

พฤติกรรมในการใช้ MOBILE BANKING ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

BEHAVIORS OF GOVERNMENT SAVINGS MOBILE BANKING USERS FOR FINANCIAL TRANSACTION IN HAT YAI, SONGKHLA

ปุณยาพร ยางทอง

POONYAPORN YANGTHONG

EMAIL : AM_POONYA@HOTMAIL.COM

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการฯ จังหวัดสงขลา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และเพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อการใช้ Mobile Banking ในการทำธุรกรรมทางการเงิน ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากการศึกษาได้นำลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการ Mobile Banking ในการทำธุรกรรมทางการเงิน ธนาคารออมสินในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 450 คน มาวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26 – 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีอาชีพพนักงานเอกชน ด้านทัศนคติ ด้านแรงจูงใจ ที่มีต่อการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน พบว่า โดยรวมและรายข้อ อยู่ในระดับมาก ส่วนข้อมูลพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสินในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการของธนาคารผ่านช่องทางมือถือ โดยรู้จักแอปพลิเคชันของธนาคาร MyMo จากโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีการใช้ช่วงเวลา 12.01-18.00 น. และแต่ละเดือนคุณทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking ธนาคารออมสินช่วงปลายเดือน มีการใช้บริการ Mobile Banking ธนาคารออมสินในการโอนเงินภายในธนาคารและต่างธนาคาร ความถี่การใช้บริการ 7 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป และสถานที่ใช้บริการ จะใช้บริการที่บ้าน/คอนโดมิเนียม/อพาร์ทเมนท์ ผลการทดสอบ พบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามเพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพกับพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แตกต่างกัน โดยรวม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนทัศนคติที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และแรงจูงใจที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ด้านคุณภาพ ด้านความเชื่อมั่น ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : พฤติกรรม ธุรกรรมทางการเงิน การแรงจูงใจ ทัศนคติ

Abstract

The purpose of this research was to study demography behaviors of government savings mobile banking users for financial transaction in Hat Yai, Songkhla, and attitude using Government Savings Mobile Banking for financial transaction in Hat Yai, Songkhla. The sampling group was 450 consumers who used Government Savings Bank for financial transaction. The data collection was sampling group that was analyzed percentage, mean, standard deviation and one-way ANOVA.

As the result, the sampling of consumers who used mobile banking was female, age between 26-40 years old, they were undergraduate and company employee. Attitude and motivation affecting government savings mobile banking users had very high level in both overall and individual. According to behaviors of Government Savings Mobile Banking users in Hat Yai, Songkhla, most sample group used Mymo mobile application and knew it through social network advertisement that the period of using was 12.01-18.00 in each the end of every month. The frequency of Government Savings Mobile Banking using was 7 time per month and the location was house, condominium and apartment. As the questionnaire result, sex, age, education level, occupation and behaviors of Government Savings Mobile Banking users for financial transaction in Hat Yai, Songkhla were no different with statistically significant at the 0.05 level. Different attitude affected to behaviors of Government Savings Mobile Banking users for financial transaction in Hat Yai, Songkhla in both overall and individual with statistically significant at the 0.05 level, and different motivation affected to behaviors of Government Savings Mobile Banking users for financial transaction in Hat Yai, Songkhla. Moreover, quality, confidence, and product pattern were different in overall with statistically significant at the 0.05 level

Keywords: Behaviors, Financial Transaction, Motivation, Attitude

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ทุกวันนี้โลกในปัจจุบันมีความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีมากขึ้น เครื่องมือสื่อสารเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตของคนในสังคมปัจจุบันมากขึ้น เทคโนโลยีทำให้ทุกคนบนโลกสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ง่ายและสะดวกขึ้นไม่ว่าจะอยู่มุมไหนของโลก ทำให้มีการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) สำหรับตอบสนองการใช้งานของผู้บริโภค ธุรกิจสามารถใช้ โมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) ในการเพิ่มช่องทางในการติดต่อกับลูกค้าไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอสินค้า บริการ รายการส่งเสริมการขาย และข่าวสารต่างๆได้ (ศรัญญา การุณวรรณะ, 2556)

