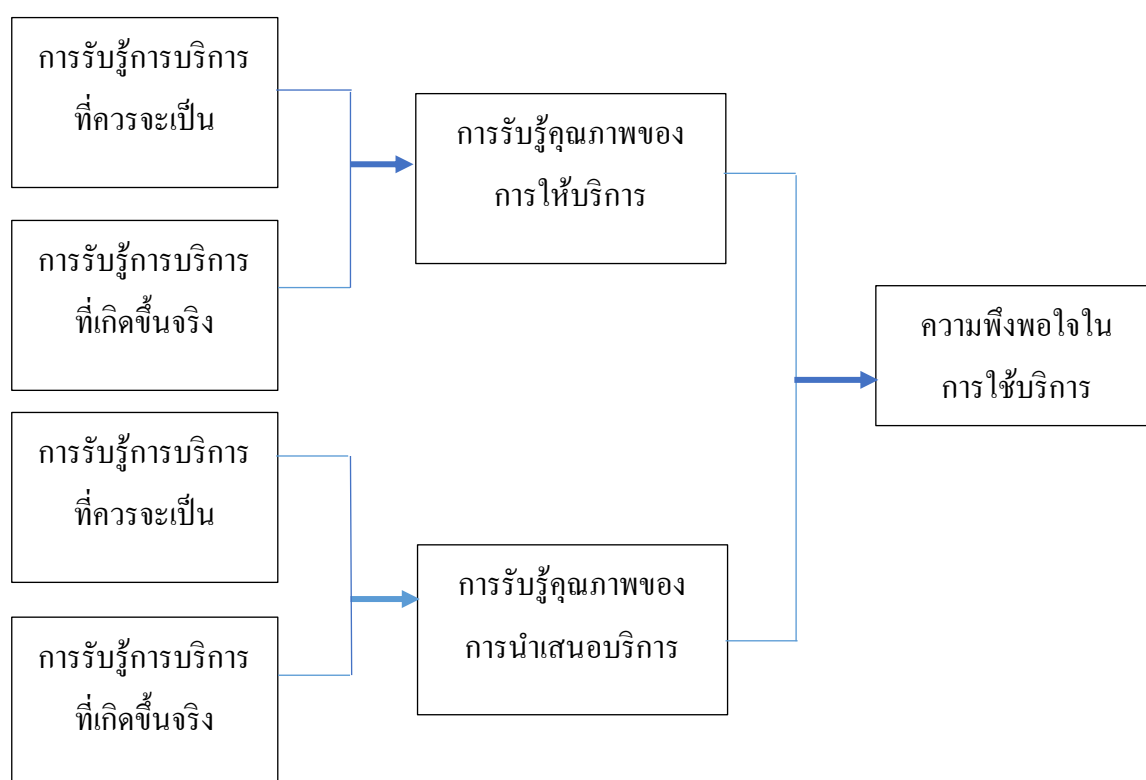
องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจในการใช้บริการนั้น เกิดขึ้นระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ อันเป็นผลของการรับรู้จากการประเมินคุณภาพการให้บริการ ในสิ่งที่ผู้รับบริการมีความคาดหวังว่าจะได้รับจากผู้ให้บริการ และเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจากการให้บริการจริงในแต่ละเหตุการณ์ โดยการให้บริการดังกล่าวขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของผู้ใช้บริการ (อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ, 2550, หน้า 23) มีองค์ประกอบ ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้ถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ คือ การที่ผู้รับบริการสามารถรับรู้ได้ว่าผลิตภัณฑ์บริการที่ได้รับนั้นมีลักษณะเป็นไปตามพันธะสัญญาของกิจการแต่ละประเภทตามที่จะเป็นมากน้อยเพียงใด โดยคุณภาพของสิ่งที่ได้รับจะเป็นตัวกำหนดถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ คือ ผู้รับบริการจะสามารถรับรู้ได้ว่าวิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการของการบริการ ผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงการบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการ ตามบทบาทหน้าที่และปฏิกิริยาตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการในด้านความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาในการสื่อความหมาย และการปฏิบัติตนในการให้บริการว่าผู้ให้บริการมีความจริงใจเพียงใดในการบริการ ซึ่งการรับรู้ดังกล่าวจะทำให้ผู้ใช้บริการประเมินคุณภาพการบริการอย่างมีเหตุผล จนนำไปสู่ความพึงพอใจในการใช้บริการ

อย่างไรก็ตามผู้บริหารองค์กรจะต้องคำนึงถึงการรับรู้ของความพึงพอใจเพื่อให้เกิดการพัฒนาต่อไปในอนาคต ดังภาพด้านล่างนี้ (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2551, หน้า 33)



ภาพที่ 2-3 การรับรู้ของความพึงพอใจในการใช้บริการ

ที่มา: จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2551, หน้า 50)

ความพึงพอใจในการใช้บริการเกิดจากการประเมินคุณค่าการรับรู้คุณภาพการบริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของการบริการและกระบวนการในการที่จะนำเสนอการบริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งถ้าตรงกับความต้องการหรือความคาดหวังที่มี ย่อมนำมาซึ่ง

ความพึงพอใจในการใช้บริการนั้น แต่ถ้าหากเป็นไปได้ในทางตรงกันข้าม การรับรู้ที่ผู้ใช้บริการได้รับจริงไม่ตรงกับความคาดหวังยอมทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไม่พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์รวมไปถึงการนำเสนอบริการนั้นด้วย (จิตตินันท์ เศษะคุปต์, 2551; Grigoroudis, 2009, p. 25) โดยในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัย มุ่งเน้นไปที่การรับรู้คุณภาพของการบริการโมบายเบงกิ้ง (MyMo) โดยจะทำการพิจารณาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการ (MyMo) ของธนาคารออมสิน ใน 6 ด้าน ซึ่งได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ความง่ายต่อการใช้งาน และประสิทธิภาพในการใช้งาน ตามแนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-service quality) ซึ่งจะกล่าวรายละเอียดในหัวข้อถัดไป

### **แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service quality)**

การศึกษาเรื่องของคุณภาพการบริการนั้นส่วนใหญ่จะใช้ข้อมูลในมิติของด้านการบริการในสมัยเดิมเป็นจุดเริ่มต้น และได้มีการพัฒนาเรื่อยมาจนถึงในปัจจุบัน ในการศึกษาที่ผ่านมาได้มีการรับรู้ที่แตกต่างกันในเรื่องของคุณภาพการบริการ จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าได้มีผู้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการและคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ไว้หลากหลาย ดังนี้

คุณภาพการบริการ หมายถึง คุณภาพของการบริการที่เกิดจากการรับรู้และความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งมาจากการประเมินคุณภาพ โดยทำการเปรียบเทียบการรับรู้การบริการที่ลูกค้าได้รับจริงกับความคาดหวัง หากการรับรู้ที่เกิดขึ้นจริงตรงตามหรือมากกว่าความคาดหวังก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกพึงพอใจ และจะกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป ซึ่งคุณภาพที่ถูกประเมินเป็นการประเมินถึงกระบวนการของการบริการที่ได้รับจริง (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985)

นอกจากนี้ คุณภาพการบริการ (Service quality) ยังหมายถึง การดำเนินงานการให้บริการที่ปราศจากข้อบกพร่อง ข้อผิดพลาดใด ๆ และสามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการ ตลอดจนต้องทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการ (Crosby, 1988; Fitzsimmons, 2004) และมีลักษณะของการบริการซึ่งเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่สามารถทำให้เกิดการตอบสนองให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการได้ ซึ่งวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและเกิดการยอมรับจากผู้ให้บริการส่วนใหญ่มากที่สุด (Stanton, Etzel & Walker, 1976) เพื่อนำไปปรับปรุงกลยุทธ์ในการสร้างบริการที่ดีให้กับผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง สร้างความแตกต่างให้เหนือกว่าคู่แข่ง โดยการเสนอคุณภาพการบริการที่ตรงกับความคาดหวังของลูกค้า เมื่อลูกค้าได้รับสิ่งที่ต้องการหรือมีความพอใจในการบริการนั้นก็จะเกิดการกลับมาใช้ซ้ำอีก (อัครเดช ปิ่นสุข, 2557) ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก ผู้ใช้บริการจะตัดสินใจ เลือกที่จะใช้บริการที่ดีที่สุด โดยมุ่งเน้นไปที่การประเมินผลการให้บริการ อีกทั้งยังเป็นการสร้างความภักดีให้



เกิดแก่ผู้ใช้บริการด้วย (Auka, 2013)

ส่วนคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ นั้น เป็นการเสนอบริการที่ดีที่สุด ผ่านคุณภาพของการบริการ ซึ่งได้แก่ การวางรูปแบบ เวลา สถานที่ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดในการเข้ารับบริการ และจะทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่ได้จ่ายไปส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดการบอกต่อคนที่รู้จัก (Parasuraman, 2000)

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การรับรู้ของผู้ใช้บริการทางด้านคุณภาพของการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลทำให้มีการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของผู้ใช้บริการ โดยคุณภาพการบริการเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จ ซึ่งประกอบไปด้วย ความคาดหวังระดับการให้บริการ การให้อำนาจ และการลดความกังวล (DeLone & McLean, 2003) นอกจากนี้ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ยังเป็นการสร้างคุณค่าในการบริการให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและเกิดความภักดี ซึ่งความประทับใจนั้นเกิดจากการใช้บริการในครั้งแรก (Brown & Bitner, 2007)

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์นั้น เป็นการทำงานร่วมกันของการบริการและข้อมูลสารสนเทศ โดยการบริการนั้นจะอยู่บนระบบอิเล็กทรอนิกส์ รวมไปถึงเว็บไซต์ อุปกรณ์มือถือ ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงการให้บริการได้จากอินเทอร์เน็ตที่บ้านหรือที่อื่น ๆ (Carol & Joe, 2009) โดยการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการที่ดำเนินการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Jukka, 2010)

จากการศึกษาความหมายของคุณภาพการบริการและคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ผู้วิจัยได้สรุปความหมายของคุณภาพการบริการ หมายถึง การรับรู้คุณภาพของการบริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการในระดับเดียวกันหรือในระดับที่สูงกว่า โดยการดำเนินงานที่ปราศจากความบกพร่องและต้องมีการพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการอย่างสูงสุด และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การรับรู้ของผู้ใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยการให้บริการผ่านทางเว็บไซต์ อุปกรณ์สมาร์ทโฟน เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับการตอบสนองความต้องการและเกิดความพึงพอใจ จากสิ่งที่คุณใช้บริการคาดหวังและเกิดการรับรู้ของการบริการนั้น ส่งผลให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ หรือมีการบอกกล่าวไปยังคนรู้จัก

#### การประเมินคุณภาพการบริการ

จากการศึกษาการประเมินคุณภาพการบริการที่ผ่านมา ผู้ศึกษาได้มีการนำเสนอแบบจำลองคุณภาพการบริการที่หลากหลาย ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะใช้ของ Parasuraman and others (1985, 1988) โดยมีการใช้เครื่องมือวัดคุณภาพการให้บริการที่เรียกว่า SERVQUAL ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยมใช้อย่างแพร่หลายเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับมีมาตรฐานของ

การประเมินคุณภาพการบริการตั้งแต่ปี ค.ศ. 1985 SERVQUAL ได้มีการนำมาประยุกต์ใช้ในการประเมินคุณภาพธุรกิจออนไลน์และในสถาบันการเงิน (ภานุพงศ์ ลือฤทธิ, 2560) ซึ่งมีปัจจัยพื้นฐานในการกำหนดคุณภาพ (Determinants of service quality) ประกอบไปด้วยคุณลักษณะ 10 ประการ ดังนี้

มิติที่ 1 ความไว้วางใจได้ (Reliability) คือ การบริการลูกค้าได้อย่างถูกต้อง สม่่าเสมอ ความคงเส้นคงวาของการดำเนินงาน ไม่มีข้อผิดพลาด และการให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุ

มิติที่ 2 การตอบสนอง (Responsiveness) คือ การบริการด้วยความเต็มใจ พร้อมทั้งจะให้บริการทุกเวลาอย่างทันทั่วทั้งด้วยความรวดเร็ว มุ่งเน้นในด้านการเกิดขึ้นของการบริการตามระยะเวลาที่เหมาะสม

มิติที่ 3 ความสามารถในการให้บริการด้วยความชำนาญ (Competence) คือ ผู้ให้บริการต้องมีทักษะความรู้ความเข้าใจและมีความสามารถในงานที่ให้บริการ ได้อย่างเหมาะสม เช่น ความสามารถในความรู้วิชาการ รวมถึงการให้รายละเอียดต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

มิติที่ 4 ความสามารถในการเข้าถึง (Access) คือ การบริการที่อำนวยความสะดวกให้ผู้รับบริการในการติดต่อ การเข้ามาใช้บริการ ไม่ซับซ้อน ไม่ยุ่งยากและไม่รอนานจนเกินไป

มิติที่ 5 ความมีไมตรีจิต (Courtesy) คือ มีความสุภาพอ่อนโยน เป็นมิตร ให้ความเคารพ การเอาใจใส่แก่ผู้รับบริการ มีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

มิติที่ 6 การสื่อสาร (Communication) คือ ความสามารถในการสร้างสัมพันธ์ การให้ข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้า สามารถอธิบายและสื่อสารด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย รวมไปถึงการยอมรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า

มิติที่ 7 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) คือ การสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้า ด้วยความซื่อสัตย์ ความจริงใจ การเอาใจใส่ คุณภาพของการบริการมีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ

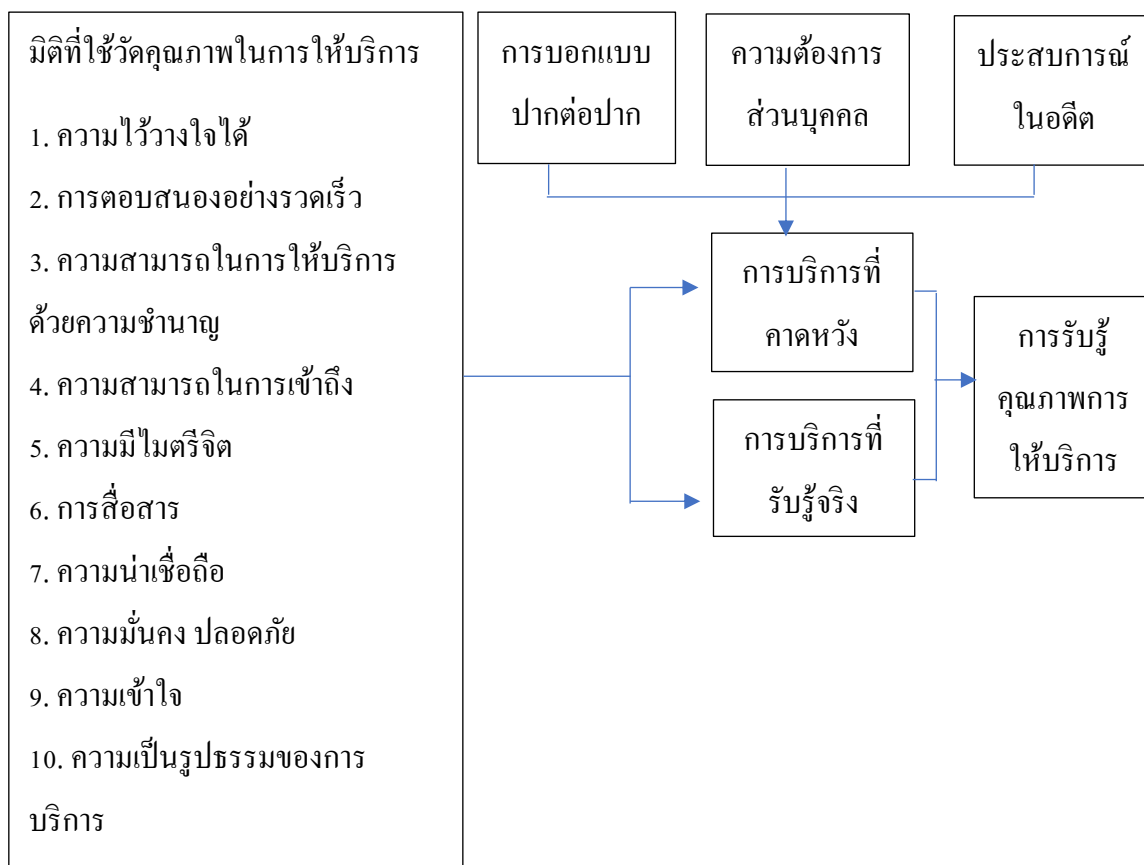
มิติที่ 8 ความมั่นคง ปลอดภัย (Security) คือ การบริการที่ปราศอันตราย ความเสี่ยงภัย ปัญหาต่าง ๆ ความปลอดภัยทางการเงิน เช่น การเก็บรักษาความลับของลูกค้า

มิติที่ 9 ความเข้าใจ (Understanding) คือ การทำความเข้าใจถึงความต้องการรวมถึงความคาดหวังของลูกค้าและสามารถที่จะตอบสนองความต้องการนั้นได้อย่างตรงประเด็น

มิติที่ 10 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) คือ ลักษณะทางกายภาพ ที่เน้นเป็นพิเศษและสามารถจับต้องได้เป็นรูปธรรม เช่น อาคารสถานที่ เครื่องมืออุปกรณ์ บุคลิกภาพ การแต่งกายของผู้ให้บริการ ตลอดจนสิ่งแวดล้อมที่สามารถสัมผัสได้

จากเกณฑ์การประเมินคุณภาพบริการทั้ง 10 ด้าน สามารถวัดช่องว่างระหว่างการบริการที่คาดหวังของผู้ใช้บริการกับการบริการที่ได้รับจริง ซึ่งความคาดหวังของผู้ใช้บริการมาจากการ

บอกกล่าวแบบปากต่อปาก จากความต้องการของแต่ละบุคคล หรือจากประสบการณ์ในอดีต ซึ่งจากการประเมินคุณภาพการบริการจากความคาดหวังและบริการที่ได้รับ จะทำให้ทราบถึงคุณภาพของการบริการว่าอยู่ในระดับใด และควรที่จะมีการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาไปในทิศทางใดเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด



ภาพที่ 2-4 ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการที่ได้รับตามเกณฑ์ 10 ด้าน

ที่มา : Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985)

ในปี ค.ศ. 1988 Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) ได้มีการพัฒนาปรับปรุงเครื่องมือ SERVQUAL ซึ่งได้มีการสำรวจการใช้เครื่องมือนี้ในธุรกิจที่มีการให้บริการที่แตกต่างกัน เช่น ธุรกิจการเงิน การรักษาความปลอดภัย การบริการบัตรเครดิต เป็นต้น เครื่องมือในการประเมินคุณภาพการบริการได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ซึ่งประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) คือ งานบริการที่เป็นรูปธรรม เป็นสิ่งที่สัมผัสได้ที่ทำให้ผู้ใช้ได้รับความสะดวกและปรากฏให้เห็น เช่น คุณลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกทางกายภาพ เครื่องมือ อุปกรณ์ และลักษณะของบุคคลที่แสดงออกอย่างชัดเจน ที่สามารถสื่อสารให้แก่ผู้ใช้บริการรับรู้ได้ บุคลิกภาพการแต่งกาย

