

**พฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการ 모바일แบงก์กิ้ง**  
**จากธนาคารออมสินในจังหวัดเชียงราย**  
**Customers' Behavior Towards the Use of Mobile Banking**  
**From Government Savings Bank, Chiang Rai Province**

**เจนจิรา อุปคุตต์<sup>1</sup> และ พรทิพย์ เตียรธีรวิทย์<sup>2</sup>**  
**Chenjira Upakut<sup>1</sup> and Porntip Tianteerawit<sup>2</sup>**

**บทคัดย่อ**

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลและพฤติกรรมการใช้บริการ 모바일แบงก์กิ้ง รวมถึงปัญหาจากการใช้บริการ 모바일แบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารออมสินจากจังหวัดเชียงราย โดยทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างจากสาขาในอำเภอเมืองเชียงราย 174 ราย และกลุ่มตัวอย่างจากสาขาอำเภออื่น ๆ ในจังหวัดเชียงราย 226 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา การให้นำหนักความสำคัญของปัจจัยที่มีผลและปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการโดยใช้ลิเคิตสเกล

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิงที่สมรสแล้วอายุเฉลี่ย 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจและพนักงานเอกชน รายได้ต่อเดือน 10,001 - 30,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ 모바일แบงก์กิ้งลำดับที่ 1 คือ ด้านราคา ซึ่งประกอบด้วย การไม่มีค่าธรรมเนียมในการสอบถามบัญชีและค่าธรรมเนียมในการถอนเงินสดมีความเหมาะสม ลำดับที่ 2 คือ ด้านผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบด้วย การให้บริการที่หลากหลายทั้งการสอบถามข้อมูลและการชำระค่าบริการต่าง ๆ ลำดับที่ 3 คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย การได้รับของที่ระลึกเมื่อสมัครใช้บริการและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ของธนาคาร กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาการใช้บริการ 모바일แบงก์กิ้งโดยเฉลี่ยคนละ 2 ปี ส่วนใหญ่ช่วงเวลาที่ใช้คือ 12.01 - 24.00 น. สถานที่ใช้บริการคือที่ทำงานและที่บ้าน ประเภทธุรกรรมที่นิยมใช้คือ การสอบถามยอดบัญชีเงินฝากและสอบถามข้อมูลสลากดิจิทัล แหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบถึงบริการ 모바일แบงก์กิ้งคือจากอินเทอร์เน็ตและจากพนักงานธนาคาร กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการใช้บริการ 모바일แบงก์กิ้งอยู่ในระดับมาก ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการ 모바일แบงก์กิ้งคือ การติดต่อพนักงานคอลเซ็นเตอร์ทำได้ยากและตู้เอทีเอ็ม ที่สามารถใช้บริการ MyMo MyCard มีน้อย ตามลำดับ

**ABSTRACT**

This study aims to examine the determinants, behavior, and problems of the GSB customers in using mobile banking services provided by the Government Savings Bank in Chiang Rai Province. The needed information was collected from 400 samples of

the GSB customers, from which 174 samples are the customers of the GSB branches in Mueang District and 226 samples are the customers of the GSB branches in other Districts of Chiang Rai Province. The analysis was performed upon the results of descriptive statistics and the Likert-scale ratings of determinants and problems.

It was found that the majority of the samples are characterized as female, married, 40 years old on average, with bachelor's degree education, government or state-enterprise or private-sector worker by occupational group, and earning 10,001 – 30,000 baht monthly income.

The most important factor determining the choice of the GSB customers to use the GSB mobile banking services was found to be the price factor for the attributes of no charge for account balance inquiry and reasonable cash withdrawal fee. Product is the second most important factor for the attribute of diverse banking services including information and bill payments. The third most important determinant is the promotion factor for the gift offered upon the application for the use of mobile banking services and the public relation component through various information channels of the bank.