ปัจจุบันถือเป็นยุคแห่งการก้าวล้ำของเทคโนโลยีที่มี การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับใช้กับการดำเนินการ ด้านต่างๆ โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้กับ การทำธุรกรรมทางการเงิน เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมของ ผู้บริโภคสมัยใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้การทำธุรกรรมทางการเงิน ในรูปแบบ Digital เช่น Mobile Banking และ Internet Banking เติบโตอย่างรวดเร็ว และเข้ามาแทนที่การทำธุรกรรมผ่านสาขา ของธนาคาร เนื่องจากธุรกรรมในสาขาส่วนใหญ่ประมาณ 70% เป็นธุรกรรมฝาก ถอน โอนเงิน และชำระเงิน ซึ่งปัจจุบัน ธุรกรรม ดังกล่าวสามารถทำผ่านดิจิทัลแบงก์กิ้ง (Digital Banking) ได้โดยไม่ต้องไปที่สาขาของธนาคาร โดยผู้ให้บริการมีทั้งที่เป็น ธนาคาร และไม่ใช้ธนาคาร (Non-Bank) รวมทั้งธุรกิจฟินเทค (FinTech) ทำให้บทบาทของสาขา

ธนาคารอาจเปลี่ยนไป โดยมีการปรับเปลี่ยน รูปแบบหรือบทบาทไปทำธุรกรรมในด้านการให้คำปรึกษาการลงทุน หรือ บริการสินเชื่อ และบริการอื่นๆ ที่ไม่สามารถทำผ่าน Digital Banking ได้ ส่งผลให้แนวโน้มการขยายสาขาของธนาคารมีการชะลอตัว หรือลดจำนวนสาขาลง ดังจะเห็นได้จากจำนวนสาขาของ ธนาคารพาณิชย์ในปี 2559 ที่ลดลงถึง 43 แห่ง เมื่อเทียบกับปี 2558 ซึ่งสาขาในกรุงเทพฯ มีจำนวนลดลงหรือมีการปิดสาขามากที่สุดถึง 30 แห่ง เนื่องจากทุกธนาคารต่างชะลอหรือหยุดการขยายสาขาเพื่อการตั้งรับและเตรียมรับมือกับธุรกิจในรูปแบบ Digital มากยิ่งขึ้น (นายปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ และนางสาวพิชญ์สินี โพธิ์จิตติ,2560)

ผู้วิจัยจึง มีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อให้ผลการวิจัยนั้นเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาต่อไปในอนาคต ให้สามารถเข้าถึงความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าปัจจุบันและลูกค้าใหม่ได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แตกต่างกัน
2. ทัศนคติที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แตกต่างกัน
3. แรงจูงใจที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แตกต่างกัน

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมีขอบเขตของการศึกษาดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ประกอบด้วย ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ทัศนคติที่มีต่อการใช้ Mobile Banking ในการทำธุรกรรมทางการเงิน แรงจูงใจในการใช้ Mobile Banking ในการทำธุรกรรมทางการเงินและพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภคของธนาคารออมสิน
2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่ทำธุรกรรมทางการเงินของธนาคารออมสิน จำนวน 23,840 คน (ข้อมูลผู้สมัครใช้บริการ MyMo ธนาคารออมสิน,2561)
3. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ประมาณ 3 เดือน ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2561 ถึงเดือนมกราคม 2562

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการวางแผนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของผลิตภัณฑ์MyMoธนาคารออมสินในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2. ได้ทราบถึงทัศนคติที่มีต่อการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