2. ความเชื่อถือได้ไว้วางใจ (Reliability) คือ ความสามารถในการให้บริการได้ตามสัญญาที่ได้แจ้งไว้ในการให้บริการและตรงตามความต้องการอย่างถูกต้อง เหมาะสม มีการสื่อสารให้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำแก่ลูกค้า ซึ่งจะทำให้ลูกค้ารู้สึกไว้วางใจ

3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) คือ ความปรารถนาในการให้บริการของพนักงานด้วยความเต็มใจกระตือรือร้น ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและให้ความช่วยเหลืออย่างทันท่วงที

4. การให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ (Assurance) คือ การให้บริการของพนักงานที่มีทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการอย่างสุภาพและเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และการมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจและมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดีช่วยทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีก

5. การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) คือ การให้บริการที่ดูแลเอาใจใส่ลูกค้าได้อย่างทั่วถึง ใส่ใจ และตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายที่มีต้องการที่แตกต่างกัน เสนอการบริการที่แสดงถึงลูกค้า คือ คนพิเศษ รวมทั้งมีการสื่อสารและการเข้าใจลูกค้า

การประเมินคุณภาพการให้บริการสำหรับเกณฑ์ใหม่ทั้ง 5 ด้านนั้น ได้มีการรวมองค์ประกอบที่มีความคล้ายกันเข้าไว้ด้วยกัน โดยด้านที่ยังคงใช้เหมือนเดิม ซึ่งได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ความเชื่อถือได้ไว้วางใจ (Reliability) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) สำหรับด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ (Assurance) นั้นเป็นการรวมเกณฑ์ของเดิม จำนวน 4 ด้าน ซึ่งได้แก่ ความสามารถในการให้บริการด้วยความชำนาญ ความมีไมตรีจิต ความน่าเชื่อถือ และความมั่นคง ปลอดภัย สำหรับการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) เป็นการรวมเกณฑ์ของเดิมจำนวน 3 ด้าน ซึ่งได้แก่ ความสามารถในการเข้าถึงการสื่อสาร และความเข้าใจ

จากการศึกษาที่แตกต่างกันในเรื่องของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ในมิติของเครื่องมือที่ใช้ในการวัดผลคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ Parasuraman Zeithaml and Berry (1988) ได้กำหนดมิติในการประเมินคุณภาพการบริการของเครื่องมือที่เรียกว่า SERVQUAL จำนวน 5 มิติ และต่อมาในปี ค.ศ. 2005 Parasuraman (Parasuraman et al., 2005 cited in Pearson, 2012) ได้นำแบบประเมินคุณภาพการให้บริการตามหลัก SERVQUAL มาประยุกต์ใช้ใหม่กับธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ โดยได้พัฒนาเครื่องมือในการประเมินคุณภาพ มี 7 องค์ประกอบ และแบ่งออกเป็น 2 ชุด คือ ชุดแรก ได้แก่ Electronic Service Quality (E-S-QUAL) เป็นองค์ประกอบของคุณภาพ

การบริการอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 4 องค์ประกอบ ได้แก่

1. ด้านประสิทธิภาพของการทำงาน (Efficiency) หมายถึง ความสามารถในการใช้งานที่ง่ายมีความรวดเร็วและมีการเข้าถึงข้อมูลของเว็บไซต์ได้เป็นอย่างดี
2. ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย (Fulfillment) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานให้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้
3. ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) หมายถึง ระดับความปลอดภัยปราศจากความเสี่ยงและอันตรายต่าง ๆ โดยมีการปกป้องข้อมูลของลูกค้า
4. ด้านความพร้อมของระบบ (System availability) หมายถึง ระบบมีประสิทธิภาพในการใช้งานสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างตลอดเวลา

ส่วนชุดที่ 2 Electronic Recovery Service Quality (E-RecS-QUAL) เป็นการวัดคุณภาพของบริการหลังการขาย จำนวน 3 องค์ประกอบ ได้แก่

1. ด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) สามารถตอบสนองต่อปัญหาของการใช้บริการและการแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว เมื่อผู้ใช้บริการเกิดปัญหาในการใช้บริการ
2. ด้านการชดเชยลูกค้าเมื่อเกิดความเสียหาย (Compensation) สามารถหาสิ่งทดแทนเมื่อเกิดความผิดพลาดในการจัดส่งสินค้า
3. ด้านการติดต่อ (Contact) หลังการขาย ความสามารถของผู้ให้บริการที่จะต้องตอบสนองและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าออนไลน์ โดยมีช่องทางในการติดต่อสื่อสาร เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้ปรึกษา หรือสอบถามเกี่ยวกับการให้บริการ

ต่อมา Sagib and Zapan (2014) ได้ศึกษาบริบทใหม่ของมิติใหม่ในการให้บริการที่เน้นคุณภาพและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จากการค้นคว้างานวิจัยต่าง ๆ โดยศึกษาถึงคุณภาพของการให้บริการธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นคุณสมบัติในเชิงจิตวิทยา โดยประกอบไปด้วยมิติต่าง ๆ ดังนี้

1. ความน่าเชื่อถือและการตอบสนอง (Reliability and responsiveness)
2. การประกัน และการรักษาความปลอดภัย (Assurance and security)
3. ความสะดวกสบายในการทำธุรกรรม (Convenience of location)
4. ประสิทธิภาพของการทำธุรกรรมผ่าน โทรศัพท์มือถือ (Efficiency)
5. ความง่ายในการใช้งาน (Easiness to operate)

จากการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ในเรื่องของการประเมินคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ สามารถสรุปเป็นตารางของมิติในการวัดคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของนักวิจัยต่าง ๆ ดังนี้

ตารางที่ 2-1 สรุปมิติการวัดคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์

แบบจำลอง	มิติองค์ประกอบ	ผู้แต่ง
SITE-QUAL	ความง่ายต่อการใช้งาน (Ease of use) ความสวยในการออกแบบ (Esthetic design) ความเร็วและความปลอดภัยในการประมวลผล (Processing speed and security)	Yoo and Donthu (2001) Sarmah and Sarma (2011)
WebQual	ประสิทธิภาพการใช้งาน (Usability) การออกแบบ (Design) ข้อมูล (Information) ความไว้วางใจและการเอาใจใส่ (Trust and empathy)	Barnes and Vidgen (2002) Hasanov and Khalid (2015)
eTailQ/ comQ	การออกแบบ (Web site design) ความน่าเชื่อถือ (Reliability/ fulfillment) ความเป็นส่วนตัวและ ความปลอดภัย (Privacy and security) และ บริการลูกค้า (Customer service)	Wolfenbarger and Gilly (2003)
E-S-QUAL	ประสิทธิภาพในการใช้งาน (Efficiency) ความ พร้อมของระบบ (System availability) การทำ ให้บรรลุเป้าหมาย (Fulfillment) และความเป็น ส่วนตัว (Privacy)	Parasuraman and others (2005)
SERVQUAL SERVPERF	ประสิทธิภาพ (Efficiency) ความง่ายในการ ใช้งาน (Ease of use) ผลการทำงาน (Performance) การควบคุมการรับรู้ (Perceived Control) ความสะดวกสบาย (Convenience)	Dabholkar and others (2000)
E-RecS-QUAL	การตอบสนองในการใช้บริการ (Responsiveness) การชดเชย (Compensation) การติดต่อ (Contact)	Parasuraman and others (2005)

ตารางที่ 2-1 (ต่อ)

แบบจำลอง	มิติองค์ประกอบ	ผู้แต่ง
Revised SERVQUAL	การออกแบบ (Web site design) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองในการใช้บริการ (Responsiveness) ความไว้วางใจ (Trust) และการตอบสนองส่วนบุคคล (Personalization)	Lee and Lin (2005) Wu Shen and Chang (2015)
SERVQUAL	คุณภาพข้อมูล (Information quality) ความง่ายในการใช้งาน (Ease of use) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) ความปลอดภัย (Security) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personalization)	Swaid and Wigand (2009)

ที่มา : สุชาติ ไตรภพสกุล

ในการศึกษามิติคุณภาพการบริการในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือวัดคุณภาพการให้บริการของ Sagib and Zapan (2014) ประกอบด้วย 6 มิติ ซึ่งได้แก่ 1. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 2. การตอบสนอง (Responsiveness) 3. ความปลอดภัย (Security) 4. ความสะดวกสบาย (Convenience) 5. ความง่ายต่อการใช้งาน (Easiness to operate) และ 6. ประสิทธิภาพในการใช้งาน (Efficiency) ซึ่งเป็นมิติใหม่ในการให้บริการที่เน้นคุณภาพและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มาใช้ในการศึกษา เนื่องจากในการให้บริการโมบายแบงกิ้งนั้น คุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญเหนือสิ่งอื่นใดในการให้บริการออนไลน์ โดยต้องคำนึงถึงคุณภาพการให้บริการในด้านต่าง ๆ ที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริการ ตลอดจนการรักษาความเชื่อมั่นที่ผู้บริการมีต่อผู้ให้บริการ โดยเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการนี้ปรับปรุงมาจาก SERVQUAL ของ Parasuraman and others (1988, 2005) โดยศึกษาถึงอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริการ โมบายแบงกิ้ง (MyMo) ซึ่งจะกล่าวในรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### ความน่าเชื่อถือ

ความน่าเชื่อถือ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการ ได้อย่างถูกต้องในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันที่มีความน่าเชื่อถือ มีความต่อเนื่องและสม่ำเสมอทำให้ผู้รับบริการรู้สึกเป็นที่พึงได้ (Parasuraman et al., 1988, 2005; Sagib & Zapan, 2014) ความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งขององค์ประกอบคุณภาพการให้บริการธนาคารบนมือถือ

โดยความน่าเชื่อนั้นจะถูกส่งมอบการให้บริการผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Li, 2013) และสิ่งที่มีอิทธิพลของความน่าเชื่อถือก็คือระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้าหรือบริการ (Fang et al., 2013)

จากการศึกษางานวิจัยของอักรเดช ปิ่นสุข (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (E-satisfaction) ในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านความน่าเชื่อถือ มีผลต่อความพึงพอใจในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัย ภาณุพงศ์ ลือฤทธิ์ (2560) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้งาน: กรณีตัวอย่างของแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ พบว่า ความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์กับ การรับรู้คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service quality) และส่งผลต่อความพึงพอใจ (Satisfaction) ของผู้ใช้บริการ โดยประเด็นที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในการใช้บริการ คือ แอปพลิเคชันมีความน่าเชื่อถือ ถูกต้องและเป็นปัจจุบัน และสอดคล้องกับงานวิจัย Asfour and Haddad (2014) ศึกษาผลของบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือต่อการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อธนาคารพาณิชย์ประเทศจอร์แดน พบว่า ความน่าเชื่อถือ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นจึงตั้งสมมติฐานว่า

H1 : ความน่าเชื่อถือ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบายแบ่งกิ่ง MyMo ของธนาคารออมสิน

การตอบสนอง

การตอบสนอง หมายถึง ความพร้อมในการให้บริการของแอปพลิเคชัน ที่สามารถตอบสนองความต้องการและการใช้งาน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และทันที (Parasuraman et al., 1988; Sagib & Zapan, 2014) โดยการที่ลูกค้าสามารถที่จะใช้งานได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง การเข้าใช้ระบบมีความรวดเร็ว การตอบสนองที่รวดเร็วจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในแอปพลิเคชันและส่งผลให้ลูกค้าอยากที่จะกลับมาใช้บริการอีก

จากการศึกษางานวิจัย ภาณุพงศ์ ลือฤทธิ์ (2560) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้งาน โดยศึกษากรณีแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือพบว่า การตอบสนอง มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ โดยแอปพลิเคชันสามารถให้บริการอย่างรวดเร็วและมีช่องทางในการติดต่อขอความช่วยเหลือกรณีที่เกิดปัญหาจากการใช้งาน ซึ่งส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับ



งานวิจัยของ Aghdaie and Faghani (2012) ศึกษาเรื่อง คุณภาพของบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือและ ความพึงพอใจของลูกค้าพบว่า การตอบสนอง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจ โดยมุ่งเน้นไปที่ การให้ความช่วยเหลือผู้ใช้บริการอย่างทันทั่วทั้งที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sagib and Zapan (2014) ศึกษาเรื่อง คุณภาพในการให้บริการ การทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือของบังคลาเทศ ความพึงพอใจ และความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ พบว่าการตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการในประเทศบังคลาเทศ ดังนั้นจึงตั้งสมมติฐานว่า

H2 : การตอบสนองมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โหมบายแเบงกิง (MyMo) ของธนาคารออมสิน

#### ความปลอดภัย

ความปลอดภัย หมายถึง ระดับของความปลอดภัยและการปกป้องข้อมูลของผู้ใช้บริการ แอปพลิเคชันบน โทรศัพท์มือถือ เพื่อความปลอดภัยในการเข้าระบบ ความเป็นส่วนตัว ไม่ถูกขโมย (Sagib & Zapan, 2014) ความปลอดภัย ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกด้านหนึ่งของคุณภาพการให้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินบน โทรศัพท์และจากการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ พบว่าคุณภาพการบริการที่ดีทางการเงินมาควบคู่กับความปลอดภัยทางการเงินเช่นกัน โดยการรักษาความลับของข้อมูลของลูกค้า ทั้งรหัสผู้ใช้ รหัสผ่าน รหัส OTP มีข้อความแจ้งเตือน มีรหัสผ่านในการเข้าใช้ระบบทางธนาคารมีการพัฒนาระบบและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจากการสื่อสารข้อมูลของธนาคาร เว็บไซต์ หรือ Call Center (Thulani et al., 2011; หนึ่งนุช ชีระรุจินนท์, 2558)

จากการศึกษางานวิจัยของ Asfour and Haddad (2014) ศึกษาเรื่อง ผลของบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือต่อการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีธนาคารพาณิชย์ประเทศจอร์แดน พบว่า ความปลอดภัย มีอิทธิพลทางบวกต่อการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับงานวิจัยของภาณุพงศ์ ลือฤทธิ์ (2560) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้งาน กรณีแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือพบว่า ความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจ โดยประเด็นที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ คือ มีการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคลและรู้สึกมีความปลอดภัยในการใช้แอปพลิเคชัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sagib and Zapan (2014) ศึกษาเรื่อง คุณภาพในการให้บริการ การทำธุรกรรมผ่าน โทรศัพท์มือถือของบังคลาเทศ ความพึงพอใจ และความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ พบว่า ความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการในประเทศบังคลาเทศ ดังนั้นจึงตั้งสมมติฐานว่า

H3 : ความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน

ความสะดวกสบาย

ความสะดวกสบาย หมายถึง ความสามารถในการใช้บริการแอปพลิเคชัน ที่มีความสะดวก สบาย ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย (Sagib & Zapan, 2014) สิ่งที่สามารถอำนวยความสะดวกในการบริการทางการเงินให้กับผู้ใช้บริการนั้น จะต้องเป็นวิธีที่ง่าย สามารถทำรายการด้วยตนเองโดยการทำธุรกรรมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เน้นความสะดวกในการทำธุรกรรมที่ไหนก็ได้ ทำได้ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถทำได้ธุรกรรมได้อย่างครบวงจร (หนึ่งนุช ธีระรุจินนท์, 2558)

จากการศึกษางานวิจัยของ ปกัสร่า ถนอมทรัพย์ (2558) ศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน โบบายแบงกิ้งของธนาคารกสิกรไทยและธนาคารไทยพาณิชย์ พบว่า เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus เพราะความสะดวกทำให้ประหยัดเวลา ไม่ต้องเดินทางไปที่ธนาคารและยังสามารถทำรายการได้หลายบริการในแอปพลิเคชันเดียว เช่นเดียวกับแอปพลิเคชัน SCB Easy ส่วนใหญ่ผู้ใช้งานเลือกใช้เพราะความสะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงิน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Asfour and Haddad (2014) ศึกษาเรื่อง ผลของบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือต่อการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์: วิจัยเชิงประจักษ์ต่อธนาคารพาณิชย์ประเทศจอร์แดน พบว่า ความสะดวกมีอิทธิพลทางบวกต่อการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงตั้งสมมติฐานว่า

H4 : ความสะดวกสบายมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน

ความง่ายต่อการใช้งาน

ความง่ายต่อการใช้งาน หมายถึง การใช้งานของแอปพลิเคชัน ในการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ที่สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องอาศัยความพยายามมากนัก ไม่ซับซ้อน ไม่ยุ่งยาก มีความเข้าใจได้ (Sagib & Zapan, 2014) ความง่ายในการใช้งานเป็นคุณสมบัติที่มีอิทธิพลสำคัญอีกประการหนึ่งของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ การเข้าถึงการใช้งานแอปพลิเคชันได้ง่าย ไม่ซับซ้อน จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความเข้าใจได้ง่ายขึ้นในการทำธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเอง และยังเป็นการลดขั้นตอนความยุ่งยากในการใช้งานอีกด้วย (หนึ่งนุช ธีระรุจินนท์, 2558) จากการศึกษาของนักวิจัยและการประเมินคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ ในด้านความง่ายต่อการใช้งาน นักวิจัยมีมุมมองที่แตกต่างกันออกไป นักวิจัยบางท่านได้พูดถึง ความง่ายต่อการใช้งานซึ่งเกี่ยวข้อง

กับความสะดวกในการใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินบน โฆษณาเบงกิง เพื่อใช้วัดคุณภาพ การบริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้าน ความง่ายต่อการใช้งาน หรือนักวิจัยบางท่าน กล่าวว่า ความง่าย ในการใช้งานนั้นเกี่ยวข้องกับความง่ายของระบบนำทาง เช่น เว็บไซต์บริการอิเล็กทรอนิกส์ของ ห้องสมุดจะต้องมีระบบช่วยผู้ให้บริการในการค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้อย่างง่าย ไม่เกิดความ สับสน (วราพรธณ อภิสุภะโชค และศิริพร เดิศไพศาลวงศ์, 2560)