On consumer behavior, the study found that the samples have been using the GSB mobile banking services for two years on average, most of them use the services during the hours of 12.01 – 24.00 generally in office or at home, mainly for the purposes of checking account balance and inquiring about GSB Digital Salak, and they got information about the GSB mobile banking services from the internet and the bank personnel.

The GSB customers under study on average had high satisfaction with the GSB mobile banking services. However, they faced some problems in using the services predominantly the difficulty of contacting call center workers, followed by the limited availability of ATMs that accept MyMo MyCard.

### **ที่มาและความสำคัญ**

ธนาคารออมสินซึ่งเป็นธนาคารของรัฐที่ให้บริการทั้งด้านเงินฝากและสินเชื่อ ในปี พ.ศ. 2558 เริ่มนำนวัตกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่ ซึ่งเป็นบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบพกพา (Mobile Banking) เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต ภายใต้ชื่อ “MyMo” (มายโม : My Money, My Mobile) โดยเริ่มให้บริการวันที่ 7 พฤษภาคม 2558 ธนาคารออมสินได้กำหนดคุณสมบัติของผู้สมัครใช้บริการคือ เป็นบุคคลธรรมดา มีสัญชาติไทย อายุ 15 ปีขึ้นไป เป็นเจ้าของบัญชีเงินฝากประเภทเผื่อเรียก หรือ

กระแสรายวันของธนาคารออมสิน (ไม่เป็นบัญชีเพื่อประโยชน์ของผู้เยาว์และ ไม่เป็นบัญชีร่วม) มีหมายเลข โทรศัพท์เคลื่อนที่และโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Smartphone ที่มีระบบปฏิบัติการ IOS 7 ขึ้นไป หรือ Android 4.1 ขึ้นไป และมี E-mail Address

การให้บริการพื้นฐานของโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ได้แก่ การตรวจสอบข้อมูลบัญชีเงินฝาก สลากออมสิน หรือสินเชื่อ การโอนเงินภายในบัญชีธนาคาร การโอนเงินต่างธนาคาร การโอนเงินด้วยเบอร์โทรศัพท์ การจ่ายบิลด้วยบาร์โค้ด การเติมเงินมือถือ และบริการแสดงข้อมูลบัญชี (Account Detail) เช่น ผลรางวัลสลากออมสินพิเศษ ตรวจสอบ Statement ย้อนหลังได้ 5 ปี ระบบแจ้งเตือน(Message Alert) และสามารถใช้บริการได้ทุกที่ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต 3G และ WIFI

ธนาคารออมสินในจังหวัดเชียงรายเป็นธนาคารของรัฐที่ให้บริการทางการเงินแก่ลูกค้าในภาคเหนือตอนบน ซึ่งจังหวัดเชียงรายมีพื้นที่ 7,298,981 ไร่ ประชากรจำนวน 1,282,544 คน จังหวัดเชียงรายมีประชากรหลายเชื้อชาติแบ่งได้เป็นจำนวน 5 กลุ่ม ได้แก่ คนไทยพื้นราบ ชาวไทยภูเขา ผู้พลัดถิ่นสัญชาติพม่า ชาวลาวอพยพ และชาวจีน มีสถาบันการศึกษาสายอาชีพและอุดมศึกษาจำนวน 25 แห่ง ธนาคารพาณิชย์และธนาคารของรัฐจำนวน 130 แห่ง (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนา สำนักงานจังหวัดเชียงราย,2559) จากการที่ธนาคารออมสินมีนโยบายให้ประชาชนใช้โมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ผู้บริหารของธนาคารออมสินในจังหวัดเชียงรายต้องการสนองนโยบายของสำนักงานใหญ่ จึงทำการประชาสัมพันธ์และแนะนำให้ลูกค้าใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินกับธนาคารออมสินมากขึ้น ส่งผลให้จำนวนลูกค้าที่สมัครใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสินในจังหวัดเชียงรายมีอัตราที่เพิ่มสูงขึ้น ปี พ.ศ. 2559 มีจำนวนผู้ใช้บริการได้เพิ่มเป็น 11,516 ราย เพิ่มขึ้นร้อยละ 107.05 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2558 ซึ่งมีจำนวนผู้ใช้บริการ 5,562 ราย และจำนวนผู้ใช้บริการในปี พ.ศ. 2560 (ณ เดือนเมษายน) ได้เพิ่มเป็น 15,097 ราย เพิ่มขึ้นร้อยละ 31.10 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2559