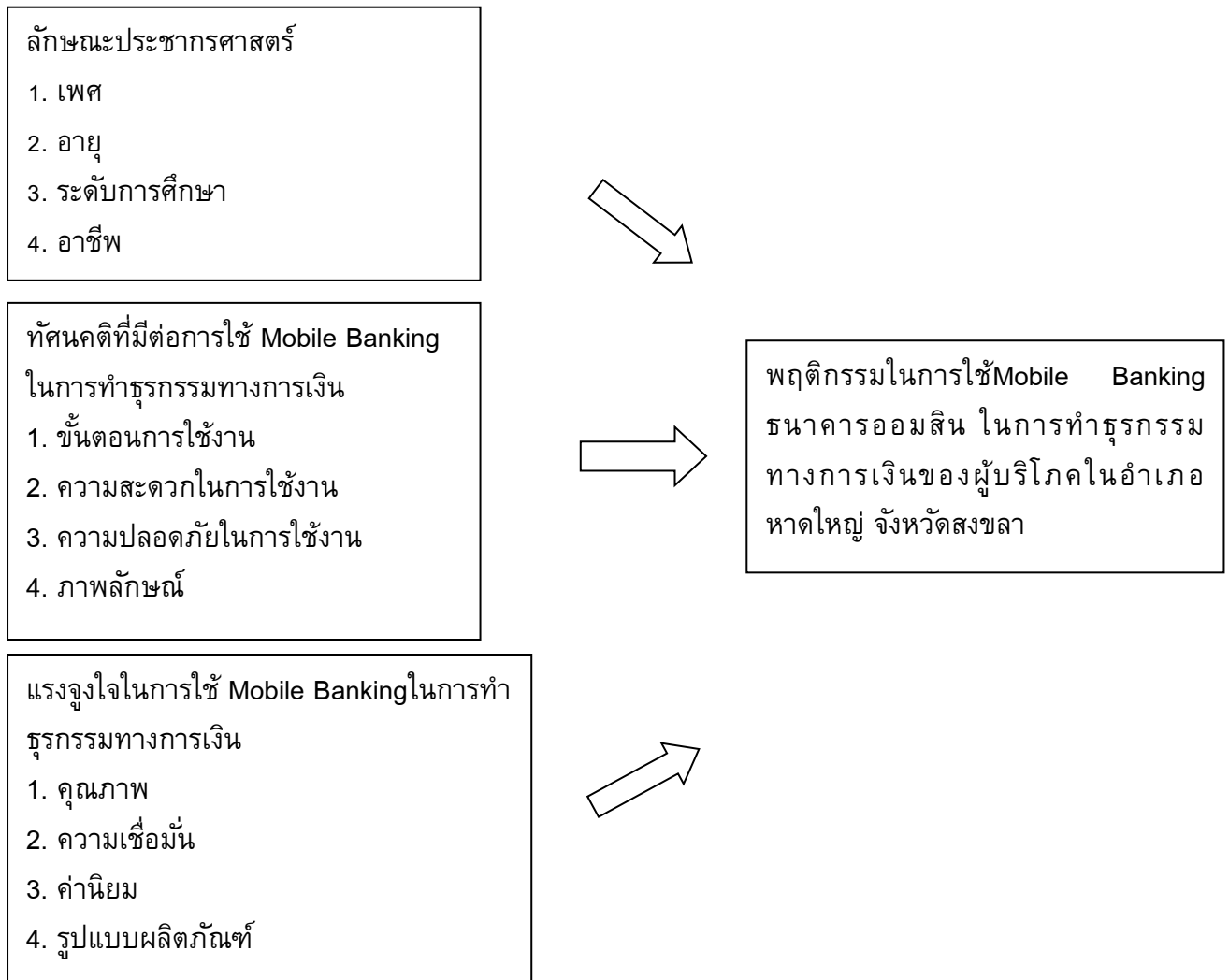
3. ได้ทราบถึงแรงจูงใจในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey) ใช้เครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือแบบสอบถาม (Questionnaire)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อการศึกษาพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจที่มีต่อการใช้ Mobile Banking ในการทำธุรกรรมทางการเงิน

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26 – 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีอาชีพพนักงานเอกชน ตามลำดับ

2. ข้อมูลของทัศนคติที่มีต่อการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน

1) ทัศนคติที่มีต่อการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน เมื่อวิเคราะห์ภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่มีต่อการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน โดยรวมและรายข้อ อยู่ในระดับมาก

1.1) ด้านขั้นตอนการใช้งาน ได้แก่ คุณสมบัติสินค้าตรงตามข้อมูลที่แจ้งไว้โดยมีการแจ้งขั้นตอนการใช้งานทุกครั้ง มีระดับคะแนนสูงสุด รองลงมาสามารถเข้าเมนู หน้าจอ และลำดับขั้นตอนการทำรายการได้อย่างเหมาะสม และสามารถเข้าถึงส่วนต่าง ๆ ระบบข้อมูลภายในที่ระบบนำเสนอเข้าได้ง่าย