จากการศึกษางานวิจัยของ ธนวรรณ สำนักกลาง ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยี การทำธุรกรรมทางการเงิน พบว่า คุณภาพการบริการในด้านความง่ายต่อการใช้งานเป็นปัจจัย อีกประการที่สำคัญต่อการยอมรับการใช้งานอย่างต่อเนื่องในการทำธุรกรรมทางการเงิน ควรมุ่งเน้น พัฒนาคุณภาพการบริการ ในด้านความง่ายต่อการใช้งาน เช่น การใช้งานระบบที่มีรูปแบบนำใช้งาน เข้าถึงง่ายด้วยความเร็วของระบบที่มีเสถียรภาพสอดคล้องกับงานวิจัยของ Asfour and Haddad (2014) ศึกษาเรื่อง ผลของบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือต่อการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าที่มี ต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีธนาคารพาณิชย์ประเทศจอร์แดน พบว่า ความง่ายต่อการใช้งาน มีผลต่อการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นจึง ตั้งสมมติฐานว่า

H5 : ความง่ายต่อการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โฆษณา เบงกิง (MyMo) ของธนาคารออมสิน

ประสิทธิภาพในการใช้งาน

ประสิทธิภาพในการใช้งาน หมายถึง สมรรถนะของแอปพลิเคชัน ระบบมีเสถียรภาพ ไม่ล่มสามารถใช้งานได้ตลอดเวลา ความเร็วในการแสดงผลข้อมูลของการทำธุรกรรมบน แอปพลิเคชัน ความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล (Sagib & Zapan, 2014) ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ถึง ประสิทธิภาพในการใช้งาน จากระบบแอปพลิเคชันที่มีเสถียรภาพ ไม่หลุดหรือล้าสมัยในขณะที่ ทำรายการ มีความรวดเร็วในการแสดงผลการทำธุรกรรมทางการเงิน สามารถตรวจสอบรายการเดิน บัญชี ซึ่งขั้นตอนในการใช้บริการสามารถทำได้ง่าย จึงทำให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจจากการ ใช้งานที่มีประสิทธิภาพ (Parasuraman et al., 2005; Sagib & Zapan, 2014)

จากการศึกษางานวิจัย ของปัทมา หวายสันเทียะ (2560) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการ ทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้ หัก ณ ที่จ่าย กรณีศึกษา: หน่วยงานส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ประสิทธิภาพ การใช้งาน ส่งผลในทิศทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษี เงินได้หัก ณ ที่จ่าย เนื่องจากผู้ให้บริการสามารถรับรู้ถึงประสิทธิภาพในการใช้งาน ได้แก่ ระบบ ง่ายต่อการค้นหา สามารถแสดงผลข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว เมนูการใช้งานสามารถเรียกใช้งานได้

อย่างรวดเร็วและเมื่อบริการครอบคลุมทุกกระบวนการการใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Asfour and Haddad (2014) ศึกษาเรื่อง ผลของบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือต่อการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์: วิจัยเชิงประจักษ์ต่อธนาคารพาณิชย์ประเทศจอร์แดน พบว่า ประสิทธิภาพ หนึ่งในบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือมีผลทางบวกต่อการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นจึงตั้งสมมติฐานว่า

H6 : ประสิทธิภาพในการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้สืบค้นและศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีรายละเอียดดังนี้

อัครเดช ปิ่นสุข (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (E-satisfaction) ในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการในจังหวัด กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (E-satisfaction) ในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการในจังหวัด กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันและอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 280 คน ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับความพึงพอใจในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชัน ซึ่ง ได้แก่ 1. การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งานและด้านการรับรู้ประโยชน์ 2. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความเป็นส่วนตัว และ 3. ส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความต้องการเฉพาะของลูกค้าและด้านความสะดวกในการใช้งาน โดยร่วมกันพยากรณ์ ได้ร้อยละ 56 ในขณะที่คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านการเข้าถึงการให้บริการ ส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าด้านการจัดองค์ประกอบ และด้านช่องทางในการสื่อสาร ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการในจังหวัด กรุงเทพมหานคร

ปัทมรา ถนอมทรัพย์ (2558) ศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน โบบายแบงกิ้งของธนาคารกสิกรไทยและธนาคารไทยพาณิชย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยของผู้ใช้งานในการเลือกใช้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus และแอปพลิเคชัน

SCB Easy และศึกษาการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้งานทั้งสองแอปพลิเคชัน ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับกลุ่มผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันของทั้ง 2 ธนาคาร จำนวน 12 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้ผ่านแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus รู้จักและติดตั้งแอปพลิเคชัน โดยพนักงานสาขาของธนาคาร เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้ คือ ความสะดวก มีระยะเวลาในการ ใช้งานแอปพลิเคชันเฉลี่ยไม่เกิน 5 ปี และระยะเวลาเฉลี่ยการเข้าใช้งานแอปพลิเคชันประมาณ 10 ครั้งต่อเดือน ส่วนผู้ใช้งานที่เลือกใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy โดยรู้จักจากเว็บไซต์ของธนาคารและทำการติดตั้งแอปพลิเคชันด้วยตนเอง เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้ คือ ความสะดวก ระยะเวลาในการใช้งานแอปพลิเคชันเฉลี่ยไม่เกิน 5 ปี มีความพึงพอใจจากการใช้แอปพลิเคชัน คือ ความปลอดภัยและจากการเปรียบเทียบความพึงพอใจนั้นพบว่า ผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus มีจุดเด่น คือ ใช้งานสะดวก แต่มีจุดด้อย คือ ความปลอดภัย ส่วนแอปพลิเคชัน SCB Easy มีจุดเด่น คือ ความปลอดภัย แต่มีจุดด้อย คือ รูปแบบแอปพลิเคชันใช้งานยาก ซับซ้อน ซึ่ง ส่วนใหญ่ผู้ใช้งานชื่นชอบแอปพลิเคชันของ K-Mobile Banking Plus มากกว่า เพราะใช้ง่าย สะดวกและมีรูปแบบสวยงาม

ธนกฤต สุทธินนท์ โชติ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสิ่งสัมผัสได้อยู่ในระดับที่สูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเชื่อมั่น ใ้วางใจ ด้านการตอบสนอง และด้านความน่าเชื่อถือและด้านการเอาใจใส่ตามลำดับ

กฤษณี เลื่อใหญ่ และพัชนี เขจรรรยา (2559) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ ความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์ของคนในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ ความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์ของคนในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ ผู้ที่มีบัญชี แอปพลิเคชัน ไลน์ ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 399 คน ผลการศึกษาของความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันไลน์ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงจาก ใช้งานง่าย ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ทำให้การสื่อสารของคุณง่ายขึ้น ตามลำดับและความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับกับได้รับข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตนเอง ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และพบว่าพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์

มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชันไลน์ เป็นความสัมพันธ์ทางบวก และความพึงพอใจ มีความสัมพันธ์กับการนำไปใช้ประโยชน์ในการสื่อสาร เป็นความสัมพันธ์ทางบวก กล่าวคือ ความพึงพอใจกับการนำไปใช้ประโยชน์ในการสื่อสาร มีความสำคัญในด้านต่าง ๆ มาก โดยความสัมพันธ์ของตัวแปร เป็นความสัมพันธ์ในระดับที่ปานกลาง

แก้วขวัญ ผดุงพิพัฒน์บวร (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของธนาคารกรุงไทย (KTB Netbank) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) กับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของธนาคารกรุงไทย และศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของธนาคารกรุงไทย มีกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยบนโทรศัพท์มือถือ จำนวน 400 คน จากการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า มี 2 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของธนาคารกรุงไทย คือ 1. ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมความปลอดภัย และผู้ให้บริการ 2. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายและกระบวนการบริการ ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของธนาคารกรุงไทย และพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของธนาคารกรุงไทย โดยเรียงลำดับตามอิทธิพลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมกรบริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ในส่วนของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ พบว่าด้านอาชีพที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่แตกต่างกัน

ปัทมิตา หวายสันเทียะ (2560) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย กรณีศึกษา: หน่วยงานส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย กรณีศึกษา: หน่วยงานส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดนครราชสีมา โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจกระทำการแทนมอบอำนาจให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งกระทำการแทนเพื่อดำเนินการหักและนำส่งภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่ายขององค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 243 แห่ง ทั้งหมด 243 คน มีตัวแปรอิสระ ได้แก่ คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบไปด้วย ประสิทธิภาพการใช้งาน การบรรลุตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ ความพร้อมของระบบและความเป็นส่วนตัว ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็น

รายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยที่มีค่าอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านความเป็นส่วนตัว และด้านการบรรลุตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ ส่วนด้านประสิทธิภาพการใช้งาน และด้านความพร้อมของระบบมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และพบว่า คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 4 ด้าน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง 0.481-0.727 พบว่าในด้านประสิทธิภาพการใช้งานและด้านความพร้อมของระบบส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบอย่างมีนัยสำคัญอย่างยิ่งทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ด้านการบรรลุ ตามเป้าหมายที่ได้วางไว้และด้านความเป็นส่วนตัว ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้ หัก ณ ที่จ่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีประสิทธิภาพการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 62.70

ภานุพงศ์ ลือฤทธิ์ (2560) ศึกษาเรื่อง คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้งาน: กรณีตัวอย่างของแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้งาน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยมีประสบการณ์จากการใช้งานแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ จำนวน 201 กลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนอง ความพร้อมของระบบ ความมั่นคงปลอดภัย ความเกี่ยวข้องความเข้าใจได้ และความเพียงพอ ล้วนแต่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้น ซึ่งการรับรู้คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ก็เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันกับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

รัตนะ พุทธรักษา (2560) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการด้านการนำจ่ายที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษา ที่ทำการไปรษณีย์รามอินทรา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการด้านการนำจ่ายที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษาที่ทำการไปรษณีย์รามอินทรา มีกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เคยได้รับสิ่งของผ่านบริการนำจ่ายของที่ทำการไปรษณีย์รามอินทราอย่างน้อย 1 ครั้งขึ้นไป ภายในระยะเวลา 1 เดือน มีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจต่อกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจด้านความเชื่อมั่นต่อคุณภาพบริการมากที่สุด รองลงมา คือ การดูแลเอาใจใส่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง และความเป็นรูปธรรมของบริการตามลำดับซึ่งตัวแปรทุกตัวล้วนมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

Amiri and Faghani (2012) ศึกษาเรื่อง Mobile Banking Service Quality and Customer Satisfaction (Application of SERVQUAL Model มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้แบบจำลองคุณภาพ

การบริการ (SERVQUAL model) ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ และความพึงพอใจของลูกค้า โดยผู้วิจัยให้ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรตาม และคุณภาพ 5 ด้าน ของการบริการ ได้แก่ ความรับรู้ได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความต้องการ ความมั่นใจ และความเห็นอกเห็นใจ เป็นตัวแปรอิสระ ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปร 4 ตัว ซึ่งได้แก่ ความรับรู้ได้ (0.204) ความน่าเชื่อถือ (0.342) การตอบสนองความต้องการ (0.282) และความเห็นอกเห็นใจ (0.345) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตามคุณภาพการบริการด้าน ความมั่นใจ ไม่สัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า และจากการทดสอบอโนวา (ANOVA test) ปรากฏว่าคุณภาพของบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือและความพึงพอใจของลูกค้ามีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญ

Asfour and Haddad (2014) ศึกษาเรื่อง The Impact of Mobile Banking on Enhancing Customer' E-Satisfaction: An Empirical Study on Commercial Banks in Jordan มีวัตถุประสงค์ เพื่อวัดผลกระทบของการใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ พานิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเป็นการศึกษาปัจจัยสำคัญของบริการการทำธุรกรรมธนาคารผ่าน โทรศัพท์มือถือโดยแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความยืดหยุ่น ความเป็นส่วนตัว การเข้าถึงได้ง่าย ใช้งานสะดวก ประสิทธิภาพ และความปลอดภัย ผลการวิจัยพบว่า บริการธนาคาร ทางโทรศัพท์มือถือมีผลต่อการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างมี นัยสำคัญในทุกด้าน และจากการใช้สถิติวิเคราะห์ถดถอยพบว่า ด้านความเป็นส่วนตัวและด้าน การเข้าถึงได้ง่ายเกิดผลกระทบเชิงบวกมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น ๆ

Sagib and Zapan (2014) ศึกษาเรื่อง Bangladeshi mobile banking service quality and customer satisfaction and loyalty เป็นการศึกษาให้ถ่วงเทถึงมิติของคุณภาพในการบริการและสิ่งที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ความน่าเชื่อถือและความสะดวกสบาย การรับประกันและการรักษาความปลอดภัย ตลอดจนความสะดวกสบายในการใช้พื้นที่ให้บริการ และประสิทธิภาพในการใช้งานซึ่งผู้ให้บริการสามารถเรียนรู้ได้อย่างไม่ยุ่งยาก นอกจากนี้การ วิเคราะห์ยังบ่งชี้ให้เห็นว่า คุณภาพของการบริการนั้นเป็นสิ่งสำคัญเหนือสิ่งอื่นใดในการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการ ทว่า มีปัจจัยสำคัญ 3 ประการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ของผู้ให้บริการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง และความสะดวกสบาย และปัจจัย 2 ประการ ที่ส่งผลต่อการรักษาความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ และประสิทธิภาพ

Amola (2016) ศึกษาเรื่อง Factors Affecting Customer's Adoption of Mobile Banking Services มีวัตถุประสงค์เพื่อบรรยายรูปแบบการให้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของลูกค้า และหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม



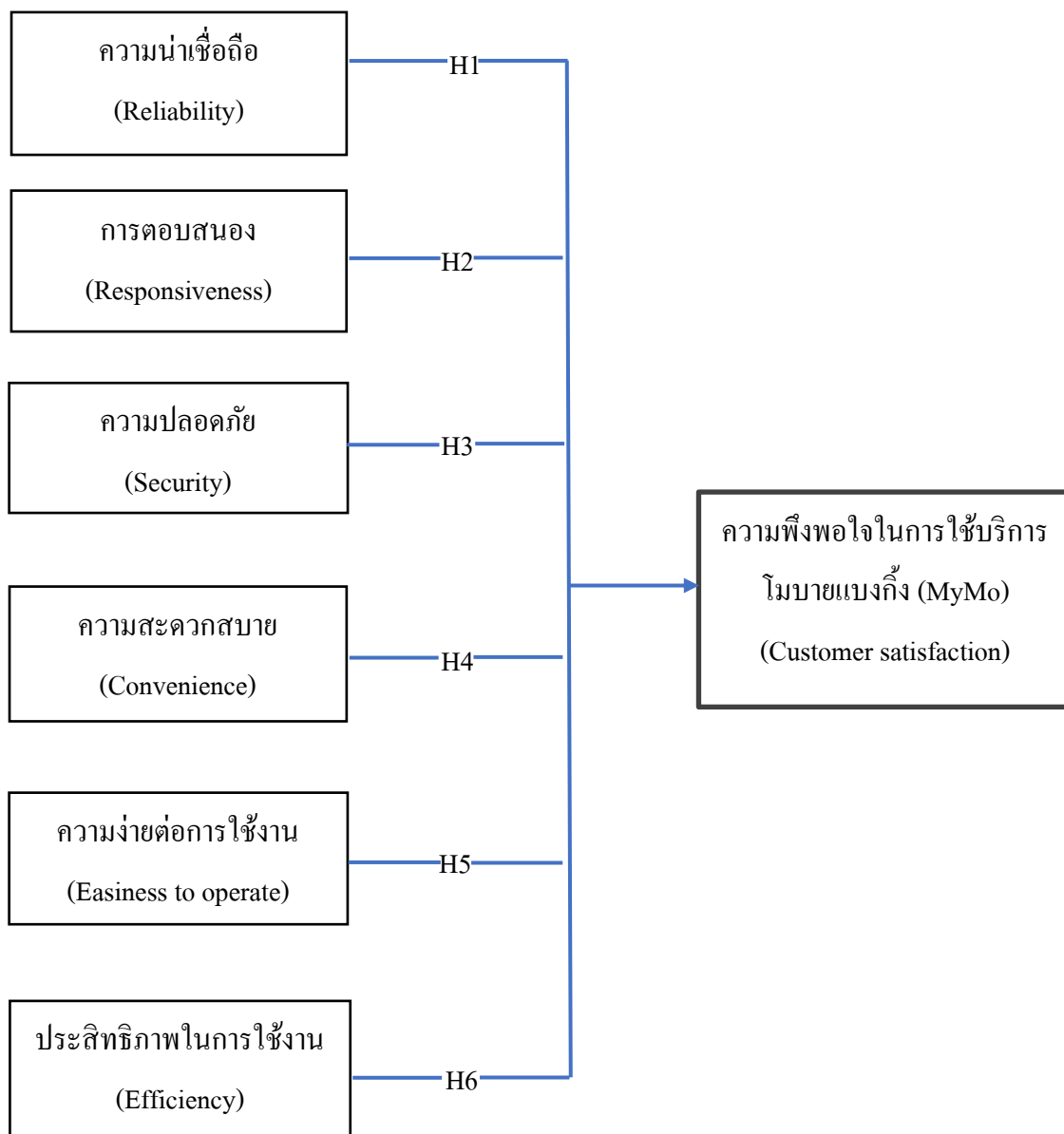
ผลการศึกษาพบว่า ในกรณี โอนเงินชอบใจเอทีเอ็ม มากกว่า ลูกค้ามีความกังวลในเรื่องความปลอดภัยทำให้ลูกค้าไม่ใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์และบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ นอกจากนี้ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ พบว่า จุดเด่นของบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ คือ การประหยัดเวลา ความสะดวก ความปลอดภัย ความใช้งานง่าย สิ่งเหล่านี้ช่วยให้ประสบการณ์การใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือดีขึ้นและช่วยเพิ่มการตัดสินใจในการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของลูกค้าได้

#### สรุปการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวพบว่า นักวิจัยหลายท่านได้ให้ความสนใจในการศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายเบงกิง ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจและต่อ ยอดแนวคิดงานวิจัยอื่น ๆ ที่มีลักษณะความคล้ายคลึงกัน ผู้วิจัยจึงได้นำแนวความคิดและทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ความง่ายต่อการใช้งาน และประสิทธิภาพ ซึ่งในการศึกษาตัวแปรแต่ละตัวนั้นเป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อการให้บริการ เพื่อที่จะปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการที่ดียิ่งขึ้นไป ผู้วิจัยสร้างกรอบแนวความคิดในการกำหนดตัวแปรต้นที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายเบงกิง เพื่อชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มของคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายเบงกิง (MyMo) ของธนาคารออมสิน

#### กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายเบงกิง (MyMo) ของธนาคารออมสิน มีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 2-5



ภาพที่ 2-5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดข้างต้นแสดงถึงปัจจัยคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน ภายใต้แนวคิดเกี่ยวกับ eSERVQUAL ของ Parasuraman and others (2005) และ Sagib and Zapan (2014) และแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการของ Grigoroudis (2009)

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอน ดังนี้

1. การออกแบบการวิจัย
2. ประชากรและขนาดตัวอย่าง
3. วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
6. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
7. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา
8. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### การออกแบบการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และใช้วิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire survey) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยคุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent variables) มีทั้งหมด 6 ตัวแปร ได้แก่

