

แนวทางการเพิ่มยอดผู้ใช้บริการ Mobile Banking (MyMo)
ของธนาคารออมสิน สาขาบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น
GUIDELINE FOR INCREASING QUANTITY OF CUSTOMER MOBILE BANKING (MYMO)
OF THE GOVERNMENT SAVING BANK BANPHAI BRANCH, KHON KAEN PROVINCE

ณคุณ คามวุฒิ¹
สุวัฒน์ จิตต์ปราณีชัย²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นแนวทางการเพิ่มยอดผู้ใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสิน สาขาบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการให้บริการ Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสิน สาขาบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น 2) เพื่อค้นหาประสบการณ์ด้านบวก ของพนักงานและลูกค้า ของธนาคารออมสิน สาขาบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น 3) เพื่อหาแนวทางในการเพิ่มยอดผู้ใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสิน สาขาบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น โดยทำการสอบถามทัศนคติที่ดีของลูกค้าโดยใช้แนวคิดสุนทรียสาธก ในการสัมภาษณ์ประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้า เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ วางแผนหาแนวทางต่างๆ ในการเพิ่มยอดผู้ใช้บริการ รวมถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และการให้บริการให้มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

ผลการศึกษานี้ ทำให้ทราบถึง สภาพทั่วไปของการให้บริการ Mobile Banking (MyMo) และประสบการณ์ด้านบวก ของพนักงานและลูกค้าของธนาคาร ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้นำเสนอโครงการที่มีส่วนช่วยในการเพิ่มยอดผู้ใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) จำนวน 5 โครงการ คือ 1. โครงการประชุมเป้าหมายและผลงานประจำเดือน 2. โครงการประชาสัมพันธ์ และเชิญชวนลูกค้าสมัครใช้บริการ MyMo ด้วยบริการ Free wifi 3.โครงการเดินตลาดเชิงรุก 4. โครงการ “Service Mind” 5. โครงการส่งเสริมการตลาด “Check-in World Wide กับ MyMo by GSB” หลังจากที่ได้จัดทำโครงการพบว่า มียอดผู้ใช้บริการ MyMo ของธนาคารเพิ่มขึ้น

คำสำคัญ: สุนทรียสาธก เพิ่มยอดผู้ใช้บริการ บริการ Mobile Banking (MyMo)

Abstract

The purpose of this independent study was to increase Quantity of Customer Mobile Banking (MyMo) of The Government Saving Bank Banphai Branch, Khonkaen Province, intended to 1) to describe the general conditions of Mobile Banking Services (MyMo) of The Government Saving Bank Banphai Branch, Khonkaen Province 2) to experience the positive aspect of The Government Saving Bank Banphai Branch, Khonkaen Province 3) to find a way to increase Quantity of Customer Mobile Banking (MyMo) of The Government Saving Bank Banphai Branch, Khonkaen Province by using questionnaire to collect customer's good attitude through Appreciative Inquiry or AI concept. Interview about positive experience of customers were conducted and data were analyzed in order to set up a plan to increase Quantity of Customer, including products and effective services improvement to meets the needs of customers.

The results from this study revealed the general conditions of service Mobile Banking (MyMo) and the positive aspect of The Bank. Therefore, the study suggested to establish five projects to increase Quantity of Customer Mobile Banking (MyMo) as follows; 1. Project “The monthly meeting and activity goals” 2. Project “public relations and invite customers to subscribe to service MyMo with Free wifi” 3. Project “tout aggressive” 4. Project “Service Mind” 5. Project “Check-in World Wide with MyMo by GSB”. After applying the projects, it was found Quantity of Customer MyMo of Bank to increase.

Keywords: Appreciative Inquiry, increase Quantity of Customer, Mobile Banking Services (MyMo)

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ที่อยู่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40002 080-4086688 nakhunk@kkumail.com

² รองศาสตราจารย์ ประจำมหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีโทรคมนาคมและการสื่อสาร ได้ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจทางการเงิน การธนาคาร ซึ่งปัจจุบันการแข่งขันในธุรกิจธนาคารและสถาบันการเงินมีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น แต่ธนาคารต่างนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงินเพื่อให้บริการมากขึ้น ซึ่งทำให้ลูกค้ามีความสะดวกสบายและมีความรวดเร็วมากขึ้น [1] โดยเฉพาะอย่างยิ่งธนาคารของรัฐ จำเป็นต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตนเองเพื่อการแข่งขัน การนำเทคโนโลยีด้านการสื่อสารเข้ามาช่วยดำเนินงานโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดต้นทุนการดำเนินงานของธนาคารและการให้บริการที่ครอบคลุมอย่างทั่วถึง อีกทั้งยังเป็นการสร้างคุณค่าในการให้บริการ ซึ่งก่อให้เกิดความประทับใจและส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อการใช้บริการจากทางธนาคารต่อไปในอนาคต

ธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ Mobile Banking เป็นบริการธุรกรรมทางการเงินแก่ลูกค้าของธนาคารผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบพกพา เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต อันเป็นการพัฒนาการให้บริการของธนาคารให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในปัจจุบันและอนาคต โดยลูกค้าสามารถใช้งานได้ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งปัจจุบันมีหลายธนาคารในประเทศไทยที่เปิดให้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ธนาคารออมสิน เกิดขึ้นได้จากพระราชประสงค์ของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรงเห็นคุณประโยชน์ของการออมทรัพย์ เพื่อให้ประชาชนรู้จักการประหยัด การออมเงิน จึงทรงริเริ่มจัดตั้งคลังออมสินทดลองขึ้น โดยทรงพระราชทานนามแบงค์ว่า “สิฟอเทีย” ในปีพ.ศ. 2456 ต่อมาพระองค์จึงได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ดำเนินการจัดตั้ง “คลังออมสิน” ขึ้นในสังกัดกรมพระคลังมหาสมบัติ กระทรวงพระคลังมหาสมบัติ และพระราชทานพระบรมราชานุญาตประกาศใช้ “พระราชบัญญัติคลังออมสิน พ.ศ.2456” ประกาศใช้ในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ.2456 หลังจากนั้นเริ่มดำเนินธุรกิจในรูปแบบธนาคารออมสินตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2490 และได้เปลี่ยนเป็นคำว่า “ธนาคารออมสิน” เป็นต้นมา ปัจจุบันธนาคารออมสินมีฐานะเป็นนิติบุคคล เป็นรัฐวิสาหกิจ ในรูปแบบของสถาบันการเงินที่มีรัฐบาลเป็นประกัน สังกัดกระทรวงการคลัง และมีสาขากว่า 1,000 สาขาทั่วประเทศ [2] บริการ Mobile Banking (MyMo) [3] เป็นบริการใหม่ล่าสุดของธนาคารออมสิน ได้เปิดให้บริการในช่วงต้นปี 2558 ที่ผ่านมา เพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าที่ต้องการความสะดวกสบาย ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือกลุ่มลูกค้าที่ทันสมัยและใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นสมาร์ตโฟน ซึ่งธนาคารออมสินได้มีนโยบายในการเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการให้มากขึ้น จึงกำหนดเป้าหมายให้สาขาบ้านไผ่ ดังนั้นเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายของธนาคาร ผู้ศึกษาซึ่งเป็นพนักงานของธนาคารออมสิน จึงมีความสนใจที่จะสำรวจสอบถามความคิดเห็น โดยใช้แนวคิดสุนทรียสาธก ในการสัมภาษณ์ ประสพการณ์ด้านบวกของลูกค้า เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ วางแผนหาแนวทางในการเพิ่มยอดผู้ใช้บริการ ให้บรรลุตามเป้าหมายของธนาคารที่กำหนดไว้ รวมถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และการให้บริการให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการให้บริการ Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสิน สาขาบ้านไผ่
2. เพื่อค้นหาประสบการณ์ด้านบวกของพนักงานและลูกค้าของธนาคารออมสิน สาขาบ้านไผ่
3. เพื่อหาแนวทางในการเพิ่มยอดผู้ใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสิน สาขาบ้านไผ่

วิธีดำเนินงาน

1. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพพร้อมกับการศึกษาเชิงปฏิบัติการโดยจะใช้หลักการสุนทรียศาสตร์ การใช้แบบสัมภาษณ์คำถามเชิงบวก เป็นหลักในการดำเนินงานในการวางแผน ซึ่งเป็นเครื่องมือในการพัฒนาองค์กรแนวใหม่ ด้วยการค้นหาจากประสบการณ์ที่ดีโดยเน้นประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้า มาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการเพิ่มยอดผู้ใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคาร

2. หน่วยวิเคราะห์

การศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้เลือกหน่วยวิเคราะห์ที่ใช้ในการสัมภาษณ์และเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเป็นหน่วยวิเคราะห์แบบเจาะจง และหน่วยวิเคราะห์แบบโดยบังเอิญ ทำการสัมภาษณ์ทั้งสิ้นจำนวน 60 คน ดังนี้

2.1 หน่วยวิเคราะห์แบบเจาะจง ประกอบด้วย ผู้จัดการสาขา จำนวน 1 คน ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา ด้านเงินฝาก จำนวน 1 คน ผู้ช่วยผู้จัดการสาขาด้านสินเชื่อ จำนวน 1 คน พนักงานบริการลูกค้า จำนวน 4 คน พนักงานธุรกิจสาขา จำนวน 3 คน รวมเป็นจำนวน 10 คน

2.2 หน่วยวิเคราะห์แบบโดยบังเอิญ เป็นลูกค้าที่เลือกมาใช้บริการ MyMo โดยทำการสัมภาษณ์แบบไม่เจาะจง รวมจำนวน 50 คน โดยแบ่งเป็นลูกค้าธนาคารออมสิน จำนวน 25 คน และ ธนาคารกรุงไทย จำนวน 25 คน โดยการสัมภาษณ์ทั้งสิ้นจำนวน 60 คน มีความเพียงพอ เพราะทั้ง 60 คน ใช้บริการ MyMo จึงได้คำตอบที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษามากทั้งเหมาะสมกับระยะเวลาในการศึกษา

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และแหล่งที่มาของข้อมูลสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานของธนาคารออมสิน และกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการของทางธนาคาร

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ค้นคว้าจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ประสบการณ์ที่ดีที่เกิดขึ้นกับพนักงาน และลูกค้าในการใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารออมสิน สาขาบ้านไผ่ เป็นการสัมภาษณ์โดยใช้คำถามปลายเปิด เพื่อให้ได้คำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด โดยการสัมภาษณ์จะมุ่งเน้นไปที่ประสบการณ์ที่ดีที่สุด ด้วยการถามเชิงบวก

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 วิเคราะห์บทสัมภาษณ์จากประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าที่สะท้อนความรู้สึกต่อเหตุการณ์หรือประสบการณ์ที่ดีที่สุดในการใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ของธนาคาร

5.2 วิเคราะห์รูปแบบพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าในด้านต่าง ๆ และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อใช้ในการวางแผนแนวทางในการเพิ่มยอดผู้ใช้บริการ

6. แผนงานที่ปฏิบัติการควบคู่กับการศึกษา

จากการศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของธนาคารออมสิน สาขาบ้านไผ่ พบว่า มีปัญหาในด้านการเพิ่มยอดลูกค้าผู้ใช้บริการ Mobile Banking เนื่องจากเป็นบริการใหม่ของทางธนาคาร ยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า จากปัญหาเหล่านี้ทำให้ผู้ศึกษาต้องการปรึกษากับผู้จัดการสาขาและพนักงานสาขา เพื่อประชุมร่วมกันเสนอปัญหาสาเหตุของปัญหา แนวทางและการดำเนินการแก้ไขปัญหา ติดตามและประเมินผล ควบคู่กับการศึกษาไปด้วย สรุปได้ดัง(ตารางที่ 1)

ผลการศึกษา

แนวทางการเพิ่มยอดผู้ใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสิน สาขาบ้านไผ่ โดยใช้แนวคิดสุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry) แบ่งการศึกษาออกเป็น 4 ขั้นตอน [4] ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การค้นพบ (Discovery) เป็นการค้นหาประสบการณ์ที่ดีที่สุดของลูกค้าในการใช้บริการ

ขั้นตอนที่ 2 การวาดฝัน (Dream) การค้นหาและวาดฝันอยากให้องค์กรเราเป็นอย่างไร

ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบ (Design) การนำข้อมูลมาวางแผนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

ขั้นตอนที่ 4 การดำเนินงาน (Destiny) เป็นขั้นตอนสนับสนุนและจัดสรรทรัพยากรต่างๆ ที่มีอยู่เพื่อให้สามารถนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติได้ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ

ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆเพื่อนำมาวางแผนแนวทางในการเพิ่มยอดผู้ใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสิน สาขาบ้านไผ่ รายละเอียด ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การค้นพบ (Discovery)

1.1 ผลจากการสัมภาษณ์ประสบการณ์เชิงบวก

1.1.1 ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม (Convergences)