1.2) ด้านความสะดวกในการใช้งาน ได้แก่ โปรแกรมสามารถเข้าถึงธนาคารได้ง่าย มีระดับคะแนนสูงสุด รองลงมาสามารถใช้ระบบ Mobile Banking ธนาคารออมสินชำระสินค้าได้ง่าย และสามารถทำธุรกรรมได้สะดวกทุกขั้นตอนการใช้งานไม่ซับซ้อน

1.3) ด้านความปลอดภัยในการใช้งาน ได้แก่ ธนาคารมีการเก็บข้อมูลของผู้บริโภคไว้เป็นความลับ มีระดับคะแนนสูงสุด รองลงมามีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลทุกขั้นตอน และมีการเพิ่มเทคโนโลยีที่มีความซับซ้อน เพื่อเพิ่มความปลอดภัยในการทำรายการ

1.4) ด้านภาพลักษณ์ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของคุณภาพ Mobile Banking ธนาคารออมสิน มีระดับคะแนนสูงสุด รองลงมาธนาคารมีความมั่นคงทางการเงินที่น่าเชื่อถือ และธนาคารมีความน่าเชื่อถือการให้บริการด้านชื่อเสียง

3. ข้อมูลแรงจูงใจที่มีต่อการใช้ Mobile Banking ในการทำธุรกรรมทางการเงิน

1) แรงจูงใจที่มีต่อการใช้ Mobile Banking ในการทำธุรกรรมทางการเงิน เมื่อวิเคราะห์ภาพรวม พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจที่มีต่อการใช้ Mobile banking ในการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก

1.1) ด้านคุณภาพ ได้แก่ มีคุณภาพของการป้องกันความปลอดภัยส่วนตัว มีระดับคะแนนสูงสุด รองลงมาเป็นการชี้แจงกับผู้บริโภคการใช้งานแต่ละครั้ง และคุณภาพของระบบที่รวดเร็วน่าสนใจต่อการใช้งาน

1.2) ด้านความเชื่อมั่น ได้แก่ ระบบมีความรวดเร็วและถึงปลายทางที่ต้องการรวดเร็ว มีระดับคะแนนสูงสุด รองลงมาธนาคารสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าและได้รับผลประโยชน์สูงสุด และมีการเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการโดยไม่เปิดเผยต่อบุคคลภายนอก

1.3) ด้านค่านิยม ได้แก่ แอปพลิเคชัน Mobile Banking มีประโยชน์ ตรงตามที่ต้องการต่อการใช้งาน มีระดับคะแนนสูงสุด รองลงมา Mobile Banking มีความทันสมัย ตามความนิยม และ Mobile Banking ช่วยสร้างการยอมรับจากกลุ่มเพื่อนและสังคม

1.4) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ตัวอักษรและหนังสือคู่มือ ชัดเจนบนหน้าจอ มีระดับคะแนนสูงสุด รองลงมารูปแบบการใช้งานในแอปพลิเคชันไม่ยุ่งยาก และมีผลิตภัณฑ์การใช้งานที่น่าสนใจในแอปพลิเคชัน