1. ความน่าเชื่อถือ
2. การตอบสนอง
3. ความปลอดภัย
4. ความสะดวกสบาย
5. ความง่ายต่อการใช้งาน
6. ประสิทธิภาพในการใช้งาน

ตัวแปรตาม (Dependent variables) มี 1 ตัวแปร ได้แก่

1. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน

## ประชากรและขนาดตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มผู้ใช้บริการ โบบายเบงกิง (MyMo) ของธนาคาร ออมสินเขตชลบุรี 2 และเขตชลบุรี 4 ประกอบไปด้วยสาขานูญสัมพันธ์ สาขาสุขุมวิท-สัดหีบ สาขา บ่อวินและสาขาเซ็นทรัลพัทยาบีช ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มผู้ใช้บริการ โบบายเบงกิง (MyMo) ของธนาคาร ออมสิน โดยคำนวณหาขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจากสูตรของ Cochran (1977 อ้างถึงใน ชีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ร้อยละ 5 และไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากร จากสูตรดังต่อไปนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

เมื่อ  $n$  = ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ  
 $e$  = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ = 0.05  
 $Z$  = ค่า  $Z$  ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 มีค่า  $Z = 1.96$

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} \quad n &= \frac{1.96^2}{4(0.05)^2} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ 384.16 หรือประมาณ 385 คน

## วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก จากประชากรที่ใช้บริการ โบบายเบงกิง (MyMo) ของธนาคารออมสิน จำนวน 385 คน ระยะเวลาในการเก็บตั้งแต่วันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2562 ถึงวันที่ 24 สิงหาคม พ.ศ. 2562 เป็นระยะเวลา 2 เดือน

## การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวม ข้อมูล คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายเบงกิง (MyMo) ของธนาคารออมสิน แบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบไปด้วยคำถามเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับ ระดับความคิดเห็นคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ MyMo ของธนาคารออมสิน มีทั้งหมด 30 ข้อ ประกอบไปด้วย ความน่าเชื่อถือจำนวน 6 ข้อ การตอบสนองจำนวน 8 ข้อ ความปลอดภัยจำนวน 4 ข้อ ความสะดวกสบายจำนวน 4 ข้อ ความง่ายต่อการใช้งานจำนวน 4 ข้อ และประสิทธิภาพจำนวน 4 ข้อ โดยดัดแปลงมาจาก Parasuraman and others (2005) และ Sagib and Zapan (2014) เป็นการสอบถามความคิดเห็น โดยใช้มาตราวัดการประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

กำหนดให้ 5 คะแนน เท่ากับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

กำหนดให้ 4 คะแนน เท่ากับ เห็นด้วย

กำหนดให้ 3 คะแนน เท่ากับ เฉย ๆ

กำหนดให้ 2 คะแนน เท่ากับ ไม่เห็นด้วย

กำหนดให้ 1 คะแนน เท่ากับ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การแปลผลจะใช้ระดับเกณฑ์การให้คะแนนเฉลี่ยโดยที่กำหนดความสำคัญของคะแนน โดยใช้หลักการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class interval) ซึ่งใช้สูตรดังนี้ (บุญธรรม กิจปริดาภิวัตน์, 2549)

$$\begin{aligned} \text{ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วงหรือระดับที่ต้องการแปลผล}} \\ &= (5 - 1) / 5 \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ตารางสรุปเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนในแบบสอบถามส่วนที่ 3 : คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายเบงกิง (MyMo) ของธนาคารออมสิน เป็นดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	เท่ากับ	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	เท่ากับ	มาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	เท่ากับ	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	เท่ากับ	น้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	เท่ากับ	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โหมบายเบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคาร ออมสิน มีทั้งหมด 5 ข้อ โดยดัดแปลงมาจาก (Grigoroudis, 2009) เป็นการสอบถามความคิดเห็น โดยใช้มาตราวัดการประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน และแปลผล เช่นเดียวกับส่วนที่ 3

### การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

หลังจากที่ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปตรวจสอบคุณภาพ ด้านความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ดังนี้

#### 1. ความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปปรึกษากับผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ซึ่ง ประกอบไปด้วย

##### 1.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรรัตน์ วิริยะสืบพงศ์

ประธานสาขา/ อาจารย์ประจำสาขาการจัดการธุรกิจและสารสนเทศ คณะการจัดการ และการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

##### 1.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรัญพงศ์ บุญศิริธรรมชัย

รองหัวหน้าภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

##### 1.3 อาจารย์ ดร.ศรีญา แสงลี้มสุวรรณ

อาจารย์ประจำสาขาการจัดการธุรกิจและสารสนเทศ คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและครอบคลุมตามกรอบแนวคิดที่กำหนด และ ประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับนิยามศัพท์เฉพาะ โดยประเมินจากค่าดัชนี IOC (Index of item-objective congruence) ซึ่งค่า IOC ที่ได้ในแต่ละข้อจะต้องไม่ต่ำกว่า 0.5 ในแต่ละข้อ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) กำหนดเกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

และจากการคำนวณค่าดัชนี IOC ของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยนี้ มีค่าเท่ากับ 0.92 (ภาคผนวก ก) จึงสรุปว่าแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยนี้มีค่าความเที่ยงตรงที่ใช้ได้

2. การทดสอบความน่าเชื่อถือ โดยการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม มีวิธีการดังนี้ นำแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาความเที่ยงตรงจากเนื้อหาคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และผู้ทรงคุณวุฒิไปทำการศึกษาในขั้นตอนการทดสอบก่อน (Pretest stage) จำนวน 30 ชุด เพื่อหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม หลังจากนั้นนำข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาในขั้นตอนการทดสอบก่อนมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามอีกครั้ง และก่อนที่จะนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลในขั้นการศึกษาหลัก (Main study) โดยค่า Cronbach's Alpha จะใช้เกณฑ์ที่มีค่ามากกว่า 0.70 (กัลยา วาณิชย์ปัญญา, 2550) แสดงว่าข้อมูลในแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นเพียงพอ ซึ่งผลการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่นด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความปลอดภัย ด้านความสะดวกสบาย ด้านความง่าย ต่อการใช้งาน ด้านประสิทธิภาพและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โหมบายเบงกิ้ง (MyMo) มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ 0.95, 0.97, 0.90, 0.93, 0.92, 0.88 และ 0.94 แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นเพียงพอที่จะนำไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้ (ภาคผนวก ข)

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ดำเนินการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มผู้ใช้บริการ โหมบายเบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน ทั้งทางออนไลน์ โดยแชร์ข้อมูลบน Facebook ส่ง Line และ E-mail ให้กับผู้ใช้บริการ โหมบายเบงกิ้ง MyMo ของธนาคารออมสิน ซึ่งเก็บข้อมูลได้จำนวน 185 ชุด และเก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามกับกลุ่มผู้ใช้บริการ โหมบายเบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสินที่สาขานุญสัมพันธ์ สาขาสุขุมวิท-สัดหีบ สาขาบ่อวิน และสาขาเซ็นทรัลพญาภิษ จำนวน 200 ชุด เริ่มเก็บแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2562 ถึงวันที่ 24 สิงหาคม พ.ศ. 2562 เป็นระยะเวลา 2 เดือน

ขั้นตอนที่ 2 นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาตรวจหาความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละฉบับ และทำการบันทึกคำตอบจากแบบสอบถาม เพื่อประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปต่อไป

### แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยนี้เพื่อศึกษาถึงคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โหมบายเบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความจากหนังสือ วารสาร และสื่ออินเทอร์เน็ตต่าง ๆ

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามผู้ที่ใช้บริการ โมบาย แบนกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน จำนวน 385 ชุด

### วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว เป็นการเตรียมข้อมูลสำหรับการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) สถิติที่ใช้ ได้แก่ การหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) ในการอธิบายลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลการใช้บริการ MyMo

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regression analysis) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามที่ใช้ในการศึกษา และทดสอบสมมติฐาน

### การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ คือ วิธีการทางสถิติเพื่อให้ได้สมการถดถอยสำหรับทำนายปรากฏการณ์ต่าง ๆ ใช้ศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่มีมากกว่า 1 ตัวแปร กับตัวแปรตามจะเป็นการศึกษาความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linearity) ซึ่งการศึกษานี้มีตัวแปรอิสระ 6 ตัวแปร คือ 1. ความน่าเชื่อถือ 2. การตอบสนอง 3. ความปลอดภัย 4. ความสะดวกสบาย 5. ความง่ายต่อการใช้งาน 6. ประสิทธิภาพในการใช้งาน และตัวแปรตามคือ ความพึงพอใจในการใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง MyMo

รูปแบบของสมการถดถอยพหุคูณ

รูปแบบของสมการถดถอยพหุคูณในการศึกษานี้ แสดงได้ดังนี้

สมการในรูปแบบคะแนนดิบ

$$\begin{aligned} \text{ความพึงพอใจในการใช้บริการ} &= a + b_1\text{ความน่าเชื่อถือ} + b_2\text{การตอบสนอง} + \\ &+ b_3\text{ความปลอดภัย} + b_4\text{ความสะดวกสบาย} + \\ &+ b_5\text{ความง่ายต่อการใช้งาน} + b_6\text{ประสิทธิภาพในการใช้งาน} \end{aligned}$$



โดยที่ a = ค่าคงที่ของสมการถดถอย

b1 = ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นค่า

Unstandardized Coefficient

b2 = ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยด้านการตอบสนอง ซึ่งเป็นค่า

Unstandardized Coefficient

b3 = ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยด้านความปลอดภัย ซึ่งเป็นค่า

Unstandardized Coefficient

b4 = ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ซึ่งเป็นค่า

Unstandardized Coefficient

b5 = ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยด้านความง่ายต่อการใช้งาน ซึ่งเป็นค่า

Unstandardized Coefficient

b6 = ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน ซึ่งเป็น

ค่า Unstandardized Coefficient

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z'_{\text{ความพึงพอใจในการใช้บริการ}} = \text{Beta1 } Z_{\text{ความน่าเชื่อถือ}} + \text{Beta2 } Z_{\text{การตอบสนอง}} +$$

$$\text{Beta3 } Z_{\text{ความปลอดภัย}} + \text{Beta4 } Z_{\text{ความสะดวกสบาย}} + \text{Beta5 } Z_{\text{ความง่ายต่อการใช้งาน}} + \text{Beta6 } Z_{\text{ประสิทธิภาพในการใช้งาน}}$$

โดยที่ Beta คือค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของแต่ละตัวที่จะนำมาสร้างสมการพยากรณ์ ซึ่งเป็นค่า Standardized Coefficient จะเป็นการเขียนสมการในรูปคะแนนมาตรฐาน ถ้าค่าเป็นค่าลบหมายความว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์เชิงลบกับตัวแปรตาม ถ้าค่าเป็นบวกหมายความว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ทางบวกกับตัวแปรตาม ค่านี้ยังแสดงถึงน้ำหนักของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม

การอธิบายผลที่ได้จากสมการ (Leech, Barrett & Morgan, 2005)

1. ความสำคัญของรูปแบบการถดถอย: ใช้การวิเคราะห์ ANOVA เพื่อทดสอบความสำคัญของรูปแบบการถดถอย ถ้าระดับนัยสำคัญ (p) น้อยกว่า .05 แสดงว่าการรวมกันของตัวแปรอิสระสามารถทำนายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญ

2. ค่า R คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple correlation) เป็นค่าที่แสดงถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มของตัวแปรอิสระทั้งหมดในสมการกับตัวแปรตาม ค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่ากลุ่มของตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามมาก

3. ค่า  $R^2$  คือค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุคูณ (Coefficient of multiple determination) เป็นค่าที่ใช้ระบุว่าเปอร์เซ็นต์ของความแปรปรวนของตัวแปรตามที่สามารถคาดการณ์ได้จากการรวมกันของตัวแปรอิสระค่านี้มีค่าแตกต่างกันตั้งแต่ 0.0 ถึง 1.0 และถ้าค่า  $R^2$  มีค่ามากกว่า 0.49 ถือว่ามีสัมพันธ์กันในระดับมากที่สุด ถ้าค่า  $R^2$  อยู่ระหว่าง .26 และ .49 ถือว่ามีสัมพันธ์กันในระดับมาก ถ้าค่า  $R^2$  อยู่ระหว่าง .13 และ .26 ถือว่ามีสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ถ้าค่า  $R^2$  อยู่ระหว่าง .02 และ .13 ถือว่ามีสัมพันธ์กันในระดับน้อย

4. ค่าสถิติ  $t$  เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบว่าตัวแปรอิสระใดบ้างที่สามารถใช้พยากรณ์ตัวแปรตามได้ การสรุปและตัดสินใจ จะเปรียบเทียบค่า Sig. ในผลการวิเคราะห์กับค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ ( $\alpha$  นิยมกำหนดเกณฑ์ที่ 0.05) ถ้าผลการวิเคราะห์พบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่าค่า  $\alpha$  แสดงว่าตัวแปรอิสระตัวที่  $i$  มีผลต่อตัวแปรตาม (สามารถใช้ พยากรณ์) ตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โหมบายแวงกิ่ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการ โหมบายแวงกิ่ง (MyMo)
3. ข้อมูลเกี่ยวกับผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการ โหมบายแวงกิ่ง (MyMo)
4. ข้อมูลเกี่ยวกับผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการ โหมบายแวงกิ่ง (MyMo)
5. การวิเคราะห์สมมติฐาน
6. สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

#### ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษารั้งนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามกลับมา ทั้งหมด 385 ชุด ครอบคลุมจำนวน คิดเป็นร้อยละ 100 รายละเอียดข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามมีดังนี้

ตารางที่ 4-1 จำนวน และร้อยละของเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	178	46.2
หญิง	207	53.8
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 4-1 เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง คิดเป็นร้อยละ 53.8 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 46.2

ตารางที่ 4-2 จำนวน และร้อยละของอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15-25 ปี	36	9.4
26-35 ปี	133	34.5
36-45 ปี	135	35.1
มากกว่า 45 ปี	81	21.0
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 4-2 อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมากเป็นลำดับที่ 1 มีอายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.1 ลำดับที่ 2 มีอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.5 ลำดับที่ 3 มีอายุ มากกว่า 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.0 และลำดับสุดท้าย มีอายุ 15-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.4

ตารางที่ 4-3 จำนวน และร้อยละของระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	68	17.7
ปริญญาตรี	126	32.7
สูงกว่าปริญญาตรี	191	49.6
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 4-3 ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมากเป็นลำดับที่ 1 มีระดับการศึกษามากกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 49.6 ลำดับที่ 2 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 32.7 และลำดับสุดท้าย ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 17.7

ตารางที่ 4-4 จำนวน และร้อยละของอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/ นักศึกษา	34	8.8
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	144	37.4
พนักงานบริษัทเอกชน	111	28.8
ธุรกิจส่วนตัว	73	19.0
อื่น ๆ	23	6.0
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 4-4 อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมากเป็นลำดับที่ 1 มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 37.4 ลำดับที่ 2 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 28.8 ลำดับที่ 3 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 19.0 ลำดับที่ 4 มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 8.8 และลำดับสุดท้าย มีอาชีพอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 6.0

ตารางที่ 4-5 จำนวน และร้อยละของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	49	12.7
15,001-30,000 บาท	119	30.9
30,001-50,000 บาท	104	27.0
50,001-100,000 บาท	58	15.1
100,000 บาท ขึ้นไป	55	14.3
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 4-5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมากเป็นลำดับที่ 1 มีรายได้ 15,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.9 ลำดับที่ 2 มีรายได้ 30,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.0 ลำดับที่ 3 มีรายได้ 50,001-100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.1 ลำดับที่ 4 มีรายได้ 100,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 14.3 และลำดับสุดท้าย มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.7

## ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการโมบายแบงกิ้ง (MyMo)

ตารางที่ 4-6 จำนวน และร้อยละของแหล่งข้อมูลการให้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน

แหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เว็บไซต์ธนาคารออมสิน	84	21.8
พนักงานแนะนำ	264	68.6
เพื่อน/ คนรู้จักแนะนำ	13	3.4
โฆษณาผ่านโทรทัศน์	19	4.9
ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์	5	1.3
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 4-6 แหล่งข้อมูลของการให้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักบริการ MyMo จากแหล่งข้อมูลมากเป็นลำดับที่ 1 คือ พนักงานแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 68.6 ลำดับที่ 2 คือ เว็บไซต์ธนาคารออมสิน คิดเป็นร้อยละ 21.8 ลำดับที่ 3 โฆษณาผ่านโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 4.9 ลำดับที่ 4 เพื่อน/ คนรู้จักแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 3.4 ลำดับที่ 5 ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 1.3 และลำดับสุดท้ายอื่น ๆ ไม่มีผู้ตอบ

ตารางที่ 4-7 จำนวน และร้อยละของบริการ MyMo ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้บริการ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเภทการบริการ	จำนวน	ร้อยละ
การโอนเงิน	282	22.2
เติมเงิน	96	7.5
MyMo Pay ชำระค่าสินค้า	58	4.6
MY Card ถอนเงินสด โดยไม่ใช้บัตร	64	5.0
GSB พร้อมเพย์	107	8.4
สลากดิจิทัล	134	10.5
GBS CREDIT CARDS	74	5.8
ชำระสินเชื่อ	178	14
ชำระบิล	110	8.6
รายการเคลื่อนไหวทางบัญชี	169	13.3
รวม	1272	100.0

จากตารางที่ 4-7 บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมใช้บริการพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมากเป็นลำดับที่ 1 คือ การโอนเงิน คิดเป็นร้อยละ 22.2 ลำดับที่ 2 ชำระสินค้า คิดเป็นร้อยละ 14.0 ลำดับที่ 3 รายการเคลื่อนไหวทางบัญชี คิดเป็นร้อยละ 13.3 ลำดับที่ 4 สลากคิจัทล คิดเป็นร้อยละ 10.5 ลำดับที่ 5 ชำระบิล คิดเป็นร้อยละ 8.6 ลำดับที่ 6 GSB พร้อมเพย์ คิดเป็นร้อยละ 8.4 ลำดับที่ 7 เดิมเงิน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ลำดับที่ 8 GBS CREDIT CARDS คิดเป็นร้อยละ 5.8 ลำดับที่ 9 MY Card ถอนเงินสดโดยไม่ใช้บัตร คิดเป็นร้อยละ 5.0 และลำดับสุดท้าย MyMo Pay ชำระค่าสินค้า คิดเป็นร้อยละ 4.6