จะเห็นว่าธนาคารออมสินเริ่มให้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) แก่ลูกค้าในปี พ.ศ. 2558 ทั้งนี้เนื่องจากธนาคารมีนโยบายให้พนักงานแนะนำลูกค้าให้สมัครใช้บริการ และมีกลยุทธ์ทางการตลาดส่งเสริมให้ลูกค้าสมัครใช้บริการ ส่งผลให้ลูกค้าที่ใช้บริการเพิ่มจำนวนขึ้นกระจายทุกสาขาทั่วประเทศ ดังนั้นในที่นี้จึงทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) และพฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินจังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาที่ได้นี้จะเป็นประโยชน์ต่อธนาคารออมสินเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความสะดวกในการใช้บริการทางการเงิน และผู้ที่สนใจเกี่ยวกับข้อมูลการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการของสถาบันการเงิน ในการก้าวเข้าสู่ยุคระบบการเงินสมัยใหม่ โดยที่ลูกค้าติดต่อทำธุรกรรมกับธนาคารไม่จำเป็นต้องมาที่ธนาคาร สามารถใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตหรือโทรศัพท์แทน เรียกว่ายุคดิจิทัลแบงก์กิ้ง (Digital Banking)

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินจากจังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ของลูกค้าธนาคาร ออมสินจากจังหวัดเชียงราย
3. เพื่อศึกษาปัญหาจากการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินจากจังหวัดเชียงราย

## วิธีการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินจากจังหวัดเชียงราย ในปี พ.ศ. 2560 โดยมีกรอบแนวคิดที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินจากจังหวัดเชียงรายประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ประกอบด้วยแอปพลิเคชันเข้าใจง่ายและทันสมัยมีการให้บริการที่หลากหลาย
- 2) ด้านราคา (Price) ประกอบด้วย ค่าธรรมเนียมการโอนเงินมีความเหมาะสมค่าธรรมเนียมการแจ้งเตือนมีความเหมาะสมและการไม่มีค่าธรรมเนียม แรกเข้าและรายปี
- 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ประกอบด้วย MyMo ใช้บริการได้ทุกที่ที่โทรศัพท์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้และใช้บริการได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง
- 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ประกอบด้วย ธนาคารออมสินมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ และของที่ระลึกจากการสมัครใช้บริการ
- 5) ด้านบุคลากร (People) ประกอบด้วย พนักงานธนาคารสามารถแนะนำการให้บริการได้
- 6) ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) ประกอบด้วยความถูกต้องของการใช้งานชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินและ
- 7) ด้านกระบวนการ (Process) ประกอบด้วย ขั้นตอนการใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน ความรวดเร็วของการใช้บริการและมีความปลอดภัยในการใช้บริการ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวข้างต้นจะมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการซึ่งได้แก่ ประเพณีธรรมที่ให้บริการ ความถี่ของการใช้บริการ ช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) สถานที่ที่ให้บริการ แหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบถึงบริการโมบายแบงก์กิ้งและความพึงพอใจในการใช้บริการ

การศึกษาครั้งนี้ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง โดยกำหนดสัดส่วนลูกค้าที่ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ณ ธนาคารออมสินในจังหวัดเชียงราย ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอเมืองเชียงราย 5 สาขา จำนวน 174 ราย และจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่สาขาอำเภออื่น ๆ 11 สาขา จำนวน 226 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา การให้น้ำหนักความสำคัญของปัจจัยที่มีผลและปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการโดยใช้ลิเคิตสเกล