4. ข้อมูลพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการของธนาคารผ่านช่องทางมือถือ โดยรู้จักแอปพลิเคชันของธนาคาร MyMo จากโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีการใช้ช่วงเวลา 12.01-18.00 น. และแต่ละเดือนคุณทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking ธนาคารออมสินช่วงปลายเดือน มีการใช้บริการ Mobile Banking ธนาคารออมสินในการโอนเงินภายในธนาคารและต่างธนาคาร ความถี่การใช้บริการ 7 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป และสถานที่ใช้บริการจะใช้บริการที่บ้าน/คอนโดมิเนียม/อพาร์ทเมนท์ ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง“การศึกษาพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ข้อมูลของทัศนคติที่มีต่อการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ข้อมูลแรงจูงใจที่มีต่อการใช้ Mobile banking ในการทำธุรกรรมทางการเงิน และข้อมูลพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา สามารถสรุปได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับการศึกษาปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกัญจนพร แก้ววิจิตร และปราณี เอี่ยมลออภักดี (2559) พฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน ในสังกัดธนาคารออมสินเขตนครศรีธรรมราช 1 ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาระดับปริญญาตรี และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐณี คุรุกิจวานิชย์ (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินในเขตธนาคารออมสินภาค 3 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณพร หวลมานพ และ กัลป์กร วรกุลลัญจวานีย์ (2558) พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิง การศึกษาปริญญาตรี และสอดคล้องกับงานวิจัยของศรัญญา ปัญจบุรี และพรทิพย์ เขียรธีรวิทย์ (2560) พฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการ KTB Netbank ธนาคารกรุงไทยใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จบการศึกษาระดับปริญญาตรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณพร หวลมานพ และ กัลป์กร วรกุลลัญจวานีย์ (2558) พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ทักษะคนที่มีการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ด้านภาพลักษณ์โดยรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศรัญญา ปัญจบุรี และพรทิพย์ เขียวธีรวิทย์ (2560) พฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการ KTB Netbank ธนาคารกรุงไทยใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ KTB Netbank อยู่ในระดับมาก ปัจจัยหนึ่ง ได้แก่ ภาพพจน์ที่ดีและความน่าเชื่อถือของธนาคารกรุงไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ข้อมูลแรงจูงใจที่มีต่อการใช้ Mobile Banking ในการทำธุรกรรมทางการเงิน ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐณี คุรุกิจวานิชย์ (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินในเขตธนาคารออมสินภาค 3 พบว่า ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ ด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ที่เป็นลูกค้าธนาคารออมสิน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการของธนาคารผ่านช่องทางมือถือและ มีการใช้บริการ Mobile Banking ธนาคารออมสินในการโอนเงินภายในธนาคารและต่างธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณพร หวลมานพ และ กัลป์ยกร วรกุลลัญจวิญญ์ (2558) พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์ กิงพลัส ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ามีการใช้โดยโทรศัพท์มือถือ โดยการใช้งานเพื่อโอนเงินไปบัญชีของธนาคาร และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของกัญจนพร แก้ววิจิตร และปราณี เอี่ยมลอมอกักดี (2559) พฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน ในสังกัดธนาคารออมสินเขตนครศรีธรรมราช 1 พบว่า การโอนเงิน และชำระค่าสินค้าเป็นส่วนใหญ่

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้ช่วงเวลา 12.01-18.00 น. ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศรัญญา ปัญจบุรี และพรทิพย์ เขียวธีรวิทย์ (2560) พฤติกรรมของลูกค้ายในการเลือกใช้บริการ KTB Netbank ธนาคารกรุงไทยใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ช่วงเวลาที่นิยมใช้คือ ช่วงเวลา 12:01 น. – 18:00 น.

จากสมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามอายุ อาชีพ กับพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แตกต่างกัน โดยรวม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรณพร หวลมานพ และ กัลป์ยกร วรกุลลัญจวิญญ์ (2558) การศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิงพลัส ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ผลการศึกษาพบว่าอายุ อาชีพไม่แตกต่างกัน และพฤติกรรมของผู้ใช้งาน ความถี่ ที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามด้านการใช้บริการของธนาคาร จำแนกตามอายุ และด้านการใช้บริการของธนาคาร จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐณี คุรุกิจวานิชย์ (2558) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินในเขตธนาคารออมสินภาค 3 พบว่า อายุ และระดับการศึกษา ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์

สมมติฐานข้อที่ 2 ทักษะคนที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แตกต่างกัน

ผลการทดสอบทัศนคติด้านขั้นตอนการใช้งาน ด้านความสะดวกในการใช้งาน ด้านความปลอดภัยในการใช้งานและด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐณี คุรุกิจวานิชย์ (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ

ธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินในเขตธนาคารออมสินภาค 3 การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสิน ในเขตธนาคารออมสินภาค3 ด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณพร หวลมานพ และ กัลป์กร วรกุลลัญฐานีย์ (2558) การศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า พฤติกรรมของผู้ใช้งานความถี่ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสแตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์

สมมติฐานข้อที่ 3 แรงจูงใจที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แตกต่างกัน

ผลการทดสอบแรงจูงใจที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ด้านคุณภาพ ด้านความเชื่อมั่น ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณพร หวลมานพ และ กัลป์กร วรกุลลัญฐานีย์ (2558) การศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าพฤติกรรมของผู้ใช้งานความถี่ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