ตารางที่ 4-8 จำนวน และร้อยละของจำนวนครั้งในการใช้งานแต่ละเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำนวนครั้งของการใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
1-5 ครั้ง	164	42.6
6-10 ครั้ง	118	30.6
11-15 ครั้ง	51	13.2
มากกว่า 15 ครั้ง	52	13.5
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 4-8 จำนวนครั้งในการใช้งานแต่ละเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมากเป็นลำดับที่ 1 มีจำนวน 1-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 42.6 ลำดับที่ 2 มีจำนวน 6-10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.6 ลำดับที่ 3 มีจำนวน มากกว่า 15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.5 และลำดับสุดท้าย มีจำนวน 11-15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.2

ตารางที่ 4-9 จำนวน และร้อยละของจำนวนเงิน โดยเฉลี่ยในการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำนวนเงิน โดยเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	77	20.0
5,001-10,000 บาท	87	22.6
10,001-20,000 บาท	157	40.8
20,001-30,000 บาท	35	9.1
30,001-40,000 บาท	3	0.7
มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	26	6.8
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 4-9 จำนวนเงิน โดยเฉลี่ยในการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมากเป็นลำดับที่ 1 จำนวนเงิน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.8 ลำดับที่ 2 จำนวนเงิน 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.6 ลำดับที่ 3 จำนวนเงินไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.0 ลำดับที่ 4 จำนวนเงิน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.1 ลำดับที่ 5 จำนวนเงินมากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็น 6.8 และลำดับสุดท้าย จำนวนเงิน 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.7

### ข้อมูลเกี่ยวกับผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการโบายเบงกิ้ง (MyMo)

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบายเบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน การศึกษานี้มีทั้งหมด 6 ตัวแปร ได้แก่

1. ความน่าเชื่อถือ
2. การตอบสนอง
3. ความปลอดภัย
4. ความสะดวกสบาย
5. ความง่ายต่อการใช้งาน
6. ประสิทธิภาพในการใช้งาน

ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบายเบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน โดยรวมและรายด้าน ดังตารางที่ 4-10



ตารางที่ 4-10 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็น คุณภาพการบริการ อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โหมบายเบงกิง (MyMo) ของ ธนาคารออมสิน โดยรวมและรายด้าน

คุณภาพการบริการ	( $\bar{X}$ )	(SD)	ระดับ
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	4.29	.35	มากที่สุด
2. ด้านการตอบสนอง	4.56	.32	มากที่สุด
3. ด้านความปลอดภัย	4.55	.35	มากที่สุด
4. ด้านความสะดวกสบาย	4.68	.36	มากที่สุด
5. ด้านความง่ายต่อการใช้งาน	4.36	.37	มากที่สุด
6. ด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน	4.38	.38	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.47	.36	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 สำหรับผลการพิจารณาค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.29-4.68 เรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ความสะดวกสบาย ( $\bar{X} = 4.68$ , SD= 0.36) การตอบสนอง ( $\bar{X} = 4.56$ , SD = 0.32) ความปลอดภัย ( $\bar{X} = 4.55$ , SD = 0.35) ประสิทธิภาพ ( $\bar{X} = 4.38$ , SD = 0.38) ความง่ายต่อการใช้งาน ( $\bar{X} = 4.36$ , SD = 0.37) และความน่าเชื่อถือ ( $\bar{X} = 4.29$ , SD = 0.35) ซึ่งมีรายละเอียดของแต่ละปัจจัย ดังตารางที่ 4-11 ถึง 4-16

ตารางที่ 4-11 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็น คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ

คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ	( $\bar{X}$ )	(SD)	ระดับ
1. ท่านรู้สึกว่าคุณภาพการบริการ MyMo ที่ใช้งาน มีความถูกต้องในการทำธุรกรรมทางการเงิน	4.33	.49	มากที่สุด
2. ท่านสามารถเข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo ได้อย่างต่อเนื่องและไม่หลุดระหว่างการทำการ	4.10	.64	มาก

ตารางที่ 4-11 (ต่อ)

คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ	( $\bar{X}$ )	(SD)	ระดับ
3. ท่านรู้สึกว่าคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือของแอปพลิเคชัน MyMo มีการแสดงผลการทำรายการที่รวดเร็ว	4.58	.49	มากที่สุด
4. ท่านรู้สึกว่าคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือของแอปพลิเคชัน MyMo มีการประมวลผลอย่างถูกต้อง	4.44	.55	มากที่สุด
5. ท่านรู้สึกว่าการทำธุรกรรมทางการเงินบนแอปพลิเคชัน MyMo มีเนื้อหารายละเอียดในการให้บริการอย่างชัดเจน	4.42	.50	มากที่สุด
6. ท่านรู้สึกว่าคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือของแอปพลิเคชัน MyMo มีช่องทางการให้ความช่วยเหลืออย่างทันทีในกรณีที่เกิดปัญหา โดยติดต่อผ่าน Call Center เพื่อสอบถาม/ แก้ไขปัญหา	3.93	.80	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.30	.56	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับผลพิจารณาเป็นรายข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.93-4.58 โดยข้อที่มีคะแนนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้อ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกว่าคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือของแอปพลิเคชัน MyMo มีการแสดงผลการทำรายการที่รวดเร็ว ( $\bar{X} = 4.58$ ,  $SD = 0.49$ ) รองลงมาได้แก่ ข้อ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกว่าคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือของแอปพลิเคชัน MyMo มีการประมวลผลอย่างถูกต้อง ( $\bar{X} = 4.44$ ,  $SD = 0.55$ ) และข้อ 5 ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกว่าการทำธุรกรรมทางการเงินบนแอปพลิเคชัน MyMo มีเนื้อหารายละเอียดในการให้บริการอย่างชัดเจน ( $\bar{X} = 4.42$ ,  $SD = 0.50$ ) ส่วนที่มีคะแนนน้อยที่สุดได้แก่ ข้อ 6 ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกว่าคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือของแอปพลิเคชัน MyMo มีช่องทางการให้ความช่วยเหลืออย่างทันทีในกรณีที่เกิดปัญหา โดยติดต่อผ่าน Call Center เพื่อสอบถาม/ แก้ไขปัญหา ( $\bar{X} = 3.93$ ,  $SD = 0.80$ )

ตารางที่ 4-12 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็น คุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง

คุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง	( $\bar{X}$ )	(SD)	ระดับ
1. ท่านรู้สึกว่าคุณแอปพลิเคชัน MyMo สามารถตอบสนองความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว	4.37	.52	มากที่สุด
2. ท่านรู้สึกว่าคุณแอปพลิเคชัน MyMo มีการให้บริการทางการเงินที่ครอบคลุม ตอบสนองความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการ เช่น การโอนเงิน การจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการ การเติมเงิน เป็นต้น	4.19	.65	มาก
3. ท่านรู้สึกว่าคุณแอปพลิเคชัน MyMo สามารถตอบสนองต่อการใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.80	.45	มากที่สุด
4. ท่านรู้สึกว่าคุณแอปพลิเคชัน MyMo สามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.73	.52	มากที่สุด
5. ท่านรู้สึกว่าคุณแอปพลิเคชัน MyMo ตอบสนองทันต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.50	.53	มากที่สุด
6. การเข้าใช้ระบบแอปพลิเคชัน MyMo มีความรวดเร็ว	4.56	.50	มากที่สุด
7. ท่านรู้สึกว่าคุณแอปพลิเคชัน MyMo คำนึงถึงประโยชน์ของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ	4.58	.53	มากที่สุด
8. แอปพลิเคชัน MyMo สามารถใช้งานบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟนได้ทั้งระบบ ios และ ระบบ Android	4.76	.43	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.56	.52	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-12 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง โดยภาพรวม มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 สำหรับผลพิจารณาเป็นรายข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.19-4.80 โดยข้อที่มีคะแนนมากที่สุดลำดับที่หนึ่ง ได้แก่ ข้อ 3 ผู้ตอบ

แบบสอบถามรู้สึกว่าคุณแอปพลิเคชัน MyMo สามารถตอบสนองต่อการใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง ( $\bar{X} = 4.80$ ,  $SD = 0.45$ ) ลำดับที่สอง ได้แก่ ข้อ 8 แอปพลิเคชัน MyMo สามารถใช้งานบนโทรศัพท์สมาร์ตโฟนได้ทั้งระบบ ios และ ระบบ Android ( $\bar{X} = 4.76$ ,  $SD = 0.43$ ) ลำดับที่สาม ได้แก่ ข้อ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกว่าคุณแอปพลิเคชัน MyMo สามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง ( $\bar{X} = 4.73$ ,  $SD = 0.52$ ) ลำดับที่สี่ ได้แก่ ข้อ 7 ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกว่าคุณแอปพลิเคชัน MyMo คำนึงถึงประโยชน์ของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ ( $\bar{X} = 4.58$ ,  $SD = 0.53$ ) ลำดับที่ห้า ได้แก่ ข้อ 6 การเข้าใช้ระบบแอปพลิเคชัน MyMo มีความรวดเร็ว ( $\bar{X} = 4.56$ ,  $SD = 0.50$ ) ลำดับที่หก ได้แก่ ข้อ 5 ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกว่าคุณแอปพลิเคชัน MyMo ตอบสนองทันต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ( $\bar{X} = 4.50$ ,  $SD = 0.53$ ) ลำดับที่เจ็ด ได้แก่ ข้อ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกว่าคุณแอปพลิเคชัน MyMo สามารถตอบสนองความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว ( $\bar{X} = 4.37$ ,  $SD = 0.52$ ) และลำดับสุดท้าย ได้แก่ ข้อ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกว่าคุณแอปพลิเคชัน MyMo มีการให้บริการทางการเงินที่ครอบคลุม ตอบสนองความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการ เช่น การโอนเงิน การจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการ การเติมเงิน เป็นต้น ( $\bar{X} = 4.19$ ,  $SD = 0.65$ )

ตารางที่ 4-13 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็น คุณภาพการบริการด้านความปลอดภัย

คุณภาพการบริการด้านความปลอดภัย	( $\bar{X}$ )	(SD)	ระดับ
1. ท่านรู้สึกถึงความปลอดภัยในการใช้แอปพลิเคชัน MyMo เพราะมีการลงทะเบียนการใช้บริการด้วยหมายเลขบัตรประชาชนเพื่อเป็นการยืนยันตัวตน	4.62	.53	มากที่สุด
2. ท่านรู้สึกถึงความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน MyMo เพราะมีระบบ login โดยกรอกข้อมูลส่วนบุคคลทุกครั้งเมื่อมีการเข้าระบบ	4.69	.49	มากที่สุด
3. ท่านรู้สึกว่าแอปพลิเคชัน MyMo มีระบบเทคโนโลยีด้านความปลอดภัยที่เชื่อถือได้และลดความเสี่ยงในการถูกฉ้อโกง	4.33	.59	มากที่สุด

ตารางที่ 4-13 (ต่อ)

คุณภาพการบริการด้านความปลอดภัย	( $\bar{X}$ )	(SD)	ระดับ
4. ท่านรู้สึกว่าคุณภาพการบริการด้านความปลอดภัย การปกป้องข้อมูลของผู้ใช้งาน โดยใช้รหัสผ่าน หรือการสแกนลายนิ้วมือ ในการเข้าใช้ระบบ	4.59	.52	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.56	.53	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านความปลอดภัย โดยภาพรวม มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 สำหรับผลพิจารณาเป็นรายข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.33-4.69 โดยข้อที่มีคะแนนมากที่สุดลำดับที่หนึ่ง ได้แก่ ข้อ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกถึงความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน MyMo เพราะมีระบบ login โดยกรอกข้อมูลส่วนบุคคลทุกครั้งเมื่อมีการเข้าระบบ ( $\bar{X} = 4.69$ ,  $SD = 0.49$ ) ลำดับที่สอง ได้แก่ ข้อ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกถึงความปลอดภัยในการใช้แอปพลิเคชัน MyMo เพราะมีการลงทะเบียนการใช้บริการด้วยหมายเลขบัตรประชาชนเพื่อเป็นการยืนยันตัวตน ( $\bar{X} = 4.62$ ,  $SD = 0.53$ ) ลำดับที่สาม ได้แก่ ข้อ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกว่าแอปพลิเคชัน MyMo มีระบบการปกป้องข้อมูลของผู้ใช้งาน โดยใช้รหัสผ่านหรือการสแกนลายนิ้วมือ ในการเข้าใช้ระบบ ( $\bar{X} = 4.59$ ,  $SD = 0.52$ ) และลำดับสุดท้าย ได้แก่ ข้อ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกว่าแอปพลิเคชัน MyMo มีระบบเทคโนโลยีด้านความปลอดภัยที่เชื่อถือได้และลดความเสี่ยงในการถูกฉ้อโกง ( $\bar{X} = 4.33$ ,  $SD = 0.59$ )

ตารางที่ 4-14 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็น คุณภาพ  
การบริการ ด้านความสะดวกสบาย

คุณภาพการบริการด้านความสะดวกสบาย	( $\bar{X}$ )	(SD)	ระดับ
1. ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน MyMo สามารถใช้บริการได้ทุกที่ ทุกเวลา	4.64	.50	มากที่สุด
2. ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ทำให้ท่านประหยัดเวลาในการเดินทาง	4.70	.45	มากที่สุด
3. ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ทำให้ท่านประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	4.67	.48	มากที่สุด
4. ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ช่วยให้คุณประหยัดค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมเมื่อเทียบกับช่องทางอื่น ๆ	4.72	.47	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.68	.48	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านความสะดวกสบาย โดยภาพรวม มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 สำหรับผลพิจารณาเป็นรายข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.64-4.72 โดยข้อที่มีคะแนนมากที่สุดลำดับที่หนึ่ง ได้แก่ ข้อ 4. ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกว่าการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ช่วยให้คุณประหยัดค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมเมื่อเทียบกับช่องทางอื่น ๆ ( $\bar{X} = 4.72, SD = 0.47$ ) ลำดับที่สอง ได้แก่ ข้อ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกว่าการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ทำให้ท่านประหยัดเวลาในการเดินทาง ( $\bar{X} = 4.70, SD = 0.45$ ) ลำดับที่สาม ได้แก่ ข้อ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกว่าการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ทำให้ท่านประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ( $\bar{X} = 4.67, SD = 0.48$ ) และลำดับสุดท้าย ได้แก่ ข้อ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกว่าการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน MyMo สามารถใช้บริการได้ทุกที่ ทุกเวลา ( $\bar{X} = 4.64, SD = 0.50$ )

ตารางที่ 4-15 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็น คุณภาพ  
การบริการ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน

ด้านความง่ายต่อการใช้งาน	( $\bar{X}$ )	(SD)	ระดับ
1. ท่านสามารถเรียนรู้การใช้งาน แอปพลิเคชัน MyMo ได้โดยง่าย สามารถทำความเข้าใจได้เอง	4.26	.55	มากที่สุด
2. ท่านสามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ได้โดยง่าย ไม่ยุ่งยาก ทั้งการเช็คยอดเงิน การโอนเงิน การจ่ายบิล	4.31	.55	มากที่สุด
3. ท่านรู้สึกว่าการใช้แอปพลิเคชัน MyMo มีระบบที่ง่าย ไม่ซับซ้อน	4.39	.52	มากที่สุด
4. แอปพลิเคชัน MyMo ทำให้ง่ายขึ้น ในการทำธุรกรรมทางการเงิน	4.48	.51	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.36	.53	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-15 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านความง่ายต่อการใช้งาน โดยภาพรวม มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 สำหรับผลพิจารณาเป็นรายข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.26-4.48 โดยข้อที่มีคะแนนมากที่สุดลำดับที่หนึ่ง ได้แก่ ข้อ 4 แอปพลิเคชัน MyMo ทำให้ง่ายขึ้น ในการทำธุรกรรมทางการเงิน ( $\bar{X} = 4.48$ ,  $SD = 0.51$ ) ลำดับที่สอง ได้แก่ ข้อ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกว่าการใช้แอปพลิเคชัน MyMo มีระบบที่ง่าย ไม่ซับซ้อน ( $\bar{X} = 4.39$ ,  $SD = 0.52$ ) ลำดับที่สาม ได้แก่ ข้อ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ได้โดยง่าย ไม่ยุ่งยาก ทั้งการเช็คยอดเงิน การโอนเงิน การจ่ายบิล ( $\bar{X} = 4.31$ ,  $SD = 0.55$ ) และลำดับสุดท้าย ได้แก่ ข้อ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเรียนรู้การใช้งาน แอปพลิเคชัน MyMo ได้โดยง่าย สามารถทำความเข้าใจได้เอง ( $\bar{X} = 4.26$ ,  $SD = 0.55$ )

ตารางที่ 4-16 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็น คุณภาพ การบริการ ด้านประสิทธิภาพ

ด้านประสิทธิภาพ	( $\bar{X}$ )	(SD)	ระดับ
1. ท่านรู้สึกว่าการะบบของ แอปพลิเคชัน MyMo มีเสถียรภาพ ไม่หลุดหรือล่มบ่อยในขณะที่ทำรายการ สามารถใช้งาน ได้ตลอดเวลา	4.04	.69	มาก
2. ท่านรู้สึกว่า แอปพลิเคชัน MyMo มีความรวดเร็ว ในการเข้าถึงข้อมูลในการทำธุรกรรมทางการเงิน	4.53	.50	มากที่สุด
3. ท่านรู้สึกว่า แอปพลิเคชัน MyMo มีความรวดเร็ว ในการแสดงผลการทำธุรกรรมทางการเงิน	4.48	.52	มากที่สุด
4. ท่านรู้สึกว่า แอปพลิเคชัน MyMo มีการอัพเดท เวอร์ชันของ MyMo เพื่อความถูกต้องของข้อมูลให้ ทันสมัยและเป็นปัจจุบัน	4.49	.52	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.39	.56	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-16 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านประสิทธิภาพ โดยภาพรวม มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 สำหรับผลพิจารณาเป็นรายข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.04-4.53 โดยข้อที่มีคะแนนมากที่สุดลำดับที่หนึ่ง ได้แก่ ข้อ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกว่าการะบบของ แอปพลิเคชัน MyMo มีความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลในการทำธุรกรรมทางการเงิน ( $\bar{X} = 4.53$ ,  $SD = 0.50$ ) ลำดับที่สอง ได้แก่ ข้อ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกว่า แอปพลิเคชัน MyMo มีการอัพเดทเวอร์ชันของ MyMo เพื่อความถูกต้องของข้อมูลให้ทันสมัยและเป็นปัจจุบัน ( $\bar{X} = 4.49$ ,  $SD = 0.52$ ) ลำดับที่สาม ได้แก่ ข้อ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกว่า แอปพลิเคชัน MyMo มีความรวดเร็วในการแสดงผลการทำธุรกรรมทางการเงิน ( $\bar{X} = 4.48$ ,  $SD = 0.52$ ) และลำดับสุดท้าย ได้แก่ ข้อ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกว่าการะบบของ แอปพลิเคชัน MyMo มีเสถียรภาพ ไม่หลุดหรือล่มบ่อยในขณะที่ทำรายการ สามารถใช้งาน ได้ตลอดเวลา ( $\bar{X} = 4.04$ ,  $SD = 0.69$ )



### ข้อมูลเกี่ยวกับผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแบงกิ้ง (MyMo)

ตารางที่ 4-17 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน

ความพึงพอใจ	( $\bar{X}$ )	(SD)	ระดับ
1. ท่านได้รับประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจจากการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน	4.35	.51	มากที่สุด
2. ท่านมีความมั่นใจว่าท่านได้ตัดสินใจถูกต้องแล้วในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน	4.51	.50	มากที่สุด
3. ท่านพึงพอใจกับแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน	4.60	.49	มากที่สุด
4. ท่านต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ต่อไป	4.70	.46	มากที่สุด
5. ท่านต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo มากขึ้นกว่าเดิมในอนาคต	4.76	.42	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.58	.48	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-17 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน โดยภาพรวม มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 สำหรับผลพิจารณาเป็นรายข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.35-4.76 โดยข้อที่มีคะแนนมากที่สุดลำดับที่หนึ่ง ได้แก่ ข้อ 5 ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo มากขึ้นกว่าเดิมในอนาคต ( $\bar{X} = 4.76$ ,  $SD = 0.42$ ) ลำดับที่สอง ได้แก่ ข้อ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ต่อไป ( $\bar{X} = 4.70$ ,  $SD = 0.46$ ) ลำดับที่สาม ได้แก่ ข้อ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจกับแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน ( $\bar{X} = 4.60$ ,  $SD = 0.49$ ) ลำดับที่สี่ ได้แก่ ข้อ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความมั่นใจว่า ท่านได้ตัดสินใจถูกต้องแล้วในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน ( $\bar{X} = 4.51$ ,  $SD = 0.50$ ) และลำดับสุดท้าย ได้แก่ ข้อ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจจากการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน ( $\bar{X} = 4.35$ ,  $SD = 0.51$ )

### การวิเคราะห์สมมติฐาน

การศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัว ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ความง่ายต่อการใช้งาน และประสิทธิภาพ ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน โดยมีสมมติฐานดังนี้

H1 : ความน่าเชื่อถือ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง MyMo ของธนาคารออมสิน

H2 : การตอบสนอง มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง MyMo ของธนาคารออมสิน

H3 : ความปลอดภัย มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง MyMo ของธนาคารออมสิน

H4 : ความสะดวกสบาย มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง MyMo ของธนาคารออมสิน

H5 : ความง่ายต่อการใช้งาน มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง MyMo ของธนาคารออมสิน

H6 : ประสิทธิภาพในการใช้งาน มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง MyMo ของธนาคารออมสิน

จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regression analysis) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบ Stepwise ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4-18 สรุปตัวแบบการถดถอยพหุคูณ ในการกำหนด ความพึงพอใจ

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
.586	.344	.337	.32659	1.802

Note. 1.  $F(4,380) = 49.808, p = .000$

2. Predictors: (Constant) ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความสะดวกสบาย และ ความง่ายต่อการใช้งาน

3. Dependent variable: ความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน

ผลลัพธ์ของตัวแบบการถดถอยพหุคูณ ดังตารางที่ 4-18 พบว่า ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความสะดวกสบาย และความง่ายต่อการใช้งาน สามารถพยากรณ์ความพึงพอใจ ในการใช้บริการโมบายแบงก์ (MyMo) ได้อย่างมีนัยสำคัญ ( $F(4,380) = 49.808, p = .000$ ) โดยมี ค่าประสิทธิภาพการตัดสินใจ (Adjusted R Square) เท่ากับ .337 อธิบายได้ว่า ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความสะดวกสบาย และความง่ายต่อการใช้งาน สามารถอธิบายความผันแปรของ ความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแบงก์ (MyMo) ของธนาคารออมสิน ได้ร้อยละ 33.70 ซึ่งอยู่ในระดับมาก (Leech, Barrett & Morgan, 2005)

ตารางที่ 4-18 ได้มีการทดสอบปัญหา Autocorrelation ของข้อมูล โดยใช้ Durbin-Watson ซึ่งได้ค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.802 ในการกำหนดความพึงพอใจของการใช้บริการ โมบายแบงก์ (MyMo) ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 1.5 และ 2.5 ดังนั้น แสดงว่าไม่มีปัญหา Autocorrelation ในข้อมูล ที่ใช้ในการศึกษานี้ (Hair et al., 2006) นอกจากนี้ตารางที่ 4-18 แสดงค่า VIF เพื่อใช้ในการ ตรวจสอบ ปัญหา Multicollinearity ของตัวแปรอิสระ ค่า VIF ของตัวแปรอิสระต่าง ๆ สามารถยอมรับได้ทั้งหมด มีค่าอยู่ที่ระหว่าง 2.236-3.219 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 (Lee, Lee & Lee, 2000) ดังนั้นตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง

นอกจากนี้ ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัย และปัจจัยด้าน ประสิทธิภาพในการใช้งาน ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โมบายแบงก์ (MyMo) ของ ธนาคารออมสิน จึงทำให้ปฏิเสธสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ เนื่องมาจากผู้ใช้บริการมีความมั่นใจในการ ทำธุรกรรมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ข้อมูลสำคัญจะไม่ถูกแฮกจากบุคคลภายนอก และการเข้าใช้ ระบบจะมีการยืนยันลงทะเบียนผู้ใช้งาน โดยใส่หมายเลขบัตรประชาชนหรือแสกนลายนิ้วมือ มีการปรับปรุงอัพเดทเวอร์ชันของ MyMo ให้ทันสมัยและเป็นปัจจุบัน

แบบจำลองที่ทดสอบและค่าสัมประสิทธิ์ การถดถอยพหุคูณ ของความพึงพอใจในการ ใช้บริการโมบายแบงก์ (MyMo) ของธนาคารออมสิน ดังตารางที่ 4-19

ตารางที่ 4-19 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โฆษณแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน

	Unstandardized		Standardized	t	Sig. (p)	VIF
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	.989	.257		3.847	.000	
การตอบสนอง	.214	.087	.171*	2.447	.015	2.824
ความน่าเชื่อถือ	.251	.065	.225**	3.843	.000	1.990
ความสะดวกสบาย	.212	.068	.191**	3.121	.002	2.180
ความง่ายต่อการใช้งาน	.125	.061	.117*	2.052	.041	1.872

a ตัวแปรตาม : ความพึงพอใจในการใช้บริการ โฆษณแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4-19 แสดงให้เห็นว่ามีสี่ปัจจัย ซึ่งได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความสะดวกสบาย การตอบสนองและความง่ายต่อการใช้งาน มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โฆษณแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีรายละเอียดดังนี้

เมื่อพิจารณาผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โฆษณแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า ความน่าเชื่อถือ มีนัยสำคัญทางสถิติในการทำนายความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โฆษณแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน ณ ระดับ.01 ( $t = 3.843, p = .000$ ) โดยมีอิทธิพลทางบวกมากที่สุด (Beta = 0.225) รองลงมาคือ ความสะดวกสบาย (Beta = 0.191) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ( $t = 3.121, p = .002$ ) อันดับสามคือ การตอบสนอง (Beta = 0.171) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $t = 2.447, p = .015$ ) และลำดับสุดท้ายคือ ความง่ายต่อการใช้งาน (Beta = 0.117) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $t = 2.052, p = .041$ ) ตามลำดับ

โดยสามารถเขียนสมการแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามได้ดังนี้  
สมการในรูปคะแนนดิบ

ความพึงพอใจในการใช้บริการ = 0.989 + 0.214 การตอบสนอง + 0.251 ความน่าเชื่อถือ โฆษณแบงกิ้ง (MyMo) ไว้วางใจ + 0.212 ความสะดวกสบาย + 0.125 ความง่ายต่อการใช้งาน

### สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z' \text{ ความพึงพอใจในการใช้บริการ} = 0.171Z_{\text{การตอบสนอง}} + 0.225Z_{\text{ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ}}$$

$$\text{โมบายแบงก์ (MyMo)} + 0.191Z_{\text{ความสะดวกสบาย}} + 0.117Z_{\text{ความง่ายต่อการใช้งาน}}$$

### สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

การศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โมบายแบงก์ (MyMo) ของธนาคารออมสิน สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางที่ 4-20

ตารางที่ 4-20 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. ความน่าเชื่อถือ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแบงก์ MyMo ของธนาคารออมสิน	ยอมรับสมมติฐาน
2. การตอบสนอง มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจสมมติฐานในการใช้บริการโมบายแบงก์ MyMo ของธนาคารออมสิน	ยอมรับสมมติฐาน
3. ความปลอดภัย มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแบงก์ MyMo ของธนาคารออมสิน	ปฏิเสธสมมติฐาน
4. ความสะดวกสบาย มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแบงก์ MyMo ของธนาคารออมสิน	ยอมรับสมมติฐาน
5. ความง่ายต่อการใช้งาน มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจสมมติฐานในการใช้บริการโมบายแบงก์ MyMo ของธนาคาร	ยอมรับสมมติฐาน
6. ประสิทธิภาพในการใช้งาน มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแบงก์ MyMo ของธนาคารออมสิน	ปฏิเสธสมมติฐาน

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน และ 2. เพื่อศึกษาอิทธิพลคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน ในบทนี้จะนำเสนอสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ แบ่งออกเป็น 5 หัวข้อดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน
3. อภิปรายผลการวิจัย
4. ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย
5. ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

#### สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์สรุปเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน จากกลุ่มตัวอย่าง 385 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุช่วง 36-45 ปี มีการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการ MyMo

ผลการวิเคราะห์การให้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักบริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) จากพนักงานแนะนำ นิยมใช้บริการ การโอนเงิน มีความถี่ในการใช้งานเดือนละ 1-5 ครั้ง จำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ใช้จ่ายระหว่าง 10,001-20,000 บาท

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ พบว่า ปัจจัยทั้ง 6 ด้าน ซึ่งได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ความง่ายต่อการใช้งาน และประสิทธิภาพในการใช้งาน โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง (MyMo) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง (MyMo) พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อคำถามทุกข้อ อยู่ในระดับมากที่สุด

### สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

การศึกษานี้มีการทดสอบสมมติฐาน 6 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ความน่าเชื่อถือ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง MyMo ของธนาคารออมสิน

สมมติฐานข้อที่ 2 การตอบสนอง มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง MyMo ของธนาคารออมสิน

สมมติฐานข้อที่ 3 ความปลอดภัย ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง MyMo ของธนาคารออมสิน

สมมติฐานข้อที่ 4 ความสะดวกสบาย มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง MyMo ของธนาคารออมสิน

สมมติฐานข้อที่ 5 ความง่ายต่อการใช้งาน มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง MyMo ของธนาคารออมสิน

สมมติฐานข้อที่ 6 ประสิทธิภาพในการใช้งาน ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง MyMo ของธนาคารออมสิน

สรุปผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า มี 4 ปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ ด้านความสะดวกสบาย อันดับที่ 3 คือ ด้านการตอบสนอง และด้านความง่ายต่อการใช้งาน ตามลำดับ

ส่วนปัจจัยด้านความปลอดภัย และด้านประสิทธิภาพ ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน เนื่องมาจากแอปพลิเคชันได้มีการ

ถูกพัฒนา จนได้รับความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการทำให้มีความมั่นใจในการทำธุรกรรมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ และด้วยในยุคปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยีอยู่ตลอดเวลาในชีวิตประจำวันจนทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัย ข้อมูลสำคัญจะไม่ถูกแฮกจากบุคคลภายนอก และการเข้าใช้ระบบจะมีการยืนยันลงทะเบียนผู้ใช้งาน โดยใส่หมายเลขบัตรประชาชนหรือแสกนลายนิ้วมือ ในด้านของประสิทธิภาพในการใช้งานอาจจะเป็นไปได้ว่า ระบบของโมบายแบงกิ้ง MyMo นั้นมีเสถียรภาพรวดเร็วในการใช้งานและการแสดงผล สามารถใช้บริการได้ตลอดเวลา รวมทั้งการอัปเดตเวอร์ชันของ โมบายแบงกิ้งให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ จึงทำให้ผู้ใช้บริการมีความมั่นใจในประสิทธิภาพของ MyMo

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน มีเพียง 4 ด้าน คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความสะดวกสบาย ด้านการตอบสนอง และด้านความง่ายต่อการใช้งานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน ซึ่งสามารถอภิปรายผลของแต่ละปัจจัยได้ดังต่อไปนี้

#### ความน่าเชื่อถือ

การวิจัยในครั้งนี้ พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง ความพึงพอใจในการใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน ขึ้นอยู่กับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความน่าเชื่อถือ โดยในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความน่าเชื่อถือเป็นปัจจัยที่สำคัญรองลงมาจาก ปัจจัยด้านการตอบสนอง ผลการศึกษานี้ยืนยันผลการศึกษาเชิงประจักษ์ก่อนหน้านี้ซึ่งพบว่า ความน่าเชื่อถือเป็นตัวทำนายนที่สำคัญของความพึงพอใจ ตัวอย่างเช่นงานวิจัยของ ภาณุพงศ์ ลือฤทธิ์ (2560) พบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัครเดช ปิ่นสุข (2557) พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านความน่าเชื่อถือ มีผลต่อความพึงพอใจในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิศาลศรี นิโลดม และสวัสดิ์ วรรณรัตน์ (2560) พบว่า ความพึงพอใจคุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มีผลต่อความพึงพอใจในตราสินค้า ซึ่งแสดงถึงลูกค้ามีความพึงพอใจในการบริการของธนาคาร ลูกค้าได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการ



และเชื่อมั่นว่าธนาคารมีความน่าเชื่อถือ และความพร้อมในการให้บริการ

ความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลในทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน เนื่องจากคุณภาพการบริการในด้านความน่าเชื่อถือนั้นเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งในเรื่องของความถูกต้อง การใช้บริการได้อย่างต่อเนื่อง มีความรวดเร็วและมีการแสดงเนื้อหา รายละเอียดต่าง ๆ ได้ถูกต้อง ส่งผลให้ผู้ใช้บริการ โมบาย แบงกิ้ง เกิดความรู้สึกพอใจ ความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งและเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของคุณภาพการให้บริการและ ส่งมอบการบริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Li, 2013; Naidoo, 2007) ผู้ใช้บริการต้องการการบริการที่ถูกต้องตามความเหมาะสมและสม่ำเสมอทุกครั้งที่ใช้บริการซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจและเป็นการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการอีกด้วย (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 2000)

#### ความสะดวกสบาย

การวิจัยในครั้งนี้ พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความสะดวกสบาย มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง ความพึงพอใจในการใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง MyMo ของธนาคารออมสิน ขึ้นอยู่กับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความสะดวกสบาย โดยในการศึกษานี้ค้นพบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความสะดวกสบายเป็นปัจจัยที่สำคัญรองลงมาจากปัจจัยด้านการตอบสนอง และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ผลการศึกษานี้ยืนยันผลการศึกษาเชิงประจักษ์ก่อนหน้านี้ซึ่งพบว่า ความสะดวกสบาย เป็นตัวทำนายที่สำคัญของความพึงพอใจในการใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง ตัวอย่างเช่นงานวิจัยของ ปกัสรุ วัฒนทรัพย์ (2558) พบว่า เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus เพราะความสะดวก ทำให้ประหยัดเวลา ไม่ต้องเดินทางไปที่ธนาคารและยังสามารถทำรายการได้หลายบริการในแอปพลิเคชันเดียว เช่นเดียวกับแอปพลิเคชัน SCB Easy ส่วนใหญ่ผู้ใช้งานเลือกใช้เพราะความสะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงิน และสอดคล้องกับงานวิจัย Asfour and Haddad (2014) พบว่าปัจจัยด้านความสะดวกสบายมีอิทธิพลทางบวกต่อการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเทศจอร์แดน

ความสะดวกสบายมีอิทธิพลในทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน เนื่องจาก ในการให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันนั้นสามารถทำได้ทุกที่ ทุกเวลา อีกทั้งยังเป็นการประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และยังประหยัดในเรื่องของค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมเมื่อเทียบกับช่องทางอื่น ๆ (Sagib & Zapan, 2014) ความสะดวกสบายเหล่านี้ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นและอยากที่จะกลับมาใช้บริการอีก

### การตอบสนอง

การวิจัยในครั้งนี้ พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการตอบสนองมีความสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายเบงกิง (MyMo) ของธนาคารออมสิน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง ความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบายเบงกิง MyMo ของธนาคารออมสิน ขึ้นอยู่กับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการตอบสนอง โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการตอบสนองเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในบรรดาหกปัจจัยที่นำมาใช้ในการศึกษา ผลการศึกษานี้ยืนยันผลการศึกษาเชิงประจักษ์ก่อนหน้านี้ซึ่งพบว่า การตอบสนอง เป็นตัวทำนายนที่สำคัญของความพึงพอใจ ตัวอย่างเช่นงานวิจัยของ Aghdaie and Faghani (2012) พบว่า ปัจจัยด้านการตอบสนองมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า ในการศึกษา คุณภาพการบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือในประเทศอิหร่านและสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sagib and Zapan (2014) พบว่า ปัจจัยด้านความการตอบสนอง มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการให้บริการการทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือของประเทศบังคลาเทศ

การตอบสนองมีอิทธิพลในทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายเบงกิง (MyMo) ของธนาคารออมสิน เนื่องจากผู้ใช้บริการเห็นว่าแอปพลิเคชันนั้นสามารถที่จะตอบสนองทันต่อความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงินได้เป็นอย่างดี มีความรวดเร็ว มีการให้บริการที่ครอบคลุม สามารถใช้บริการได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นประโยชน์ส่งผลให้ผู้ใช้บริการ โบบายเบงกิงเกิดความพึงพอใจ (Parasuraman et al., 1988) คุณภาพการบริการเป็นความสามารถในด้านการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่ง การตอบสนองนั้นส่งผลโดยตรงในการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน โบบายเบงกิงหากมีการตอบสนองที่รวดเร็ว มีการให้บริการที่ครอบคลุมในการใช้งาน สามารถใช้งานได้ตลอดเวลา ย่อมจะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของผู้บริการมีแนวโน้มในการใช้งานแอปพลิเคชันมากขึ้น กล่าวคือ หากผู้ใช้บริการได้รับการตอบสนองที่ดีจากการใช้บริการแอปพลิเคชัน โบบายเบงกิงจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น (กนกวรรณ นาสมปอง, 2555)

### ความง่ายต่อการใช้งาน

การวิจัยในครั้งนี้ พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความง่ายต่อการใช้งานมีความสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายเบงกิง (MyMo) ของธนาคารออมสิน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง ความพึงพอใจในการใช้บริการ โบบายเบงกิง MyMo ของธนาคารออมสิน ขึ้นอยู่กับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความง่ายต่อการใช้งาน โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ค้นพบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความง่ายต่อการใช้งาน เป็นปัจจัยที่สำคัญรองลงมา

จากปัจจัยด้านการตอบสนอง ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ และปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ผลการศึกษานี้ยืนยันผลการศึกษาเชิงประจักษ์ก่อนหน้านี้ซึ่งพบว่า ความง่ายต่อการใช้งาน เป็นตัวทำนายที่สำคัญของความพึงพอใจในการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sagib and Zapan (2014) พบว่า ปัจจัยด้านความง่ายต่อการใช้งาน มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการให้บริการการทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือของประเทศบังคลาเทศ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัครเดช ปิ่นสุข (2557) พบว่า ปัจจัยด้านความง่ายต่อการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการ จองตั๋วเครื่องบินออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ความง่ายต่อการใช้งานมีอิทธิพลในทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน เนื่องจากผู้บริการสามารถที่จะเรียนรู้และทำความเข้าใจได้เอง สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้โดยง่ายไม่ซับซ้อน ความง่ายในการทำธุรกรรมธนาคารทางโทรศัพท์มือถือส่งผลโดยตรงกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง การทำธุรกรรมทางการเงินที่เข้าใจง่าย วิธีการใช้งานที่ไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อนซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริการเกิดความรู้สึกที่ดี ทำให้มีแนวโน้มที่จะมาใช้บริการแอปพลิเคชันเพิ่มมากขึ้น กล่าวคือ เมื่อผู้บริการเห็นว่าการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชันเป็นเรื่องที่ง่าย สามารถทำได้เอง มีความเข้าใจในการใช้งาน ก็จะส่งผลให้ผู้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน โมบายแบงกิ้งเพิ่มมากขึ้น (Asfour & Haddad, 2014; Li, 2013)

นอกจากนี้ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความปลอดภัย และประสิทธิภาพในการใช้งานของระบบไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง MyMo ของธนาคารออมสิน ซึ่งสามารถอภิปรายผลในแต่ละด้านได้ดังต่อไปนี้

#### ความปลอดภัย

การวิจัยในครั้งนี้ พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความปลอดภัยไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง MyMo ของธนาคารออมสิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของหนึ่งนุช ชีระรุจินนท์ (2558) ศึกษาเรื่องคุณภาพในการให้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารกรุงไทยสาขาเอ็มไพร์ทาวเวอร์ กรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ด้านความปลอดภัยไม่มีความสำคัญและไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ

การที่คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความปลอดภัยไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ อาจเนื่องมาจากผู้บริการ โมบายแบงกิ้งของธนาคารออมสินมีความมั่นใจในการทำธุรกรรมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ข้อมูลสำคัญจะไม่ถูกแฮกจากบุคคลภายนอก เนื่องจากในการเข้าใช้ระบบจะมีการยืนยันลงทะเบียนผู้ใช้งาน โดยใส่หมายเลขบัตรประชาชนหรือแสกนลายนิ้วมือ ความ

ปลอดภัยจะถูกลดระดับความสำคัญลงเมื่อลูกค้านั้นมีประสบการณ์ที่ดีจากการได้รับบริการ จนทำให้ลดความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของการให้บริการ (Parasuraman et al., 2005) โดยธนาคารจะมุ่งไปที่การสร้างเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของแอปพลิเคชัน โฆษณาเบงกิ้งให้กับผู้ใช้บริการ

#### ประสิทธิภาพในการใช้งาน

การวิจัยในครั้งนี้ พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้านประสิทธิภาพไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง MyMo ของธนาคารออมสิน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปทิตตา หวายสันเทียะ (2560) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้ หัก ณ ที่จ่าย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา ที่ส่งผลในทิศทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้ หัก ณ ที่จ่าย ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

ประสิทธิภาพของแอปพลิเคชัน MyMo ที่ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ อาจเกิดจากการที่ระบบมีประสิทธิภาพในการใช้งานที่ได้อยู่ตลอดเวลา มีความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลและการแสดงข้อมูลต่าง ๆ บนแอปพลิเคชัน มีการปรับปรุงอัปเดตเวอร์ชันของ MyMo ให้เป็นปัจจุบัน ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการให้ความไว้วางใจและเชื่อมั่นในประสิทธิภาพของการใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo

#### ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

ผลจากการวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ดังนั้นธนาคารควรจะต้อง สร้างความน่าเชื่อถือในแอปพลิเคชัน MyMo ให้มากยิ่งขึ้น โดยการพัฒนาแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารให้มีความน่าเชื่อถือ ในด้านการทำธุรกรรมทางการเงิน การแสดงผลการทำรายการรวมทั้งการประมวลผลอย่างถูกต้องแม่นยำ และเพิ่มช่องทางการให้ความช่วยเหลือในกรณีที่เกิดปัญหา เช่น เพิ่มช่องทางการติดต่อทางไลน์ หรืออีเมลล์ หรือเฟสบุ๊ก เพื่อให้ลูกค้าสามารถสื่อสารกับทางธนาคารได้ในกรณีที่เกิดปัญหาจากการใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo

2. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญรองลงมาคือ ด้านความสะดวกสบาย ดังนั้นธนาคารควรจะต้องเน้นการให้ความสำคัญในด้านความสะดวกสบายในการใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo โดยสามารถใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo ได้ตลอดเวลา โดยการ

สื่อสารและประชาสัมพันธ์ถึงข้อดีของการใช้แอปพลิเคชัน MyMo แสดงถึงความสะดวกสบาย ประหยัดเวลาและประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรม รวมทั้งค่าธรรมเนียมในการใช้บริการทางโมบายแบงก์ที่ถูกกว่าช่องทางอื่น ๆ ในการทำธุรกรรมทางการเงิน เพราะฉะนั้น ความสะดวกสบาย จึงเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้บริการ โมบายแบงก์ (MyMo) ให้ความสำคัญและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ

3. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญลำดับถัดมา คือ การตอบสนอง เนื่องจาก โมบายแบงก์ (MyMo) สามารถตอบสนองความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น ธนาคารควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการตอบสนอง โดยการพัฒนาแอปพลิเคชันเพิ่มฟังก์ชันการให้บริการต่าง ๆ บนแอปพลิเคชัน MyMo ที่หลากหลาย และครอบคลุม เช่น การขอ Statement ส่งผ่านทางอีเมลล์ การแจ้งเตือนเมื่อมีการเข้าใช้ระบบ ซึ่ง การตอบสนองที่รวดเร็วจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและอยากที่จะกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป

4. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอีกอย่างหนึ่ง คือ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน โดย ธนาคารควรปรับปรุงแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์ MyMo ที่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างง่าย ไม่ยุ่งยาก ผู้ใช้บริการสามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ทุกช่วงวัย ซึ่งจะเป็นการเพิ่มฐานลูกค้าของผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน MyMo ให้กว้างขึ้น และทำให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงการใช้งานของแอปพลิเคชันได้มากขึ้น และจะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการและมีคำแนะนำบอกต่อในการใช้บริการ โมบายแบงก์บนแอปพลิเคชัน MyMo

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากในการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาคุณภาพการให้บริการ โมบายแบงก์เฉพาะของ ธนาคาร ออมสินเพียงธนาคารเดียว ในการทำวิจัยครั้งต่อไปจึงควรทำวิจัยกับกลุ่มสถาบันการเงินที่มีการใช้โมบายแบงก์ โดยทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในแต่ละธนาคารที่อาจมีการให้บริการที่แตกต่างเพื่อเป็นประโยชน์ในการที่จะพัฒนาคุณภาพของโมบายแบงก์ให้ดียิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โมบายแบงก์ ขยายขอบเขตของงานวิจัย โมบายแบงก์ให้กว้างขึ้น เช่น การยอมรับเทคโนโลยีของโมบายแบงก์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ความจงรักภักดี เพื่อนำไปพัฒนาโมบายแบงก์ให้มีประสิทธิภาพที่เพิ่มมากขึ้นและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้มากขึ้น

3. ควรศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ใช้บริการในแต่ละช่วงอายุ เช่น วัยทำงาน หรือวัยกลางคน หรือผู้สูงอายุ แบบเจาะลึกเพื่อศึกษาถึงความต้องการใช้บริการ โภชเภียง ซึ่งจะส่งผลให้ทราบถึงปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โภชเภียงในแต่ละช่วงวัย

4. ควรศึกษาถึงปัญหาและแนวทางแก้ไขจากการใช้งาน โภชเภียง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ใช้งานและธนาคาร อีกทั้งเพื่อพัฒนาและปรับปรุงระบบ โภชเภียงให้ดียิ่งขึ้น

## บรรณานุกรม

- กฤษณี เลือใหญ่ และพัชนี เขจรรรยา. (2559). พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ ความพึงพอใจ และการนำไปใช้ประโยชน์ของคนในกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2559* (หน้า 1-13). กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- แก้วขวัญ ผดุงพิพัฒน์บวร. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของธนาคารกรุงไทย (KTB Netbank)*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริการธุรกิจ, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิตตินันท์ เศษะคุปต์. (2551). เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ หน่วยที่ 8-15* (พิมพ์ครั้งที่ 12) (หน้า 1-44). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ชญัญพัทธ์ จงทวี. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริการธุรกิจ, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฐานิดา สวัสดิ์. (2560). *การสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเคไอแบอร์แบงก์กิ้งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารการตลาด, คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- เดชะทิพย์ ผลวางศ์ และมณฑุปายาส ทองมาก. (2017). ภาพลักษณ์ขององค์กรและคุณภาพของโปรแกรมประยุกต์ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งาน โมบายแบงก์กิ้งอย่างต่อเนื่อง. *วารสารวิจัยมสค*, 13(3), 97-116.
- ทวีพงศ์ สุ่มสวัสดิ์. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของการให้บริการ Mobile banking ของธนาคารออมสิน (MYMO) และ ธนาคารกสิกรไทย (K-PLUS) ในจังหวัดเพชรบุรี*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ชนกฤต สุทธินันท์โชติ. (2559). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ- เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริการธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

- ชนวรรณ ล้านวนกลาง. (2559). *การยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงิน รูปแบบ M-Banking*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี, วิทยาลัยนวัตกรรม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนาคารออมสิน. (2558). เข้าถึงได้จาก <http://www.gsb.or.th/MyMo>
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- ปัทมิตา หวายสันเทียะ. (2560). *คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย กรณีศึกษา: หน่วยงานส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดนครราชสีมา*. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริการธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- ปัทมิตรา ถนอมทรัพย์. (2559). *การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน โบนัสแบ่งกึ่งของธนาคารกสิกรไทยและธนาคารไทยพาณิชย์*. การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปิยพงศ์ พุ่มฉิมชัย. (2556). *อิทธิพลของการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีผลต่อความไว้วางใจและความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสิน*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริการธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ภาณุพงศ์ ลือฤทธิ. (2560). *คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้งาน: กรณีตัวอย่างของแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ*. การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รัตนะ พุทธิรักษา. (2560). *คุณภาพการบริการด้านการนำจ่ายที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท ไปรษณีย์ จำกัด กรณีศึกษา ที่ทำการไปรษณีย์รามอินทรา*. วารสารวิชาการบริการธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, 6(2), 124-134.
- วรรณพร หวลมานพ. (2558). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเค โบนัสแบ่งกึ่งพลังของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระวารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



- วราพรรณ อภิศุกโข และศิริพร เลิศไพศาลวงศ์. (2017) คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา. *Humanities Journal*, 24(2), 30-47.
- วิศาลศรี นิโธดม และสวัสดิ์ วรรณรัตน์. (2560) ผลกระทบของคุณภาพการบริการของธนาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจในตราสินค้าในกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่และขนาดกลาง. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 12(1), 131-144.
- ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจธุรกิจและเศรษฐกิจฐานราก. (2560). เข้าถึงได้จาก <https://www.gsbresearch.or.th/สถาบันการเงินในยุคดิจิทัล>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก [www.etda.or.th/E-BANKING](http://www.etda.or.th/E-BANKING)
- สิริสุดา รอดทอง. (2557). ความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มสมาร์ตโฟน. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สุชาดา พลาชัยภิรมย์ศิลป์. (2553). แนวโน้มการใช้โมบายแอปพลิเคชัน. *วารสารนักบริหาร*, 31(4), 110-111
- สุชาติ ไตรภสกุศล (2561). แบบจำลองสมการโครงสร้างคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ต่อความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้า: กรณีศึกษาการซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 40(158), 23-43.
- หนึ่งนุช ธีระรุจินนท์. (2558). คุณภาพการให้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารกรุงไทยสาขาเอ็มไพร์ทาวเวอร์ กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อนnek สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. (2550). *จิตวิทยายบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: อุดลพัฒน์กิจ.
- อัครเดช ปิ่นสุข. (2557). การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (E-satisfaction) ในการจ้องตัวภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Amiri, A. S. F. & Faghani, F. (2012). Mobbile banking -service quality and customer Satisfaction (Application of SERVQUAL model, *Int. J. Manag. Bus. Res.*, 2(4), 351-361.

- Amola Batt, S. B. (2016), Factors affecting customer's adoption of mobile banking services, *Journal of Internet Banking and Commerce*, 21(1), 161.
- Asfour, H. K., & Haddad, S. I. (2014). The impact of mobile banking on enhancing customer' E-satisfaction; An empirical study on commercial banks in Jordan. *International Business Research*, 7(10), 145-169.
- Auka, D. O., Bosire, J. N., & Matern, V. (2013). Perceived service quality and customer loyalty in retail banking in Kenya. *Business Journal Markey Studies*, 1(3), 32-61.
- Barnes, S. J., & Vidgen, R. T. (2002). An integrative approach to the assessment of e-commerce quality. *J Electron. Commerce Res.*, 3(3), 114-127.
- Carlsmith, J. M., & Aronson, E. (1963). Some hedonic consequences of the confirmation and disconfirmation of expectancies. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66, 151-156.
- Carol, K., & Joe, P. (2009). *The web experience-trends in eService*. Bedfordshire: Cranfield School of Management.
- Chinomona, R., Masinge, G., & Sandada, M. (2014). The influence of e-service quality on customer perceived value, customer satisfaction and loyalth in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(9), 331.
- Cordozo, R. N. (1965). An experimental study of effort, expectation and satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 2, 244-249.
- Crosby, P. B. (1988). *Service quality*. New York: McGraw-Hill.
- Dabholkar, P. A., Shepherd, C. D., & Thorpe, D. I. (2000). A comprehensive framework for service quality: An investigation of critical conceptual and measurement issues through a longitudinal study. *Journal of Retailing*, 7(4), 4-26.
- Delone, W. H., & McLean, E. R. (2004). Measuring e-commerce success: Applying the DeLone & McLean information systems success model. *International Journal of Electronic Commerce*, 9(1), 31-47.
- DIGITAL VENTURES*. (2017). Retrieved from [www.dv.co.th](http://www.dv.co.th)>blog
- Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton. (1997). *Fundamentals of marketing*. Boston: McGraw-Hill.

- Fang, L., & Yang, K. (2013). *A study of optimization on bank counter service reliability*. Unpublished Ph.D. Thesis, Chung Yang Christian University, China.
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford: Stanford University.
- Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2004). *Service management : Operations, strategy and information technology*. Boston: MA: McGraw-Hill/Irwin.
- Grigoroudis, E. (2009). *Customer satisfaction evaluation*. New York: Springer.
- Gronroos, C. (1982). Relationship approach to marketing in service contexts: The marketing and organizational behavior interface. *Journal of Business Research*, 20(1), 3-17.
- GSB MAGAZINE. (2018). Retrieved from <https://www.gsb.or.th>
- Hasanov, J., & Khalid, H. (2015). The impact of website quality on online purchase intention of organic food in Malaysia: A webQual model approach. *Procedia Computer Science*, 72, 382-389.
- Jukka, O. (2010). E-service quality: A conceptual model. *International Journal of Art and Sciences*, 3(7), 127-143.
- Klynveld Peat Marwick Goerdeler. (2015). *Mobile banking 2015*. Retrieved from <https://www.kpmg.com/UK/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublication/Documents/PDF/mobile-banking-report-2015.pdf>.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, planning, implementation and control* (9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Kreyer, N., Pousttchi, K., & Turowski, K. (2002). Characteristics of mobile payment procedures. *M-Services 2002*. Retrieved from <ftp.informatik.rwth-aachen.de/Publication/CEUR-WS/Vol-61/paper1.pdf>.
- Lee, G. G., & Lin, H. F. (2005) Customer perception of e-service quality in online shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 33(2), 161-176.
- Lewis, R. C., & Booms, B. H. (1983). The marketing aspects of service quality. In L. Berry, G. Shostack, & G. Upah (Eds.). *Emerging perspectives on service marketing*, (pp. 99-107). Chicago, IL: American Marketing.
- Morse, N. C. (1955). *Satisfaction in the white collar job*. Michigan: University of Michigan.

- Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction process in retail settings. *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *The Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (2002). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Retailing : critical concepts*, 64(1), 140.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: A multiple-Item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213-234.
- Sagib, G. K., & Zapan, B. (2014), Bangladeshi mobile banking service quality and customer satisfaction and loyalty. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, 9(3), 331-346.
- Sarmah, U., & Sarma, M. K. (2011). Service quality check: Online shopping. *SCMS Journal of Indian Management*, 8(4), 5.
- Sherif, M., & Hovland, C. I. (1961) *Social judgment : Assimilation and contrast effects in communication and attitude change*. New Haven: Yale University Press.
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J., (1976). *Fundamentals of marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Swaid, S. I., & Wigand, R. T. (2009). Measuring the quality of e-service: Scale development and initial validation. *Journal of Electronic Commerce Research*, 10, 13-28.
- Taoting, L. (2013). *Applying the is success model to mobile banking apps*. Canada, Faculty of Management. Lethbridge: University of Lethbridge.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. New York: John Wiley & Sons.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2000). *A Conceptual framework for Understanding e-Service quality: Implications for future research and managerial practice*. Cambridge, MA.: Marketing Science Institute. working paper, report No. 00-115.

ภาคผนวก

**ภาคผนวก ก**

ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือการวิจัย

**แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบเครื่องมือวิจัย**  
**การศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ**  
**โมบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน**

**คำชี้แจง :** แบบสอบถามความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือการวิจัยเพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อคำถาม มีความเหมาะสมในการนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะทำให้การประเมินความเที่ยงตรงโดยกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาเที่ยงตรงดังต่อไปนี้

+1 = ถ้าแน่ใจว่าข้อความตรงตามวัตถุประสงค์

0 = ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อความตรงตามวัตถุประสงค์

-1 = ถ้าแน่ใจว่าข้อความไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

โปรดเขียนเครื่องหมาย✓ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่านว่าข้อความมีความสอดคล้องหรือถูกต้องเพียงใด

ตารางที่ ก-1 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลกระทบต่อ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโมบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน

ข้อ	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	สรุปผล
		+1	0	-1		
<b>ความน่าเชื่อถือ (Reliability)</b>						
1.	ท่านรู้สึกว่าคุณภาพแอปพลิเคชัน MyMo ที่ใช้งาน มีความถูกต้องในการทำธุรกรรมทางการเงิน	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2.	ท่านสามารถเข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo ได้อย่างต่อเนื่อง และไม่หลุดระหว่างทำรายการ	+1	+1	0	0.7	สอดคล้อง
3.	ท่านรู้สึกว่าคุณภาพแอปพลิเคชัน MyMo มีการแสดงผลการทำรายการที่รวดเร็ว	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง

ข้อ	ข้อความถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	สรุปผล
		+1	0	-1		
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)						
4.	ท่านรู้สึกว่าคุณแอปพลิเคชัน MyMo มีการประมวลผลอย่างถูกต้อง	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
5.	ท่านรู้สึกว่าการทำธุรกรรมทางการเงินบนแอปพลิเคชัน MyMo มีความชัดเจนในด้านรายละเอียดของเนื้อหาในการให้บริการอย่างถูกต้อง	+1	+1	0	0.7	สอดคล้อง
6.	ท่านรู้สึกว่าคุณแอปพลิเคชัน MyMo มีช่องทางการให้ความช่วยเหลืออย่างทันทีในกรณีที่เกิดปัญหา โดยติดต่อผ่าน Call Center เพื่อสอบถาม/แก้ไขปัญหา	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
การตอบสนอง (Responsiveness)						
7.	ท่านรู้สึกว่าคุณแอปพลิเคชัน MyMo สามารถตอบสนองความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
8.	ท่านรู้สึกว่าคุณแอปพลิเคชัน MyMo มีการให้บริการทางการเงินที่ครอบคลุมตอบสนองความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการ เช่น การโอนเงิน การชำระค่าสินค้าและบริการ การเติมเงิน เป็นต้น	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
9.	ท่านรู้สึกว่าคุณแอปพลิเคชัน MyMo สามารถตอบสนองต่อการใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
10.	ท่านรู้สึกว่าคุณแอปพลิเคชัน MyMo สามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง



ข้อ	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	สรุปผล
		+1	0	-1		
11.	ท่านรู้สึกว่ แอปพลิเคชัน MyMo ตอบสนองทันต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
12.	การเข้าใช้ระบบแอปพลิเคชัน MyMo มีความรวดเร็ว	+1	+1	0	0.7	สอดคล้อง
13.	ท่านรู้สึกว่แอปพลิเคชัน MyMo กำเนินถึงประโยชน์ของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
14.	แอปพลิเคชัน MyMo สามารถใช้งานบนโทรศัพท์สมาร์ตโฟนได้ทั้งระบบ ios และ ระบบ Android	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
ความปลอดภัย (Security)						
15.	ท่านรู้สึกถึงความปลอดภัยในการใช้แอปพลิเคชัน MyMo เพราะมีการลงทะเบียนการใช้บริการด้วยหมายเลขบัตรประชาชนเพื่อเป็นการยืนยันตัวตน	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
16.	ท่านรู้สึกถึงความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน MyMo เพราะมีระบบ login โดยกรอกข้อมูลส่วนบุคคลทุกครั้งเมื่อมีการเข้าระบบ	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
17.	ท่านรู้สึกว่แอปพลิเคชัน MyMo มีระบบเทคโนโลยีด้านความปลอดภัยที่เชื่อถือได้ และลดความเสี่ยงในการถูกฉ้อโกง	+1	+1	0	0.7	สอดคล้อง
18.	ท่านรู้สึกว่แอปพลิเคชัน MyMo มีระบบการปกป้องข้อมูลของผู้ใช้งาน โดยการแสกนลายนิ้วมือ ในการเข้าใช้ระบบ	+1	0	+1	0.7	สอดคล้อง

ข้อ	ข้อความถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	สรุปผล
ความสะดวกสบาย (Convenience)						
19.	ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน MyMo สามารถใช้บริการได้ทุกที่ ทุกเวลา	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
20.	ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ทำให้ท่านประหยัดเวลาในการเดินทาง	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
21.	ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ทำให้ท่านประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
22.	ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ช่วยทำให้ท่านประหยัดค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมเมื่อเทียบกับช่องทางอื่น ๆ	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
ความง่ายต่อการใช้งาน (Easiness to operate)						
23.	ท่านสามารถเรียนรู้การใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ได้โดยง่าย สามารถทำความเข้าใจได้เอง	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
24.	ท่านสามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน แอปพลิเคชัน MyMo ได้โดยง่าย ไม่ยุ่งยาก ทั้งการเช็คยอดเงิน การโอนเงิน การจ่ายบิล	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
25.	ท่านรู้สึกว่า แอปพลิเคชัน MyMo มีระบบที่ง่าย ไม่ซับซ้อน	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
26.	แอปพลิเคชัน MyMo ทำให้ง่ายขึ้น ในการทำธุรกรรมทางการเงิน	+1	0	+1	0.7	สอดคล้อง

ข้อ	ข้อคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	สรุปผล
		+1	0	-1		
ประสิทธิภาพในการใช้งาน (Efficiency)						
27.	ท่านรู้สึกว่าการระบบของ แอปพลิเคชัน MyMo มีเสถียรภาพ ไม่หลุดหรือ ล่มบ่อยในขณะที่ทำรายการ สามารถใช้งานได้ดีตลอดเวลา	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
28.	ท่านรู้สึกว่าแอปพลิเคชัน MyMo มีความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล ในการทำธุรกรรมทางการเงิน	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
29.	ท่านรู้สึกว่าแอปพลิเคชัน MyMo มีความรวดเร็วในการแสดงผลการทำ ธุรกรรมทางการเงิน	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
30.	ท่านรู้สึกว่า แอปพลิเคชัน MyMo มีการอัปเดตเวอร์ชันของ MyMo เพื่อ ความถูกต้องของข้อมูลให้ทันสมัยและ เป็นปัจจุบัน	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง

ตารางที่ ก-2 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบาย แบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน

ข้อ	ข้อคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	สรุปผล
		+1	0	-1		
31.	ท่านได้รับประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจ จากการใช้บริการ MyMo ของธนาคาร ออมสิน	+1	0	+1	0.7	สอดคล้อง
32.	ท่านมีความมั่นใจว่า ท่านได้ตัดสินใจ ถูกต้องแล้วในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน	+1	0	+1	0.7	สอดคล้อง

ข้อ	ข้อความในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	สรุปผล
		+1	0	-1		
33.	ท่านพึงพอใจกับแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
34.	ท่านต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ต่อไป	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
35.	ท่านต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo มากขึ้นกว่าเดิมในอนาคต	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง

$$\begin{aligned} \text{ค่า IOC} &= 1+0.7+1+1+0.7+1+1+1+1+1+1+0.7+1+1+1+1+0.7+0.7+1+1+1+1+1+1+ \\ &1+0.7+1+1+1+1+1+0.7+0.7+1+1+1 \end{aligned}$$

---

35

$$= \frac{32.60}{35}$$

$$= 0.93$$

สรุปว่า แบบสอบถามชุดนี้มีความเที่ยงตรง (Validity) อยู่ในระดับที่สามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้

ภาคผนวก ข  
ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตารางที่ ข-1 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อ  
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์	จำนวนข้อ	สัมประสิทธิ์แอลฟา
1. ความน่าเชื่อถือ	6	0.95
2. การตอบสนอง	8	0.97
3. ความปลอดภัย	4	0.90
4. ความสะดวกสบาย	4	0.93
5. ความง่ายต่อการใช้งาน	4	0.92
6. ประสิทธิภาพ	4	0.88
รวม	30	0.92

ตารางที่ ข-2 ค่าความเชื่อมั่นความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo)

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์	จำนวนข้อ	สัมประสิทธิ์แอลฟา
1. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โบบายแบงกิ้ง (MyMo)	5	0.94
รวม	5	0.94

ภาคผนวก ค  
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง : คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
โมบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน

---

### คำชี้แจง

ด้วยข้าพเจ้า นางสาวไพลิน ลิ้มวัฒนกุล นักศึกษาปริญญาโทสาขาการจัดการธุรกิจ คณะการจัดการและการท่องเที่ยวมหาวิทยาลัยบูรพา กำลังทำการศึกษาวิจัยในหัวข้อ "คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โมบายแบงกิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน" โดยศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการของ โมบายแบงกิ้ง (MyMo)

ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามฉบับนี้จะถูกเก็บเป็นความลับ ไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลแต่อย่างใด ทางผู้วิจัยจะใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์ในทางวิชาการเท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อประโยชน์ต่องานวิจัย

โดยเนื้อหาในแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการ MyMo

ส่วนที่ 3 คุณภาพการให้บริการ MyMo

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการ MyMo ของธนาคาร

ออมสิน



### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) หน้าคำตอบให้ตรงกับความเป็นจริงหรือความคิดเห็นของท่านให้ถูกต้องมากที่สุด

#### 1. เพศ

- ( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

#### 2. อายุ

- ( ) 1. 15-25 ปี ( ) 2. 26-35 ปี  
( ) 3. 36-45 ปี ( ) 4. มากกว่า 45 ปี

#### 3. ระดับการศึกษา

- ( ) 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) 2. ปริญญาตรี  
( ) 3. สูงกว่าปริญญาตรี

#### 4. อาชีพ

- ( ) 1. นักเรียน/นักศึกษา ( ) 2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
( ) 3. พนักงานบริษัทเอกชน ( ) 4. ธุรกิจส่วนตัว  
( ) 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

#### 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ( ) 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท ( ) 2. 15,001 – 30,000 บาท  
( ) 3. 30,001 – 50,000 บาท ( ) 4. 50,001 – 100,000 บาท  
( ) 5. 100,000 บาท ขึ้นไป

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการ MyMo

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) หน้าคำตอบให้ตรงกับความเป็นจริงหรือความคิดเห็นของท่านให้ถูกต้องมากที่สุด

### 6. ท่านรู้จักบริการ MyMo ของธนาคารออมสิน จากแหล่งข้อมูลใด

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1.เว็บไซต์ธนาคารออมสิน   | <input type="checkbox"/> 2.พนักงานแนะนำ          |
| <input type="checkbox"/> 3.เพื่อน/คนรู้จักแนะนำ   | <input type="checkbox"/> 4.โฆษณาผ่านโทรทัศน์     |
| <input type="checkbox"/> 5.ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ | <input type="checkbox"/> 6.อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

### 7. ท่านใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน ประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. การโอนเงิน             | <input type="checkbox"/> 2. เติมเงิน                       |
| <input type="checkbox"/> 3. MyMo Pay ชำระค่าสินค้า | <input type="checkbox"/> 4. MY Card ถอนเงินสดโดยไม่ใช้บัตร |
| <input type="checkbox"/> 5. GSB พร้อมเพย์          | <input type="checkbox"/> 6. สลากคิจีทอลล์                  |
| <input type="checkbox"/> 7. GBS CREDIT CARDS       | <input type="checkbox"/> 8. ชำระสินเชื่อ                   |
| <input type="checkbox"/> 9. ชำระบิล                | <input type="checkbox"/> 10. รายการเคลื่อนไหวทางบัญชี      |

### 8. จำนวนครั้งของการใช้งานในแต่ละเดือน

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. 1-5 ครั้ง   | <input type="checkbox"/> 2. 6-10 ครั้ง       |
| <input type="checkbox"/> 3. 11-15 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 15 ครั้ง |

### 9. ในการทำธุรกรรมธนาคารผ่านแอปพลิเคชัน MyMo แต่ละครั้งท่านใช้บริการโดยเฉลี่ยเป็นจำนวนเงินเท่าใด

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 5,000 บาท   | <input type="checkbox"/> 2. 5,001 – 10,000 บาท        |
| <input type="checkbox"/> 3. 10,001 – 20,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4. 20,001 – 30,000 บาท       |
| <input type="checkbox"/> 5. 30,001 – 40,000 บาท | <input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป |

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน

ให้ท่านตอบคำถามต่อไปนี้ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุดเพียง 1 คำตอบ ดังนี้

1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = ไม่เห็นด้วย 3 = ไม่แน่ใจ 4 = เห็นด้วย 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ข้อคำถาม	ระดับความเห็น				
	1 ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	2	3	4	5 เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ความน่าเชื่อถือ					
1. ท่านรู้สึกว่าคุณแอปพลิเคชัน MyMo ที่ใช้งาน มีความถูกต้องในการทำธุรกรรมทางการเงิน	1	2	3	4	5
2. ท่านสามารถเข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo ได้อย่างต่อเนื่องและไม่หลุดระหว่างทำรายการ	1	2	3	4	5
3. ท่านรู้สึกว่าคุณแอปพลิเคชัน MyMo มีการแสดงผลการทำรายการที่รวดเร็ว	1	2	3	4	5
4. ท่านรู้สึกว่าคุณแอปพลิเคชัน MyMo มีการประมวลผลอย่างถูกต้อง	1	2	3	4	5
5. ท่านรู้สึกว่าการทำธุรกรรมทางการเงินบนแอปพลิเคชัน MyMo มีความชัดเจนในด้านรายละเอียดของเนื้อหาในการให้บริการอย่างถูกต้อง	1	2	3	4	5
6. ท่านรู้สึกว่าคุณแอปพลิเคชัน MyMo มีช่องทางการให้ความช่วยเหลืออย่างทันทีในกรณีที่เกิดปัญหา โดยติดต่อผ่าน Call Center เพื่อสอบถาม/แก้ไขปัญหา	1	2	3	4	5
การตอบสนอง					
7. ท่านรู้สึกว่าคุณแอปพลิเคชัน MyMo สามารถตอบสนองความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว	1	2	3	4	5

ข้อความถาม	ระดับความเห็น				
	1 ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	2	3	4	5 เห็นด้วย อย่างยิ่ง
8. ท่านรู้สึกว่ แอปพลิเคชัน MyMo มีการให้บริการทางการเงินที่ครอบคลุมตอบสนองความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการ เช่น การโอนเงิน การจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการ การเติมเงิน เป็นต้น	1	2	3	4	5
9. ท่านรู้สึกว่ แอปพลิเคชัน MyMo สามารถตอบสนองต่อการใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง	1	2	3	4	5
10. ท่านรู้สึกว่ แอปพลิเคชัน MyMo สามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง	1	2	3	4	5
11. ท่านรู้สึกว่ แอปพลิเคชัน MyMo ตอบสนองทันต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ	1	2	3	4	5
12. การเข้าใช้ระบบแอปพลิเคชัน MyMo มีความรวดเร็ว	1	2	3	4	5
13. ท่านรู้สึกว่แอปพลิเคชัน MyMo คำนึงถึงประโยชน์ของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ	1	2	3	4	5
14. แอปพลิเคชัน MyMo สามารถใช้งานบนโทรศัพท์สมาร์ตโฟนได้ทั้งระบบ ios และ ระบบ Android	1	2	3	4	5
ความปลอดภัย					
15. ท่านรู้สึกถึงความปลอดภัยในการใช้แอปพลิเคชัน MyMo เพราะมีการลงทะเบียนการให้บริการด้วยหมายเลขบัตรประชาชนเพื่อเป็นการยืนยันตัวตน	1	2	3	4	5
16. ท่านรู้สึกถึงความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน MyMo เพราะมีระบบ login โดยกรอกข้อมูลส่วนบุคคลทุกครั้งเมื่อมีการเข้าระบบ	1	2	3	4	5
17. ท่านรู้สึกว่แอปพลิเคชัน MyMo มีระบบเทคโนโลยีด้านความปลอดภัยที่เชื่อถือได้ และลดความเสี่ยงในการถูกฉ้อโกง	1	2	3	4	5

ข้อคำถาม	ระดับความเห็น				
	1	2	3	4	5
18. ท่านรู้สึกว่าการแอปพลิเคชัน MyMo มีระบบการปกป้องข้อมูลของผู้ใช้งาน โดยการแสกนลายนิ้วมือ ในการเข้าใช้ระบบ					
<b>ความสะดวกสบาย</b>					
19. ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน MyMo สามารถใช้บริการได้ทุกที่ ทุกเวลา					
20. ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ทำให้ท่านประหยัดเวลาในการเดินทาง					
21. ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ทำให้ท่านประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง					
22. ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ช่วยให้คุณประหยัดค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมเมื่อเทียบกับช่องทางอื่น ๆ					
<b>ความง่ายต่อการใช้งาน</b>					
23. ท่านสามารถเรียนรู้การใช้งาน แอปพลิเคชัน MyMo ได้โดยง่าย สามารถทำความเข้าใจได้เอง					
24. ท่านสามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ได้โดยง่าย ไม่ยุ่งยาก ทั้งการเช็คยอดเงิน การโอนเงิน การจ่ายบิล					
26. แอปพลิเคชัน MyMo ทำให้ง่ายขึ้น ในการทำธุรกรรมทางการเงิน					
<b>ประสิทธิภาพในการใช้งาน</b>					
27. ท่านรู้สึกว่าการระบบของ แอปพลิเคชัน MyMo มีเสถียรภาพ ไม่หลุดหรือ ล่มบ่อยในขณะที่ทำรายการ สามารถใช้งานได้ตลอดเวลา					
28. ท่านรู้สึกว่าการแอปพลิเคชัน MyMo มีความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลในการทำธุรกรรมทางการเงิน					

ข้อคำถาม	ระดับความเห็น				
	1	2	3	4	5
29. ท่านรู้สึกว่าการแสดงผลการทำธุรกรรมทางการเงิน	1	2	3	4	5
30. ท่านรู้สึกว่าการอัปเดตเวอร์ชันของ MyMo เพื่อความถูกต้องของข้อมูลให้ทันสมัยและเป็นปัจจุบัน	1	2	3	4	5

#### ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ MyMo

ให้ท่านตอบคำถามต่อไปนี้ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุดเพียง 1 คำตอบ ดังนี้

1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = ไม่เห็นด้วย 3 = ไม่แน่ใจ 4 = เห็นด้วย 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ข้อคำถาม	ระดับความเห็น				
	1	2	3	4	5
ท่านรู้สึกว่.....					
31. ท่านได้รับประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจจากการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน	1	2	3	4	5
32. ท่านมีความมั่นใจว่า ท่านได้ตัดสินใจถูกต้องแล้วในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน	1	2	3	4	5
33. ท่านพึงพอใจกับแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน	1	2	3	4	5
34. ท่านต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ต่อไป	1	2	3	4	5
35. ท่านต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo มากขึ้นกว่าเดิมในอนาคต	1	2	3	4	5

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการ MyMo ของธนาคารออมสิน

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือนำในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้