ปัจจัยร่วมเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ เพราะเป็นปัจจัยที่เป็นความต้องการพื้นฐานของพนักงานและลูกค้า หรือจะกล่าวได้อีกอย่างว่า เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor) ในการศึกษาครั้งนี้ได้ค้นพบปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ดังนี้

ปัจจัยที่เป็นจุดร่วมเชิงบวก จากการสัมภาษณ์พนักงาน จำนวน 10 คน ได้แก่ บริการครบถ้วนครอบคลุม เช่นโอนเงิน เช็คยอดเงิน สลากออมสิน สะดวกในการใช้งาน เหมือนมีธนาคารติดตัวตลอดเวลา ฟังก์ชันใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมกับธนาคาร รู้ทุกครั้งที่มีการเคลื่อนไหวทางการเงิน โดยมีการแจ้งเตือนอัตโนมัติทุกครั้ง

ปัจจัยที่เป็นจุดร่วมเชิงบวก จากการสัมภาษณ์ลูกค้าจำนวน 50 คน ได้แก่ มีบริการครบถ้วนครอบคลุม เช่น โอนเงิน สอบถามยอดเงินคงเหลือ และบริการอื่นๆ สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง เหมือนมีธนาคารติดตัวอยู่ตลอดเวลา ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมกับธนาคาร แอปพลิเคชัน มี

1.1.2 ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น (Divergence)

ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น เป็นสิ่งที่มาเสริมแนวคิดและวิธีการในการจัดทำโครงการเพื่อเพิ่มยอดผู้ใช้บริการ โดยนำประสบการณ์เชิงบวกที่พนักงานประทับใจหรือเคยพบเจอและสิ่งที่ลูกค้าต้องการจากการให้บริการของทางธนาคาร มาเป็นพื้นฐานในการจัดทำโครงการ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายได้ง่ายยิ่งขึ้น ในการศึกษาครั้งนี้ได้ค้นพบปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น ดังนี้

ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นเชิงบวก จากการสัมภาษณ์พนักงาน จำนวน 10 คน ได้แก่ บริการครบถ้วนครอบคลุม เช่นโอนเงิน เช็คยอดเงิน สลากออมสิน และอื่นๆ สะดวกในการใช้งาน เหมือนมีธนาคารติดตัวตลอดเวลา ฟังก์ชันใช้งานง่าย รู้ทุกครั้งที่มีการเคลื่อนไหวทางการเงิน โดยมีการแจ้งเตือนอัตโนมัติทุกครั้ง

ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นเชิงบวก จากการสัมภาษณ์ลูกค้าจำนวน 50 คน ได้แก่ มีบริการครบถ้วนครอบคลุม เช่นโอนเงิน สอบถามยอดเงินคงเหลือ สลากออมสิน และอื่นๆ สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง เหมือนมีธนาคารติดตัวอยู่ตลอดเวลา แอปพลิเคชัน มีขั้นตอนที่ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน การสมัครใช้บริการไม่ยุ่งยาก

ขั้นตอนที่ 2 การวาดฝัน (Dream)

ลักษณะธุรกิจ

ชื่อธุรกิจ : ธนาคารออมสิน สาขาบ้านไผ่

ประเภทธุรกิจ : สถาบันการเงินของรัฐ

วิสัยทัศน์ (Vision) : “เป็นผู้นำในการส่งเสริมการออม เพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน และเสริมสร้างความสุขและอนาคตที่มั่นคงของประชาชน”

ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบ (Design)

3.1 แนวทางการเพิ่มยอดผู้ใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสิน สาขาบ้านไผ่

จากขั้นตอนการสัมภาษณ์พนักงานและลูกค้า ในส่วนของการค้นหา (Discovery) ทำให้ได้ทราบถึงจุดร่วมและจุดโดดเด่นของแต่ละเหตุการณ์ที่นำไปสู่ประสบการณ์ที่กล่าวมาข้างต้น ในขั้นตอนการออกแบบ (Design) สามารถนำมากำหนดแนวทางการจัดทำโครงการ เพื่อเพิ่มยอดผู้ใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสิน สาขาบ้านไผ่ โครงการที่นำเสนอมีความแตกต่างจากที่สาขาดำเนินการอยู่แล้ว คือ มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ MyMo โดยมีจำนวน 5 โครงการ ดังนี้

1. โครงการประชุมเป้าหมายและผลงานประจำเดือน

เป็นโครงการที่ผู้จัดการสาขาได้มีการจัดประชุมเป้าหมายและผลงานประจำเดือน โดยจัดขึ้นเป็นประจำทุกเดือน และมีการจัดทำรายงานการประชุมประจำเดือนทุกครั้ง

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้พนักงานทุกคนได้รับทราบเป้าหมายของธนาคาร และปฏิบัติงานให้ได้ตามเป้าหมายของธนาคารที่กำหนดไว้

2. โครงการประชาสัมพันธ์และเชิญชวนลูกค้าสมัครใช้บริการ MyMo ด้วยบริการ Free wifi

เป็นโครงการที่ผู้จัดการสาขาได้มีการมอบหมายให้พนักงานสาขา ได้ประชาสัมพันธ์และเชิญชวนลูกค้าสมัครใช้บริการ MyMo

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้พนักงานทุกคนได้พัฒนาตนเองจากการปฏิบัติงาน รู้จักหน้าที่และมีความรับผิดชอบและปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายของธนาคารที่กำหนดไว้

3. โครงการเดินตลาดเชิงรุก

โครงการเดินตลาดเชิงรุก เป็นโครงการที่ผู้จัดการสาขาได้มีการมอบหมายให้พนักงานสาขา ได้ออกประชาสัมพันธ์และเชิญชวนลูกค้าสมัครใช้บริการ MyMo โดยการออกเดินตลาดเชิงรุก โดยแบ่งให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการเดินตลาด

วัตถุประสงค์ : เพื่อเพิ่มยอดลูกค้าผู้มาสมัครใช้บริการ MyMo เพื่อบรรลุเป้าหมายของธนาคาร

4. โครงการ “Service Mind”

เป็นโครงการเป็นโครงการที่เน้นในเรื่อง การบริการประทับใจ เนื่องจากถ้าพนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจแล้ว จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และจะทำให้ลูกค้าอยากกลับมาใช้บริการอีก

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้พนักงานทุกคนได้พัฒนาตนเองด้านการบริการประทับใจ มีใจรักงานบริการ ซึ่งจะส่งผลให้บรรลุเป้าหมายของธนาคารที่กำหนดไว้

5. โครงการส่งเสริมการตลาด “Check - in World Wide กับ MyMo by GSB”

เป็นกิจกรรมกระตุ้นการสมัครใช้บริการ MyMo เพื่อมอบสิทธิในการลุ้นรางวัล Package ท่องเที่ยวต่างประเทศ ให้แก่ลูกค้า

วัตถุประสงค์ : เพื่อเพิ่มยอดลูกค้าผู้มาสมัครใช้บริการ MyMo เพื่อบรรลุเป้าหมายของธนาคาร
ขั้นตอนที่ 4 การดำเนินงาน (Destiny)

4.1 สรุปผลการศึกษาหลังการจัดทำโครงการ

หลังทำการศึกษาศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษาหลังการจัดทำโครงการ ดังนี้

1. โครงการประชุมเป้าหมายและผลงานประจำเดือน
 ได้ดำเนินการตามโครงการแล้วทำให้พนักงานได้รับทราบเป้าหมายของทางธนาคารและแนวทางการปฏิบัติงาน มีความเข้าใจในหน้าที่ มีความรับผิดชอบ และตั้งใจปฏิบัติงานตามเป้าหมายที่ได้รับอย่างเต็มกำลังสามารถ
 2. โครงการประชาสัมพันธ์และเชิญชวนลูกค้าสมัครใช้บริการ MyMo ด้วย Free wifi
 ได้ดำเนินการตามโครงการแล้วสามารถทำให้พนักงานทุกคนได้มีการพัฒนาตนเองจากการปฏิบัติงาน รู้จักหน้าที่ที่มีความรับผิดชอบและปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายของธนาคารที่กำหนดไว้
 3. โครงการเดินตลาดเชิงรุก
 ได้ดำเนินการตามโครงการแล้วทำลูกค้าได้รู้จักกับบริการ Mobile Banking (MyMo) ของทางธนาคาร และมาสมัครใช้บริการ MyMo กับทางธนาคาร
 4. โครงการ “Service Mind”
 ดำเนินการตามโครงการแล้วทำให้พนักงานทุกคนได้พัฒนาตนเองด้านการบริการประทับใจ มีใจรักงานบริการ ซึ่งจะส่งผลให้บรรลุเป้าหมายของธนาคารที่กำหนดไว้
 5. โครงการส่งเสริมการตลาด “Check - in World Wide กับ MyMo by GSB”
 ได้ดำเนินการตามโครงการแล้วทำลูกค้าได้รู้จักกับบริการ Mobile Banking (MyMo) ของทางธนาคาร และมาสมัครใช้บริการ MyMo กับทางธนาคาร
- หลังจากที่ได้นำโครงการทั้ง 5 โครงการมาใช้ในการปฏิบัติและดำเนินการแล้วสามารถใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มยอดผู้ใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสิน สาขาบ้านไผ่ เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น และตรงตามวัตถุประสงค์ของธนาคาร ดัง(ตารางที่ 2)

สรุป

การศึกษาแนวทางในการเพิ่มยอดผู้ใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสิน สาขาบ้านไผ่ ได้ดำเนินการตามโครงการ ประชุมเป้าหมายและผลงานประจำเดือน โครงการประชาสัมพันธ์และเชิญชวนลูกค้าสมัครใช้บริการ MyMo ด้วย Free wifi โครงการเดินตลาดเชิงรุก โครงการ “Service Mind” และโครงการส่งเสริมการตลาด “Check - in World Wide กับ MyMo by GSB” ธนาคารออมสิน สาขาบ้านไผ่ได้ดำเนินการตาม 5 โครงการแล้วในระยะเวลา 3 เดือน สามารถเพิ่มยอดผู้ใช้บริการได้ถึง 119 ราย

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษานี้ประสบความสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องด้วยได้รับความกรุณาจากท่านอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ทุกท่านที่ได้ช่วยแนะนำแนวทาง ตลอดระยะเวลาในการทำการศึกษานี้ ซึ่งขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณผู้บริหาร พนักงาน ลูกค้าธนาคารออมสิน และลูกค้าทั่วไป ที่ได้สละเวลาให้

สัมภาษณ์ จึงทำให้มีข้อมูลในการศึกษา ทั้งยังเป็นกำลังใจที่ดีที่ทำให้โครงการประสบความสำเร็จ
ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ผู้ให้กำเนิด ที่ได้อบรม เลี้ยงดู ให้กำลังใจและสนับสนุนเป็นอย่างดีมาโดยตลอด
จนทำให้ผู้ศึกษามีวันนี้ได้

เอกสารอ้างอิง

- [1] ศุภรดา นามสูง. (2556). กลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดผู้ถือบัตรเดบิต สมาร์ทไลฟ์ ของธนาคารออมสิน สาขาสุมาลย์
จังหวัดสกลนคร. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- [2] ธนาคารออมสิน. (2558). ประวัติธนาคารออมสิน. ค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <http://www.gsb.or.th/about-us/history-bank.aspx>
- [3] ธนาคารออมสิน. (2558). บริการ Mobile Banking (MyMo). ค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <http://www.gsb.or.th/Mymo.aspx>
- [4] ภิญญา รัตนาพันธุ์. (2551). Appreciative Inquiry. ค้นเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <https://sites.google.com/a/kku.ac.th/thailand-appreciative-inquiry-network/BLOG>

ตารางที่ 1 แผนการดำเนินการควบคู่กับการศึกษา

ลำดับ	โครงการที่ดำเนินการ	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา	หมายเหตุ
1	ประชุมเป้าหมายและผลงานประจำเดือน	ผู้จัดการสาขา	ทุกสิ้นเดือน ตั้งแต่เดือน มีนาคม 2559	
2	โครงการประชาสัมพันธ์ และเชิญชวน ลูกค้ามาสมัครใช้บริการ MyMo ด้วย บริการ Free wifi	ผู้จัดการสาขา	ทุกวัน ตั้งแต่เดือน มีนาคม 2559	
3	โครงการเดินตลาดเชิงรุก	ผู้จัดการสาขา	ตั้งแต่เดือน มีนาคม 2559	
4	โครงการ “Service Mind”	พนักงานสาขา	ตั้งแต่เดือน มีนาคม 2559	
5	โครงการส่งเสริมการตลาด “Check - in World Wide กับ MyMo by GSB”	ผู้จัดการสาขา และพนักงานสาขา ทุกคน	ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม - 30 เมษายน 2559	

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบยอดผู้ใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสิน สาขาบ้านไผ่ก่อนและ หลังการดำเนินงานตามโครงการ

ก่อนดำเนินการตามโครงการ	หลังดำเนินการตามโครงการ
จำนวนลูกค้า (ณ 28 กุมภาพันธ์ 2559)	จำนวนลูกค้า (ณ 31 พฤษภาคม 2559)
167 ราย	286 ราย