การให้ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะเสนอแนะตามที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยได้แบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ส่วน คือข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้ และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ครั้งนี้

1) ด้านขั้นตอนการใช้งาน ได้แก่ สามารถเข้าถึงส่วนต่าง ๆ ระบบข้อมูลภายในที่ระบบนำเสนอเข้าโดยง่าย ค่ะแนะนำน้อยที่สุด ดังนั้นธนาคารควรมีการปรับปรุงระบบ Mobile Banking ให้เข้าใช้งานได้ง่ายมากขึ้นและใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายต่อการสื่อสารกับลูกค้าที่เข้าใช้บริการ

2) ด้านความสะดวกในการใช้งาน ได้แก่ สามารถทำธุรกรรมได้สะดวกทุกขั้นตอนการใช้งานไม่ซับซ้อนที่มีคำแนะนำน้อยที่สุด ดังนั้นธนาคารควรมีโปรแกรมทุกอย่าง เช่น การฝาก การถอน การโอน การเช็คยอดเงิน ทุกขั้นตอนบนหน้าจอหลักของแอปพลิเคชันโดยลูกค้าไม่ต้องค้นหาว่าอยู่ที่ไหนใด ทำให้เกิดการสะดวกในการใช้งานของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

3) ด้านความปลอดภัยในการใช้งาน ได้แก่ การเพิ่มเทคโนโลยีที่มีความซับซ้อน เพื่อเพิ่มความปลอดภัยในการทำรายการ ที่มีคำแนะนำน้อยที่สุด ดังนั้นธนาคารควรมีระบบการเข้าการใช้งานที่รัดกุมมากกว่านี้ด้วยการยืนยันตัวตนก่อนใช้งาน เช่น การระบุ OTP ผ่านมือถือหรือการระบุรหัสส่วนตัวนอกจากการรหัสเข้าใช้งาน เป็นต้น เพื่อเพิ่มความปลอดภัยต่อลูกค้าที่ใช้บริการและสร้างความเชื่อมั่นมากขึ้น

4) ด้านภาพลักษณ์ ได้แก่ ธนาคารมีความน่าเชื่อถือการให้บริการด้านชื่อเสียงที่มีคำแนะนำน้อยที่สุด ดังนั้น ธนาคารควรมีการปรับกลยุทธ์ด้านการบริการที่ทันสมัยมากขึ้น เพราะปัจจุบันลูกค้าส่วนใหญ่ต่างหันไปใช้บริการธนาคารพาณิชย์รูปแบบเอกชนกันมากขึ้น ดังนั้นธนาคารควรมีการปรับปรุงรูปแบบแอปพลิเคชันที่น่าสนใจทันสมัยต่อกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่วัยรุ่นจนถึงวัยทำงานโดยปรับภาพลักษณ์ให้มีความทันสมัยมากขึ้นสื่อความแปลกใหม่ที่ลูกค้าไม่เคยให้ได้สัมผัสและทำให้เกิดแรงกระตุ้นอยากลองใช้บริการ

5) ด้านคุณภาพ ได้แก่ คุณภาพของระบบที่รวดเร็วน่าสนใจต่อการใช้งานที่มีคำแนะนำน้อยที่สุด ดังนั้นธนาคารควรมีการปรับภาพลักษณ์ในการให้บริการที่มีความรวดเร็ว เช่น การประชาสัมพันธ์การใช้งานแอปพลิเคชันที่มีความน่าสนใจแก่ผู้ใช้บริการ สื่อให้เห็นถึงการใช้งานที่รวดเร็วและมีคุณภาพ เพื่อให้เกิดแรงกระตุ้นให้ลูกค้าอยากมาใช้บริการ

6) ด้านความเชื่อมั่น ได้แก่ มีการเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการโดยไม่เปิดเผยต่อบุคคลภายนอก ที่มีคะแนนน้อยที่สุด ดังนั้นธนาคารควรมีมาตรการที่รัดกุมมากกว่าในการเก็บหลักฐานข้อมูลของลูกค้าเป็นความลับเพื่อป้องกันการโจรกรรมข้อมูลของลูกค้า ดังนั้นธนาคารควรมีการใช้ระบบการยืนยันตัวตนก่อนเข้าใช้งานทุกครั้งนอกจากการรหัสเปิดแอปพลิเคชันเท่านั้น

