

พฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชันและคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้
แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo)

Application usage behavior and service quality affecting satisfaction in
using the Government Savings Bank application

นางสาววาศินี เวพูนัส

Wasinee Warunus

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
MBA Student, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

6614190059@rumail.ru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ วัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ของผู้ใช้งานกับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) ของผู้ให้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) กับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) ของผู้ให้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ ของผู้ใช้งานกับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) ของผู้ให้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยกลุ่มตัวอย่างคือกลุ่มผู้ใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) ของผู้ให้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรีซึ่งประกอบอาชีพเป็นพนักงานราชการ / ข้าราชการ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง มีความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) มากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย และ LGBTQIA+ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่แสดงความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญแต่อย่างใด ระดับความพึงพอใจ พฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) ได้แก่ ความถี่ในการใช้งาน และประเภทการทำธุรกรรม มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ 1.ความเป็นรูปธรรมของบริการ 2.การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า 3.การตอบสนองต่อลูกค้า 4.ความเชื่อถือไว้วางใจได้ 5.การรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ความพึงพอใจในการใช้บริการ, พฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชัน, คุณภาพการให้บริการ, แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo)

บทนำ

การเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุค “ประเทศไทย 4.0” ส่งผลให้สังคมไทยมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะการใช้อุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาและอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ส่งผลให้บริการดิจิทัลกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ หนึ่งในบริการที่เติบโตอย่างโดดเด่นคือการให้บริการทางการเงินผ่านช่องทางออนไลน์ หรือที่เรียกว่า “Digital Banking” ซึ่งตอบสนองความต้องการด้านความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

แอปพลิเคชัน MyMo จากธนาคารออมสิน เป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญของการให้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถดำเนินธุรกรรมทางการเงินได้ด้วยตนเองตลอด 24 ชั่วโมง ทั้งการโอนเงิน ชำระค่าสินค้า ถอนเงินสด ซื้อสลากและประกันภัย ฯลฯ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าแอปพลิเคชันดังกล่าวจะได้รับความนิยมสูง แต่การให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพยังคงต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้ใช้ คุณภาพการบริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นสำคัญ

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้แอปพลิเคชัน MyMo และคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้งาน และองค์ประกอบด้านคุณภาพการบริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ และสามารถเพิ่มคุณค่าในการให้บริการทางการเงินของธนาคารออมสินได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ของผู้ใช้งานกับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) ของผู้ให้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) กับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) ของผู้ให้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ ของผู้ใช้งานกับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) ของผู้ให้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยตั้งใจศึกษากลุ่มผู้ใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) ของผู้ให้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) ประกอบด้วย 1. ความถี่ในการใช้งาน 2. ประสิทธิภาพการให้บริการ คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย 1. การให้บริการที่น่าเชื่อถือ 2. การให้บริการที่เหมาะสม 3. ความสามารถในการแก้ไขปัญหา 4. การสร้างประสบการณ์ที่ดี 5. การตอบสนองที่รวดเร็ว และความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของผู้ให้บริการในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3. ขอบเขตพื้นที่

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลผู้ใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) ตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น สาขานาครออมสิน ตลาด ห้างสรรพสินค้า และสถานที่ชุมชนภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ระหว่างเดือน เมษายน ถึงเดือน พฤษภาคม พ.ศ.2568

วิธีดำเนินการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ลักษณะประชากรศาสตร์) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ซึ่งเป็นข้อมูลแบบ check list

ส่วนที่ 2: พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ได้แก่ ประสิทธิภาพการทำการธุรกรรม ซึ่งเป็นข้อมูลแบบ check list และความถี่ในการใช้งาน MyMo โดยใช้แบบสอบถามเป็นมาตราส่วนแบบ Likert มี 5 ระดับ โดยให้เลือกคำตอบที่ตรงกับความรู้สึกในการใช้งาน แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) ของผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ตามความเห็นในช่องจากมากไปหาน้อย

ส่วนที่ 3: ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของแอป MyMo โดยใช้แบบสอบถามเป็นมาตราส่วนแบบ Likert มี 5 ระดับ โดยให้เลือกคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ตามความเห็นในช่องจากมากไปหาน้อย

ส่วนที่ 4: ระดับความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo โดยใช้แบบสอบถามเป็นมาตราส่วนแบบ Likert มี 5 ระดับ โดยให้เลือกคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ตามความเห็นในช่องจากมากไปหาน้อย

นำแบบสอบถาม ไปทำการทดสอบ (pilot test) จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ชุด แล้วหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีของ Cronbach's Alpha Coefficient ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

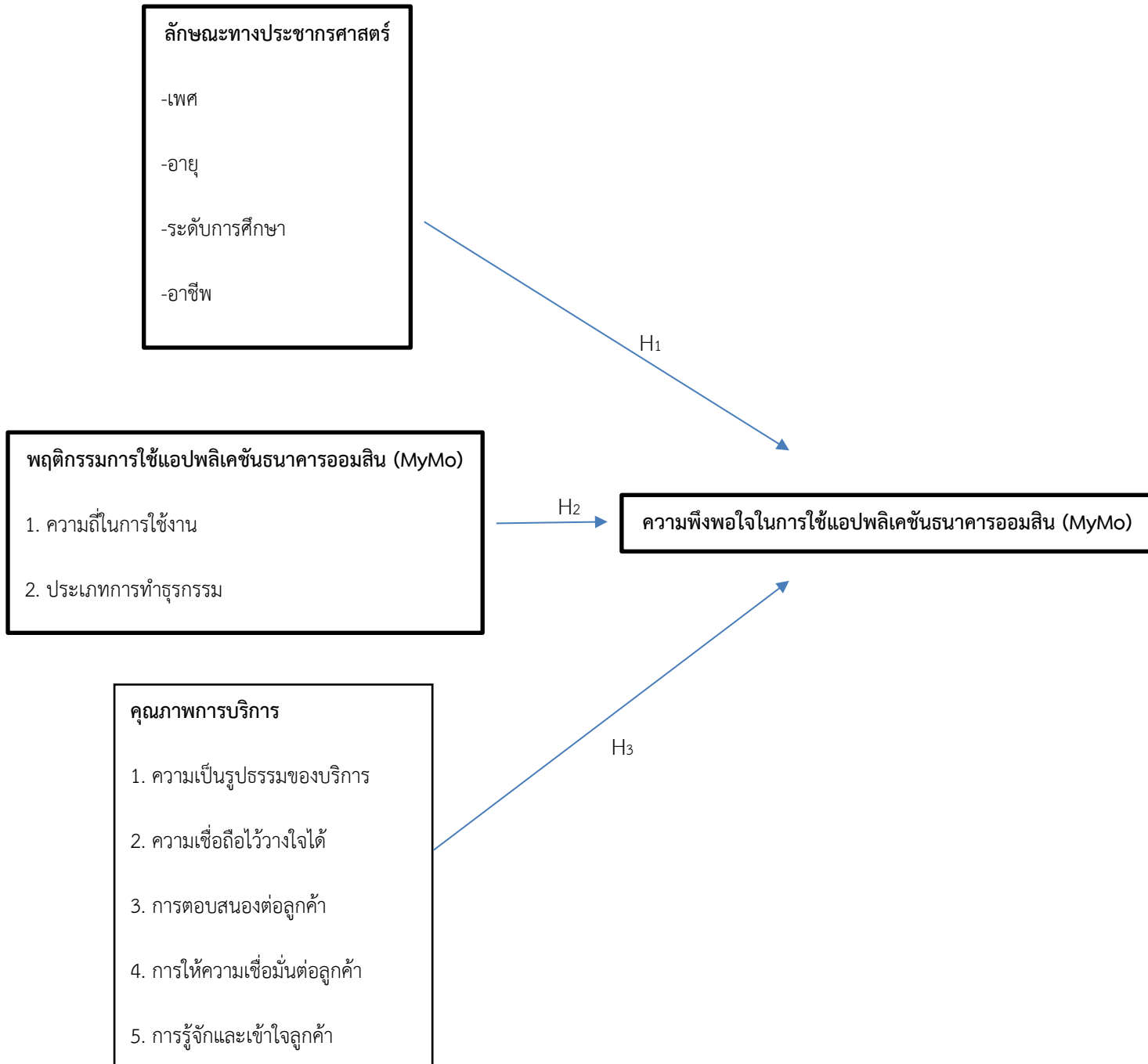
ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น สาขานาครออมสิน ตลาด ห้างสรรพสินค้า และสถานที่ชุมชนภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยได้รับความยินยอมจากผู้ตอบแบบสอบถาม และเก็บข้อมูลภายในระยะเวลาที่กำหนด

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามจะถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ มีการวิเคราะห์ดังนี้ 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้านคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อจัดรวบรวมข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่ และอธิบายข้อมูล 2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามในสมมติฐานต่างๆ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับระดับการวัดของตัวแปรต่างๆ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว 3. รีเกรสชัน (Regression) เพื่อทดสอบว่าตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามหรือไม่ (Statistical Significance) จะดู

จากค่า p-value ของสัมประสิทธิ์ (coefficient) ของตัวแปรอิสระนั้นๆ หาก p-value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (เช่น 0.05) ก็จะสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระนั้นมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ

กรอบงานวิจัย



การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน : พฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) แตกต่างกัน

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) จำแนกตามพฤติกรรมในการใช้บริการในหัวข้อ ท่านใช้บริการแอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) กี่วันต่อสัปดาห์

พฤติกรรม	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	9.174	3	3.058	19.766	.000*
ภายในกลุ่ม	61.266	396	.155		
รวม	70.440	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 2 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบคะแนนความแตกต่างรายคู่ของความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) จำแนกตามพฤติกรรม

พฤติกรรม	$\bar{x}$	1-2 วัน /สัปดาห์	2-3 วัน /สัปดาห์	4-5 วัน /สัปดาห์	6-7 วัน /สัปดาห์
		4.21	4.28	4.39	4.62
1-2 วัน /สัปดาห์	4.21	-	-.06565	-.17957	-.40908*
2-3 วัน /สัปดาห์	4.28	-	-	-.11392	-.34343*
4-5 วัน /สัปดาห์	4.39	-	-	-	-.22950*
6-7 วัน /สัปดาห์	4.62	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) ในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ 1-2 วัน/สัปดาห์, 2-3 วัน/สัปดาห์ และ 4-5 วัน/สัปดาห์ มีความพึงพอใจแตกต่างกับ กลุ่มที่ใช้บริการ 6-7 วัน/สัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) จำแนกตามพฤติกรรมในการใช้บริการในหัวข้อ ประเภทธุรกรรมที่ท่านใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) บ่อยที่สุด

ประเภทธุรกรรม	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.216	5	.243	1.384	.229
ภายในกลุ่ม	69.224	394	.176		
รวม	70.440	399			

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) ในประเภทของธุรกรรมที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) ไม่แตกต่างกัน

ในส่วนของพฤติกรรมการใช้บริการในข้อที่ 2 - ข้อที่ 15 และความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) เป็นข้อมูลในรูปแบบมาตราส่วนลำดับ (Ordinal scale) โดยใช้แบบสอบถามมาตร Likert scale ในการประเมินระดับพฤติกรรม และความพึงพอใจ ซึ่งไม่สามารถสมมติให้ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติได้

ดังนั้นจึงเลือกใช้ สถิติสหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน ซึ่งเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลำดับ (ordinal data) โดยไม่ต้องอาศัยข้อสมมติเรื่องการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล ทั้งยังสามารถสะท้อนความสัมพันธ์เชิงอันดับระหว่างตัวแปรทั้งสองได้อย่างเหมาะสม

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo)

ตัวแปร	(1)	(2)
พฤติกรรมการใช้บริการ (1)	1.000	.572*
ความพึงพอใจ (2)	.572*	1.000

จากตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมการใช้บริการของแอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) กับ ความพึงพอใจในการใช้งานแอป โดยใช้สถิติ Spearman's rho พบว่าค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ .503 ซึ่งจัดอยู่ในระดับ ปานกลาง และมี ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมการใช้บริการของแอป MyMo มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความพึงพอใจในการใช้งานแอป กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้มีพฤติกรรมในการใช้บริการแอปมากขึ้นหรือบ่อยขึ้น ก็มีแนวโน้มที่จะมีความพึงพอใจในการใช้งานแอปสูงขึ้นตามไปด้วย

สมมติฐาน : คุณภาพการให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง คุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo)

ตัวแปร	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
ความพึงพอใจภาพรวม (1)	1.000	.528	.465	.497	.511	.472
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (2)	-	1.000	.375	.427	.462	.413
ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (3)	-	-	1.000	.423	.396	.398
การตอบสนองต่อลูกค้า (4)	-	-	-	1.000	.427	.482
การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (5)	-	-	-	-	1.000	.464
การรักและเข้าใจลูกค้า (6)	-	-	-	-	-	1.000

จากตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's correlation) ระหว่างคุณภาพการให้บริการในแต่ละด้านกับความพึงพอใจภาพรวมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันธนาคารออมสิน พบว่า ตัวแปรคุณภาพการให้บริการทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1. **ความเป็นรูปธรรมของบริการ** มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ **0.528** แสดงถึงความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางค่อนข้างสูง ซึ่งหมายความว่า หากผู้ใช้งานรับรู้ว่ารูปแบบบริการมีความชัดเจน จำต้องได้ และมีระบบระเบียบ จะมีแนวโน้มพึงพอใจมากขึ้น
- 2. **การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า** มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ **0.511** แสดงถึงความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าความรู้ ความสามารถ และความสุภาพของพนักงานหรือระบบที่ทำให้ผู้ใช้เกิดความเชื่อมั่น มีผลต่อระดับความพึงพอใจ
- 3. **การตอบสนองต่อลูกค้า** มีค่าเท่ากับ **0.497** ซึ่งอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน สะท้อนว่าความสามารถในการตอบสนองต่อข้อสงสัยหรือปัญหาของลูกค้ามีผลต่อความพึงพอใจโดยตรง
- 4. **ความเชื่อถือไว้วางใจได้** มีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ **0.465** บ่งชี้ว่าผู้ใช้แอปจะพึงพอใจมากขึ้นเมื่อรู้สึกว่าการให้บริการได้อย่างถูกต้องและสม่ำเสมอ
- 5. **การรักและเข้าใจลูกค้า** มีค่าสัมประสิทธิ์ **0.472** แสดงถึงความสัมพันธ์ระดับปานกลางเช่นกัน โดยสื่อถึงความใส่ใจของผู้ให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคลของผู้ใช้งานได้

จึงสรุปได้ว่า ทุกองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน โดยเฉพาะด้านความเป็นรูปธรรมของบริการและการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในภาพรวม

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo)

ปัจจัย	B	SE	Beta	t	p-value
ค่าคงที่ (Constant)	.880	.198		4.455	.000*
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (X ₁)	.216	.039	.246	5.488	.000*
ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (X ₂)	.154	.039	.171	3.920	.000*
การตอบสนองต่อลูกค้า (X ₃)	.158	.041	.175	3.816	.000*
การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (X ₄)	.163	.038	.195	4.259	.000*
การรักและเข้าใจลูกค้า (X ₅)	.111	.040	.128	2.773	.006*

$$R = 0.456, R^2 = 0.676, \text{ Adjust } R^2 = 0.449, df1 = 5, df2 = 394$$

$$F = 66.137, SE_{est} = 0.31177, P\text{-value} = 0.000^*$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการในด้านต่าง ๆ กับระดับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน โดยใช้ตัวแปรอิสระจำนวน 5 ตัว ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (X_1), ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (X_2), การตอบสนองต่อลูกค้า (X_3), การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (X_4) และการรักและเข้าใจลูกค้า (X_5)

ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรทั้ง 5 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) และค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (Beta) เป็นบวกทั้งหมด และมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p\text{-value} < .05$) ทุกตัวแปร แสดงว่าทุกด้านของคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานอย่างมีนัยสำคัญ

โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (X_1) มีค่า Beta เท่ากับ .246 และค่า t เท่ากับ 5.488 ($p = .000$) แสดงให้เห็นว่าความชัดเจนและเป็นรูปธรรมของบริการ เช่น การจัดการข้อมูล การแสดงผลในแอปหรือระบบที่ใช้งานง่าย มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานในระดับสูงที่สุด รองลงมาคือ การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (X_4) ที่มีค่า Beta เท่ากับ .195 ($t = 4.259, p = .000$) และการตอบสนองต่อลูกค้า (X_3) ที่มีค่า Beta เท่ากับ .175 ($t = 3.816, p = .000$) ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของการตอบสนองอย่างรวดเร็วและทัศนคติที่เป็นมิตรต่อผู้ใช้

นอกจากนี้ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (X_2) และ การรักและเข้าใจลูกค้า (X_5) ก็มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจเช่นกัน โดยมีค่า Beta เท่ากับ .171 และ .128 ตามลำดับ ($p < .01$ ทั้งสองตัวแปร)

สำหรับสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณที่ได้จากการวิเคราะห์มีรูปแบบดังนี้

$$Y = 0.880 + 0.216X_1 + 0.154X_2 + 0.158X_3 + 0.163X_4 + 0.111X_5$$

เมื่อ Y = ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน

X_1 ถึง X_5 = คุณภาพการให้บริการแต่ละด้านตามลำดับ

โดยแบบจำลองนี้มีค่าความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจได้ร้อยละ 67.6 ($R^2 = 0.676$) และมีค่านัยสำคัญทางสถิติ ($P\text{-value} = .000$) แสดงว่าแบบจำลองนี้เหมาะสมและสามารถนำไปใช้ในการอธิบายพฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันได้อย่างมีนัยสำคัญ

ผลการวิจัย

ผลการศึกษครั้งนี้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้โดยแบ่งตัวแปรในการศึกษาออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน) ตัวแปรด้านพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) ตัวแปรด้านคุณภาพการบริการ และตัวแปรความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31 - 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานราชการ / ข้าราชการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท ซึ่งแสดงให้เห็นลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการที่มีแนวโน้มเป็นกลุ่มวัยทำงานระดับกลาง

พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการแอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) จำนวน 6-7 วัน/สัปดาห์ อยู่ในระดับ “มากที่สุด” โดยเฉพาะด้านสแกนจ่ายบิลต่าง ๆ / ชำระค่าสินค้าที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 48.0 และผู้บริโภคมียกระดับการใช้งานแอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) ในด้านการทำธุรกรรมสแกนจ่ายบิลต่าง ๆ / ชื้อสินค้า / เดบิตเงิน มากที่สุดเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.39 และมีการใช้บริการด้านธุรกรรมอื่น ๆ อย่างหลากหลาย และอยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนถึงการยอมรับและการนำแอปไปใช้จริงในชีวิตประจำวันได้เป็นอย่างดี

ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 โดยเฉพาะรู้สึกพึงพอใจกับความสะดวกสบายจากการใช้บริการ และสะท้อนถึงความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจ

การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน พบว่า ตัวแปรประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = .004$) ในขณะที่ตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) ได้แก่ ความถี่ในการใช้งาน ($p = .000$) และประเภทการทำธุรกรรม ($p = .000$) มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ 1.ความเป็นรูปธรรมของบริการ ($p = .000$) 2.การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ($p = .000$) 3.การตอบสนองต่อลูกค้า ($p = .000$) 4.ความเชื่อถือไว้วางใจได้ ($p = .000$) 5.การรักและเข้าใจลูกค้า ($p = .006$) มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการวิจัย

การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการใช้บริการและคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) โดยเฉพาะความเป็นรูปธรรมของบริการ ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่ รูปแบบของแอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) มีลักษณะทันสมัย สวยงาม ใช้งานง่าย สะดวกสบาย การสมัครใช้บริการแอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) สมัครได้หลายช่องทาง ทำได้โดยสะดวก มีขั้นตอนในการใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน ผลการวิจัยยังสะท้อนให้เห็นว่า พฤติกรรมใช้บริการบ่อยครั้งแสดงถึงความพึงพอใจในการใช้บริการ การเข้าใจพฤติกรรมผู้ให้บริการภายใต้การแข่งขันด้านแอปพลิเคชันธนาคารจึงเป็นหัวใจสำคัญในการออกแบบแอปพลิเคชันธนาคารให้ทันสมัย และมีประสิทธิภาพ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในการปรับปรุงแอปพลิเคชันให้ตอบสนองผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Regression แสดงให้เห็นว่าตัวแปรประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการพบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง มีความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) มากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย และ LGBTQIA+ ขณะที่อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่แสดงความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญแต่อย่างใด

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานราชการ / ข้าราชการ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท จากผลการศึกษาพบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ ผลการศึกษาที่พบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ

และรายได้ ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน (MyMo) นั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของสุธาสินี ศรีบุญเรือง (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับแอป Krungthai NEXT ซึ่งพบว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ไม่สัมพันธ์กับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ วรพงศ์ แสนสุข (2564) ก็ได้ผลลัพธ์ในทิศทางเดียวกันในการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้แอปธนาคารพาณิชย์ โดยชี้ให้เห็นว่าความคาดหวังและประสบการณ์การใช้งานมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจมากกว่าปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) มีพฤติกรรมการใช้งานอย่างถี่และสม่ำเสมอ โดยเฉพาะการสแกนจ่ายบิล ซึ่งสะท้อนถึงการปรับตัวของผู้บริโภคเข้าสู่ยุคดิจิทัล และการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินอย่างเต็มรูปแบบ ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับงานวิจัยของพรพิมล วิริยะปัญญานนท์ (2564) ที่พบว่าผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครใช้งานแอปธนาคารอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะในการทำธุรกรรมชำระเงิน ซึ่งเกิดจากความเชื่อในประโยชน์และความสะดวกของเทคโนโลยี นอกจากนี้ นฤมล วัฒนศิริ (2563) ยังพบว่า พฤติกรรมการใช้ Mobile Banking อย่างต่อเนื่องมีความสัมพันธ์กับระดับการยอมรับเทคโนโลยีที่สูงขึ้นเช่นกัน

ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) มีระดับความพึงพอใจสูง โดยเฉพาะในด้านความสะดวก รวดเร็ว และการให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ตอบโจทย์กลุ่มผู้ใช้งานที่มีอาชีพประจำและมีข้อจำกัดด้านเวลา ผลลัพธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑามาศ ทองมาก (2564) ที่ชี้ว่าความสะดวกในการเข้าถึงและความรวดเร็วของ Mobile Banking เป็นปัจจัยสำคัญต่อความพึงพอใจ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีภาระงานและไม่สามารถเดินทางไปยังสาขานิติกรณ์ได้ในเวลาทำการ นอกจากนี้ งานวิจัยของอรพรรณ โพธิ์สุข (2562) ก็ระบุเช่นกันว่า ความสามารถในการใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา เป็นจุดแข็งสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้รู้สึกพึงพอใจต่อการให้บริการของแอปพลิเคชัน MyMo

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้ใช้แอปพลิเคชันธนาคารออมสิน (MyMo) ได้อย่างลึกซึ้ง
2. ศึกษาเปรียบเทียบกับแอปพลิเคชันธนาคารอื่น เช่น K Plus หรือ SCB EASY เพื่อวิเคราะห์จุดเด่นและข้อจำกัดในแต่ละแพลตฟอร์ม

เอกสารอ้างอิง

न्हินธิ ทิพย์ประไพ. (2559). ความพึงพอใจและพฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชันของกลุ่มอาชีพ

พนักงานสำนักงาน ที่ส่งผลต่อการจองที่พักผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนซ้ำในครั้ง

ถัดไป. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

วรรณพร หวลมานพ. (2558). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคไอบายแบงก์

กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ

วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

न्हันทิกา วิลัยลักษณ์. (2562). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกรรมการเงินโมบายแบงก์กิ้ง SCB

Easy ในจังหวัดสมุทรปราการ. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย

กรุงเทพ).

สุธาสินี ศรีบุญเรือง. (2563). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT

- ของธนาคารกรุงไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
วรพงศ์ แสนสุข. (2564). ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้ออปพลิเคชันธนาคารพาณิชย์.
การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นฤมล วัฒนศิริ. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและการใช้ Mobile Banking ของผู้บริโภค
ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- พรพิมล วิริยะปัญญานนท์. (2564). พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันธนาคารของผู้บริโภคใน
เขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จุฑามาศ ทองมาก. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ของผู้
มีอาชีพประจำในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัย
รามคำแหง.
- อรพรรณ โพธิ์สุข. (2562). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารออมสินใน
เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วชิรวัชร งามละม่อม. (2558). แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์.
สืบค้นจาก https://learningofpublic.blogspot.com/2015/09/blog-post_11.html
- ราช ศิริวัฒน์. (2560, มกราคม 23). แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค.
สืบค้นจาก <https://doctemple.wordpress.com/2017>
- gogolico. (2567, ตุลาคม 4). ไทยครองแชมป์ ใช้ แอปโมบายแบงก์กิ้ง มากที่สุดในเอเชีย
ตะวันออกเฉียงใต้. TechOffside. สืบค้นเมื่อจาก
<https://www.techoffside.com/2024/10/thailand-leads-southeast-asia-in-mobile-banking-app-usage/>
- นัชรีย์ อุ่มบางตลาด. (2561, พฤษภาคม 10). ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Banking). สืบค้นจาก
<https://northnfe.blogspot.com/2018/05/e-banking.html>
- DataReportal. (2568, มีนาคม 5). Digital 2025: Thailand. สืบค้นจาก
<https://datareportal.com/reports/digital-2025-thailand>