## ผลการศึกษา

ผลการศึกษสามารถสรุปได้ดังนี้

### 1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในภาพรวมจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.1 มีอายุเฉลี่ย 40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างสาขาในอำเภอเมืองจำนวน 174 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.2 มีอายุเฉลี่ย 40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างสาขาอำเภออื่น ๆ จำนวน 226 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.1 มีอายุเฉลี่ย 40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

| ข้อมูลทั่วไป |                  | สาขาในอำเภอเมือง |        | สาขาอำเภออื่น ๆ |        | รวม        |        |
|--------------|------------------|------------------|--------|-----------------|--------|------------|--------|
|              |                  | จำนวน (คน)       | ร้อยละ | จำนวน (คน)      | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| เพศ          | ชาย              | 71               | 40.8   | 97              | 42.9   | 168        | 4.9    |
|              | หญิง             | 103              | 59.2   | 129             | 57.1   | 232        | 58.1   |
| อายุ         | ไม่เกิน 30 ปี    | 38               | 21.8   | 46              | 20.4   | 84         | 21.0   |
|              | 31-40 ปี         | 79               | 45.5   | 90              | 39.8   | 169        | 42.3   |
| การศึกษา     | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 44               | 25.3   | 67              | 29.6   | 111        | 27.8   |
|              | ปริญญาตรี        | 105              | 60.4   | 127             | 56.3   | 232        | 58.0   |

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไป |                                   | สาขาในอำเภอเมือง |        | สาขาอำเภออื่น ๆ |        | รวม           |        |
|--------------|-----------------------------------|------------------|--------|-----------------|--------|---------------|--------|
|              |                                   | จำนวน<br>(คน)    | ร้อยละ | จำนวน<br>(คน)   | ร้อยละ | จำนวน<br>(คน) | ร้อยละ |
| อาชีพ        | ข้าราชการ /<br>พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 61               | 35.2   | 86              | 38.1   | 147           | 36.7   |
|              | พนักงาน<br>บริษัทเอกชน            | 40               | 22.8   | 39              | 17.3   | 79            | 19.8   |
| รายได้       | 10,001 –<br>20,000 บาท            | 75               | 43.1   | 92              | 40.6   | 167           | 41.8   |
|              | 20,001 –<br>30,000 บาท            | 37               | 21.3   | 40              | 17.8   | 77            | 19.2   |

ที่มา : จากการศึกษา

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo)

2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ในภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน อยู่ในระดับมากโดยมีปัจจัยที่มีผลลำดับ 1 คือด้านราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ซึ่งประกอบด้วย การไม่มีค่าธรรมเนียมในการสอบถามบัญชี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 และค่าธรรมเนียมในการถอนเงินสด MyMo MY Card มีความเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 ลำดับที่สองคือด้านผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ซึ่งประกอบด้วย การให้บริการที่หลากหลายเช่นการสอบถามข้อมูลและชำระค่าบริการต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และแอปพลิเคชันเข้าใจง่ายและทันสมัยเนื่องจากการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ลำดับที่สาม การส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ซึ่งประกอบด้วย การได้รับของที่ระลึกเมื่อสมัครใช้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และธนาคารมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) สาขาในอำเภอเมือง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ของกลุ่มตัวอย่างสาขาในอำเภอเมืองจำนวน 174 คน อยู่ในระดับมากโดยมีปัจจัยที่มีผลลำดับ 1 คือด้านราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ซึ่งประกอบด้วย การไม่มีค่าธรรมเนียมในการสอบถามบัญชี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 และค่าธรรมเนียมในการถอนเงินสด MyMo MY Card มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 ลำดับที่สองคือ ด้านผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39

ซึ่งประกอบด้วย การให้บริการที่หลากหลายเช่นการสอบถามข้อมูลและชำระค่าบริการต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และแอปพลิเคชันเข้าใจง่ายและทันสมัยเนื่องจากมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38

2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) สาขาอำเภออื่น ๆ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ของกลุ่มตัวอย่าง สาขาอำเภออื่น ๆ จำนวน 226 คน อยู่ในระดับมากโดยมีปัจจัยที่มีผลลำดับ 1 คือด้านราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ซึ่งประกอบด้วย การไม่มีค่าธรรมเนียมในการสอบถามบัญชี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 และค่าธรรมเนียมในการถอนเงินสด MyMo MY Card มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 ลำดับที่สองคือด้านผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ซึ่งประกอบด้วย การให้บริการที่หลากหลายเช่นการสอบถามข้อมูลและชำระค่าบริการต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และมีความสะดวกในการรับส่งข้อมูลและการเข้าถึงข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 (ตารางที่ 2)

**ตารางที่ 2** ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo)

| ปัจจัย   | สาขาในอำเภอเมือง      |          | สาขาอำเภออื่น ๆ       |          | รวม                   |          |
|--|-----------------------|----------|-----------------------|----------|-----------------------|----------|
|  | ค่าเฉลี่ย             | ลำดับ    | ค่าเฉลี่ย             | ลำดับ    | ค่าเฉลี่ย             | ลำดับ    |
| <b>1. ด้านผลิตภัณฑ์</b>                            |                       |          |                       |          |                       |          |
| 1.1 แอปพลิเคชันเข้าใจง่าย และทันสมัย               | 4.38<br>(มาก)         | 2        | 4.33<br>(มาก)         | 3        | 4.36<br>(มาก)         | 2        |
| 1.2 มีการให้บริการที่หลากหลาย                      | 4.47<br>(มาก)         | 1        | 4.44<br>(มาก)         | 1        | 4.46<br>(มาก)         | 1        |
| 1.3 มีความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล                  | 4.31<br>(มาก)         | 3        | 4.42<br>(มาก)         | 2        | 4.35<br>(มาก)         | 3        |
| <b>ค่าเฉลี่ย</b>                                   | <b>4.39<br/>(มาก)</b> | <b>2</b> | <b>4.39<br/>(มาก)</b> | <b>2</b> | <b>4.39<br/>(มาก)</b> | <b>2</b> |
| <b>2. ราคา</b>                                     |                       |          |                       |          |                       |          |
| 2.1 ค่าธรรมเนียมการโอนเงินมีความเหมาะสม            | 4.18<br>(มาก)         | 4        | 4.26<br>(มาก)         | 4        | 4.22<br>(มาก)         | 4        |
| 2.2 ค่าธรรมเนียมการแจ้งเตือนมีความเหมาะสม          | 4.18<br>(มาก)         | 5        | 4.18<br>(มาก)         | 5        | 4.18<br>(มาก)         | 5        |
| 2.3 ไม่มีค่าธรรมเนียมในการใช้บริการแรกเข้าและรายปี | 4.41<br>(มาก)         | 3        | 4.27<br>(มาก)         | 3        | 4.34<br>(มาก)         | 3        |
| 2.4 ค่าธรรมเนียมการใช้                             | 4.62                  | 2        | 4.74                  | 2        | 4.68                  | 2        |

| ปัจจัย  | สาขาในอำเภอเมือง     |          | สาขาอำเภออื่น ๆ      |          | รวม                  |          |
|---|----------------------|----------|----------------------|----------|----------------------|----------|
|   | ค่าเฉลี่ย            | ลำดับ    | ค่าเฉลี่ย            | ลำดับ    | ค่าเฉลี่ย            | ลำดับ    |
| MyMo My Card เหมาะสม                              | (มากที่สุด)          |          | (มากที่สุด)          |          | (มากที่สุด)          |          |
| ปัจจัย  | สาขาในอำเภอเมือง     |          | สาขาอำเภออื่น ๆ      |          | รวม                  |          |
|   | ค่าเฉลี่ย            | ลำดับ    | ค่าเฉลี่ย            | ลำดับ    | ค่าเฉลี่ย            | ลำดับ    |
| 2.5 การไม่มีค่าธรรมเนียมในการสอบถามบัญชี          | 4.69<br>(มากที่สุด)  | 1        | 4.77<br>(มากที่สุด)  | 1        | 4.73<br>(มากที่สุด)  | 1        |
| <b>ค่าเฉลี่ย</b>                                  | <b>4.41</b><br>(มาก) | <b>1</b> | <b>4.44</b><br>(มาก) | <b>1</b> | <b>4.43</b><br>(มาก) | <b>1</b> |
| <b>3. ช่องทางการจัดจำหน่าย</b>                    |                      |          |                      |          |                      |          |
| 3.1 สมัครใช้บริการได้ที่ธนาคารอมสินทุกสาขา        | 4.12<br>(มาก)        | 2        | 4.11<br>(มาก)        | 2        | 4.11<br>(มาก)        | 2        |
| 3.2 ใช้บริการได้ทุกที่ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ | 4.19<br>(มาก)        | 1        | 4.05<br>(มาก)        | 3        | 4.12<br>(มาก)        | 1        |
| 3.3 สามารถใช้บริการได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง         | 4.09<br>(มาก)        | 3        | 4.11<br>(มาก)        | 1        | 4.10<br>(มาก)        | 3        |
| <b>ค่าเฉลี่ย</b>                                  | <b>4.13</b><br>(มาก) | <b>3</b> | <b>4.09</b><br>(มาก) | <b>5</b> | <b>4.11</b><br>(มาก) | <b>5</b> |
| <b>4. การส่งเสริมการตลาด</b>                      |                      |          |                      |          |                      |          |
| 4.1 ธนาคารอมสินมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ         | 4.04<br>(มาก)        | 2        | 4.28<br>(มาก)        | 1        | 4.16<br>(มาก)        | 2        |
| 4.2 การได้รับของที่ระลึกเมื่อสมัครใช้บริการ       | 4.11<br>(มาก)        | 1        | 4.28<br>(มาก)        | 2        | 4.19<br>(มาก)        | 1        |
| <b>ค่าเฉลี่ย</b>                                  | <b>4.07</b><br>(มาก) | <b>5</b> | <b>4.28</b><br>(มาก) | <b>3</b> | <b>4.17</b><br>(มาก) | <b>3</b> |
| <b>5. บุคลากร</b>                                 |                      |          |                      |          |                      |          |
| 5.1 พนักงานธนาคารแนะนำการให้บริการได้ดี           | 3.95<br>(มาก)        | 1        | 3.97<br>(มาก)        | 2        | 3.96<br>(มาก)        | 2        |
| 5.2 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี                   | 3.92<br>(มาก)        | 2        | 4.04<br>(มาก)        | 1        | 3.98<br>(มาก)        | 1        |
| <b>ค่าเฉลี่ย</b>                                  | <b>3.94</b><br>(มาก) | <b>6</b> | <b>4.01</b><br>(มาก) | <b>6</b> | <b>3.97</b><br>(มาก) | <b>6</b> |



| ปัจจัย   | สาขาในอำเภอเมือง      |          | สาขาอำเภออื่น ๆ       |          | รวม                   |          |
|--|-----------------------|----------|-----------------------|----------|-----------------------|----------|
|  | ค่าเฉลี่ย             | ลำดับ    | ค่าเฉลี่ย             | ลำดับ    | ค่าเฉลี่ย             | ลำดับ    |
| <b>6. การสร้างและการนำเสนอ<br/>ลักษณะทางกายภาพ</b> |                       |          |                       |          |                       |          |
| 6.1 ความถูกต้องของการใช้งาน                        | 4.35<br>(มาก)         | 1        | 4.41<br>(มาก)         | 1        | 4.38<br>(มาก)         | 1        |
| 6.2 ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของ<br>ธนาคารออมสิน       | 3.81<br>(มาก)         | 2        | 3.92<br>(มาก)         | 2        | 3.86<br>(มาก)         | 2        |
| <b>ค่าเฉลี่ย</b>                                   | <b>4.08<br/>(มาก)</b> | <b>4</b> | <b>4.17<br/>(มาก)</b> | <b>4</b> | <b>4.12<br/>(มาก)</b> | <b>4</b> |
| <b>7. กระบวนการ</b>                                |                       |          |                       |          |                       |          |
| 7.1 ขั้นตอนการใช้งานง่าย ไม่<br>ซับซ้อน            | 3.92<br>(มาก)         | 1        | 3.88<br>(มาก)         | 3        | 3.90<br>(มาก)         | 3        |
| 7.2 ความรวดเร็วของการใช้<br>บริการโมบายแบงก์กิ้ง   | 3.90<br>(มาก)         | 2        | 4.11<br>(มาก)         | 1        | 4.01<br>(มาก)         | 1        |
| 7.3 มีความปลอดภัยของข้อมูล<br>และการใช้บริการ      | 3.77<br>(มาก)         | 3        | 4.05<br>(มาก)         | 2        | 3.91<br>(มาก)         | 2        |
| <b>ค่าเฉลี่ย</b>                                   | <b>3.86<br/>(มาก)</b> | <b>7</b> | <b>4.01<br/>(มาก)</b> | <b>6</b> | <b>3.94<br/>(มาก)</b> | <b>7</b> |

ที่มา : จากการศึกษา

### 3. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo)

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งโดยเฉลี่ยคนละ 2 ปี ส่วนใหญ่ช่วงเวลาที่ใช้คือ 12.01 – 24.00 น. สถานที่ใช้บริการคือที่ทำงานและที่บ้าน ประเภทธุรกรรมที่นิยมใช้คือ การสอบถามยอดบัญชีเงินฝากและสอบถามข้อมูลสลากดิจิทัล แหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบถึงบริการโมบายแบงก์กิ้งคือจากอินเทอร์เน็ตและจากพนักงานธนาคาร กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งอยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างสาขาในอำเภอเมืองและสาขาอำเภออื่น ๆ มีพฤติกรรมการใช้บริการที่คล้ายกันคือ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งโดยเฉลี่ยคนละ 2 ปี ส่วนใหญ่ช่วงเวลาที่ใช้คือ 12.01 – 24.00 น. สถานที่ใช้บริการคือที่ทำงานและที่บ้าน ประเภทธุรกรรมที่นิยมใช้คือการสอบถามยอดบัญชีเงินฝากและสอบถามข้อมูลสลากดิจิทัล แหล่งข้อมูล ที่ทำให้ทราบถึงบริการโมบายแบงก์กิ้งคือ

จากอินเทอร์เน็ตและจากพนักงานธนาคาร กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแบงก์ก็งอยู่ในระดับมาก

#### 4. ปัญหาในการใช้บริการโมบายแบงก์ก็ง (MyMo) จากธนาคารออมสินจังหวัดเชียงราย

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 คน มีปัญหาในการใช้บริการลำดับ 1 คือ มีปัญหาเกี่ยวกับติดต่อพนักงาน Call Center ได้ยาก ลำดับที่ 2 คือ มีปัญหาเกี่ยวกับตู้ ATM ที่สามารถใช้ MyMo My Card มีน้อย ลำดับ 3 คือ มีปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการสมัครใช้บริการมีความยุ่งยาก

กลุ่มตัวอย่างสาขาในอำเภอเมืองจำนวน 174 คน มีปัญหาในการใช้บริการลำดับ 1 คือ มีปัญหาเกี่ยวกับติดต่อพนักงาน Call Center ได้ยาก ลำดับที่ 2 คือ มีปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการสมัครใช้บริการมีความยุ่งยาก ลำดับที่ 3 คือ มีปัญหาเกี่ยวกับตู้ ATM ที่สามารถใช้ MyMo My Card มีน้อย

กลุ่มตัวอย่างสาขาอำเภออื่น ๆ จำนวน 226 คน มีปัญหาในการใช้บริการลำดับ 1 คือ มีปัญหาเกี่ยวกับติดต่อพนักงาน Call Center ได้ยาก ลำดับที่ 2 คือ มีปัญหาเกี่ยวกับตู้ ATM ที่สามารถใช้ MyMo My Card มีน้อย ลำดับที่ 3 คือ มีปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการสมัครใช้บริการมีความยุ่งยาก

แอปพลิเคชันโมบายแบงก์ก็ง (MyMo) มีประโยชน์ทั้งต่อธนาคารและผู้ใช้งานโดยประโยชน์ต่อธนาคารคือ เมื่อลูกค้าใช้บริการจะทำให้ธนาคารลดต้นทุนในการให้บริการลูกค้าที่หน้าเคาร์เตอร์ลง ธุรกิจและบริการต่างๆ ของธนาคารสามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น ส่วนผู้ใช้งานสามารถที่จะลดต้นทุนด้านเวลาในส่วนของการใช้บริการที่หน้าเคาร์เตอร์ธนาคารลง โดยสามารถที่จะใช้งานได้เองโดยไม่ต้องเดินทางไปธนาคาร สามารถใช้งานได้ทุกที่ที่สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้

### ข้อเสนอแนะ

1. ธนาคารออมสินควรที่จะมีการพัฒนาระบบการใช้งานให้มีความสะดวกต่อการใช้งานมากยิ่งขึ้น ระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพมีการทำงานที่รวดเร็ว ลูกค้าสามารถที่จะใช้งานได้ตลอดเวลาเพื่อที่จะช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจมาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

2. จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับโมบายแบงก์ก็ง (MyMo) จากอินเทอร์เน็ตและพนักงานธนาคาร ดังนั้นธนาคารควรให้พนักงานธนาคารประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับโมบายแบงก์ก็ง (MyMo) และ อื่น ๆ ด้วยตัวเองและผ่านอินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

3. จากการศึกษาพบว่าปัญหาในการใช้บริการโมบายแบงก์ก็ง (MyMo) ลำดับที่ 1 คือมีปัญหาเกี่ยวกับการติดต่อพนักงาน Call Center ได้ยาก ดังนั้นธนาคารออมสินควรที่จะเพิ่มจำนวนพนักงาน Call Center ให้มากขึ้นเพื่อที่จะได้ให้คำปรึกษาผู้ที่ใช้บริการได้อย่างหลากหลายและเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า

## เอกสารอ้างอิง

- กิตติเดช คงพลเพิ่ม. 2552. ความต้องการใช้บริการระบบ SELF-SERVICE BANKING (SSB) ลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนาคารออมสิน. 2558. ผลการดำเนินงานธนาคารออมสินประจำปี 2558. ธนาคารออมสินเขตเชียงราย.
- ธนาคารออมสิน. 2559. ผลการดำเนินงานธนาคารออมสินประจำปี 2559. ธนาคารออมสินเขตเชียงราย.
- ธนาคารออมสิน. 2560. ผลการดำเนินงานธนาคารออมสินประจำปี 2560 สิ้นเดือนเมษายน.ธนาคารออมสินเขตเชียงราย.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. 2556. หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. พิมพ์ครั้งที่ 22. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศรัญญา ปัญจบุรี. 2559. พฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการ KTB Netbank ธนาคารกรุงไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญลักษณ์ชิตานนท์, ศุภกรณ์ เสรีรัตน์, และองอาจ ปทะวานิช. 2552. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศุภฤกษ์ เหล่าสำราญ. 2551. ความรู้ ทักษะคติ และความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัจฉรา แสงมณี. 2557. ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์จากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อัญชลิกา พาภิรมย์. 2555. ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.