7) ด้านค่านิยม ได้แก่ มี Mobile Banking ช่วยสร้างการยอมรับจากกลุ่มเพื่อนและสังคม มีคะแนนน้อยที่สุด เพราะธนาคารยังมีการประชาสัมพันธ์ที่น้อย พนักงานมีการกระตุ้นลูกค้าที่เข้าใช้บริการธนาคารน้อยจนบางครั้งลูกค้าไม่ทราบว่ามีการมีระบบ MyMo ของธนาคาร ดังนั้นธนาคารควรมีการกระตุ้นการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นโดยวิธีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และให้พนักงานแนะนำลูกค้าที่มาใช้บริการในสาขาทุกคน

8) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มีผลิตภัณฑ์การใช้งานที่น่าสนใจในแอปพลิเคชัน มีคะแนนน้อยที่สุด ดังนั้นธนาคารควรมีการเพิ่มข้อมูลในแอปพลิเคชันให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น ข้อมูลข่าวสารราคาหุ้น ราคา น้ำมัน หรืออัตราแลกเปลี่ยน เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาความต้องการของลูกค้าที่ใช้แอปพลิเคชันของธนาคารออมสิน โดยแบ่งออกเป็นลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ซึ่งจำแนกระยะเวลาการเป็นลูกค้า เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นแนวทางในการสร้างส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้นและเพื่อให้บริการได้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

2. ควรศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในครั้งต่อไป เพื่อให้ได้ความคิดเห็นของการใช้บริการเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนปรับกลยุทธ์การตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจได้อย่างเต็มที่และเหมาะสม

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเล่มนี้ สำเร็จได้ด้วยความรู้ความกรุณาอย่างยิ่งจาก ศาสตราจารย์ ดร.ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ให้คำแนะนำในการทำงานวิจัยเล่มนี้มาโดยตลอด ตั้งแต่ต้นจนเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณประชาชน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่ได้ให้ความร่วมมือและสนับสนุนในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ บิดา มารดาครอบครัว ญาติมิตรหัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงานที่คอยเป็นกำลังใจและอยู่เคียงข้างผู้วิจัยเสมอมา ทำให้การวิจัยประสบความสำเร็จด้วยความภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่ง

คุณค่าและประโยชน์จากงานวิจัยเล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบูรพาจารย์ทุกท่านที่มีส่วนสร้างความเจริญทางการศึกษาและประสิทธิประสาทวิชาให้ผู้วิจัยจนประสบความสำเร็จ

เอกสารอ้างอิง

กัญจนพร แก้ววิจิตร และปราณี เอี่ยมลลอบักดี. (2559). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชันMyMo ของธนาคารออมสิน ในสังกัดธนาคารออมสินเขตนครศรีธรรมราช 1.วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ณัฐณี คุรุกิจวานิชย์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินในเขตธนาคารออมสินภาค3.วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

นัฐพล รักษา.(2560).การรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สาขาเอ็กเซน ทาวเวอร์.คณะเศรษฐศาสตร์,มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ปิยะพงษ์ ตั้งจิตนาการและพิชญ์สินี โพธิจิตติ. (2560). หน่วยวิเคราะห์เศรษฐกิจภาคการผลิต ส่วนเศรษฐกิจรายสาขา ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจ และเศรษฐกิจฐานราก. ออนไลน์ เข้าถึง

https://www.gsb.or.th/getattachment/4622275c-5975-4f89-bb99-6a86891da6cb/10IN_hotissue_Mobile_Banking_detail.aspx.

วรรณพร หวลมานพ และ กัลป์ยกร วรกุลลัญฐานีย์. (2558). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงกิ้งพลัส ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. ค้นคว้าอิสระหลักสูตรวารสารมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศรัณญา การุณวรรณนะ.(2556).การใช้งาน *Mobile Application* ช่วยพัฒนาธุรกิจอย่างไรในสังคมออนไลน์.วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร.

ศรัณญา ปัญจบุรี และพรทิพย์ เขียรธีรวิทย์. (2560). พฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการ KTB Netbankธนาคารกรุงไทยใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. ค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธนบุรี.