

แรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาธัญญา จังหวัดสงขลา

Motivation for the Use of Financial Services through Financial Technology (Fintech) with an Application of A-Mobile Users Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives in Rattaphum, Songkhla

วันที่รับบทความ : 30/11/2561
วันที่แก้ไขบทความ : 22/12/2561
วันที่ตอบรับบทความ : 26/12/2561

ฐิตาภรณ์ สระแก้ว¹, วาสนา สุวรรณวิจิตร² และ อรจันทร์ ศิริโชค²
Thitaphorn Srakaew¹, Wassana Suwanvijit² and Orachan Sirichote²

บทคัดย่อ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลให้พฤติกรรมทางการเงินของผู้บริโภคเปลี่ยนไป มีผลต่อธุรกิจธนาคารในอนาคต ผู้วิจัยจึงศึกษาแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile พบว่า ผู้ใช้บริการมีแรงจูงใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile อยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile กับปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการใช้บริการพบว่า สถานภาพ ระดับการศึกษาและอาชีพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile แตกต่างกัน โดยผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพโสดมีแรงจูงใจด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าผู้ใช้บริการที่สมรส และหย่าร้าง/หม้ายหรือแยกกันอยู่ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่าประถมศึกษามีแรงจูงใจด้านเหตุผลน้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและผู้ให้บริการที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมมีแรงจูงใจด้านอารมณ์น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่ประกอบอาชีพบริการและอุตสาหกรรม สถานที่ใช้บริการและสิ่งที่มี

¹นิสิต หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

¹Graduate Student, Master of Business Administration Program in Business Management, Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาการจัดการธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

²Asst.Prof. Dr. Department of Business Administration, Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University

อิทธิพลในการใช้บริการแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการใช้บริการแตกต่างกันด้วย และเพศมีความสัมพันธ์กับความถี่และช่องทางการใช้บริการ อายุมีความสัมพันธ์กับช่องทางการใช้บริการ สถานภาพมีความสัมพันธ์กับสถานที่ใช้บริการ ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง อาชีพมีความสัมพันธ์กับสถานที่ใช้บริการและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง

คำสำคัญ: แรงจูงใจ, เทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech), แอปพลิเคชัน A-Mobile

Abstract

Technological advance has great impact on customers' financial behavior, which will affect the banking business in the future. This study aimed to investigate the customers' motivation in financial services through financial technology (Fintech) with an application of A-Mobile. The result showed that the users have high level of motivation to use financial technology (Fintech) with the A-Mobile application. Customers with different marital status, different levels of education and different occupations had different level of motivation to use financial technology (Fintech) with the A-Mobile application. Customers with single status had higher level of motivation in product aspect to use financial technology (Fintech) with the A-Mobile application than married or divorced status. Customers with lower level of education had lower levels of motivation in reason aspect to use financial technology (Fintech) with the A-Mobile application than higher level of education. Farmers had lower level of motivation in emotional aspect than employees of service or manufacturing sectors. Customers with different channel and reference group had different level of motivation to use financial technology (Fintech) with the A-Mobile application. Moreover, the results revealed that gender had relationship with frequency and channel of service. Age had relationship with the channel used. Status had relationship with the location of using a service. Educational level had relationship with the duration of service. Occupation had relationship with location. Average monthly income had relationship with the duration of service.

Keywords : Motivation, Financial Technology (Fintech), A-Mobile Applications

บทนำ

โลกปัจจุบันอยู่ในยุค 4.0 ซึ่งเป็นยุคที่พัฒนาการทางเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดดเข้าสู่สังคมดิจิทัล กลายเป็นสังคมที่ผู้บริโภคใช้รูปแบบการดำเนินชีวิตดิจิทัล (ปิยะชาติ อิศรภิกขุ, 2559) พฤติกรรมทางการเงินของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปเพราะผู้บริโภคหันมาใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนมากขึ้น เทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) เข้ามามีบทบาทกับระบบการเงินการธนาคารของประเทศไทยอย่างมาก สถาบันการเงินต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และพฤติกรรมของผู้บริโภคธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ซึ่งได้รับผลกระทบจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป จึงควรมีการวางแผนการพัฒนา ด้านเทคโนโลยีอย่างเร่งด่วน ควบคู่การให้ความรู้ทางการเงิน รวมทั้งหาพันธมิตร อาทิ ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อร่วมมือกันพัฒนาเทคโนโลยีด้านเงิน ซึ่งเป็นการย่นระยะเวลา และลดต้นทุนในการพัฒนาเทคโนโลยีได้อีกทางหนึ่ง โดยปัจจุบันธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรได้มีแอปพลิเคชัน A-Mobile เป็นบริการทางการเงินรูปแบบใหม่บนสมาร์ทโฟนเพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในยุค 4.0 ผู้วิจัยจึงศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile โดยศึกษากลุ่มผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วย แอปพลิเคชัน A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ซึ่งข้อมูลที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจของธนาคาร รวมทั้งสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) และพัฒนาผลิตภัณฑ์การให้บริการธุรกรรมทางการเงินให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการในอนาคตได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวิถภูมิ จังหวัดสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ
2. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวิถภูมิ จังหวัดสงขลา จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวิถภูมิ จังหวัดสงขลา

สมมติฐาน

1. ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile แตกต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมการใช้บริการแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile แตกต่างกัน
3. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile

ระเบียบวิธีการศึกษา

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาธัญมิ จังหวัดสงขลา

กลุ่มตัวอย่าง (Sampling) ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่ให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาธัญมิ จังหวัดสงขลา จำนวน 400 คนได้ใช้สูตรคอแครน (Cochran) กรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (อัจฉรพร เฉลิสมิต, 2557) ผู้วิจัยใช้วิธีเลือกการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเก็บแบบสอบถามจากผู้ใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาธัญมิ จังหวัดสงขลา ที่เคยใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile จนครบจำนวน 400 คน

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการใช้บริการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงค่าความถี่และหาค่าร้อยละ ข้อมูลแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ของผู้ให้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาธัญมิ จังหวัดสงขลา วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์เฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	มีแรงจูงใจในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	มีแรงจูงใจในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	มีแรงจูงใจในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	มีแรงจูงใจในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	มีแรงจูงใจในระดับน้อยที่สุด

ข้อมูลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ของผู้ให้บริการ

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวิเทศภูมิ จังหวัดสงขลา วิเคราะห์ข้อมูล โดยการทดสอบค่าที (t-test) และ ทดสอบค่าเอฟ (F-test)

ข้อมูลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile กับแรงจูงใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ของผู้ให้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวิเทศภูมิ จังหวัดสงขลา วิเคราะห์ข้อมูล โดยการทดสอบค่าเอฟ (F-test)

ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการ วิเคราะห์ข้อมูล โดยการทดสอบค่า Chi-square

ผลการศึกษา

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 56.0 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 44 มีอายุ 35- 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.3 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 81.7 มีระดับการศึกษาระดับ ปวช/ปวส คิดเป็นร้อยละ 38.3 ประกอบอาชีพ เกษตรกรรม คิดเป็นร้อยละ 51.8 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.8

ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile เพราะมีความสะดวกในการใช้งานทุกที่ทุกเวลาคิดเป็นร้อยละ 53.2 มีวัตถุประสงค์ในการโอนเงิน คิดเป็นร้อยละ 41.0 มีความถี่ในการใช้ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile 4-5 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 35.8 สิ่งที่มีอิทธิพลที่ทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจใช้บริการคือ เจ้าหน้าที่ธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 37.2 โดยมีช่องทางในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนระบบ Android คิดเป็นร้อยละ 57.8 ส่วนใหญ่ใช้บริการที่สถานที่ทำงานคิดเป็นร้อยละ 37.5 มีระยะเวลาเข้าใช้งานในการทำธุรกรรม 6 – 10 นาทีต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 34.0 ผู้ใช้บริการมีการแนะนำบุคคลอื่นมาใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน คิดเป็นร้อยละ 48.3 และมีแนวโน้มต้องการใช้บริการต่อไปในอนาคตอีกต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 51.7

จากตารางที่ 1 ข้อมูลแรงจูงใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile พบว่า ผู้ใช้บริการมีแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า แรงจูงใจด้านอารมณ์ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.90$) แรงจูงใจด้านเหตุผลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) ส่วนแรงจูงใจด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$)

ตารางที่ 1 แรงจูงใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech)
ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile

แรงจูงใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน ผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile	$\bar{X}$	S.D	ระดับ แรงจูงใจ
ด้านอารมณ์	2.90	0.52	ปานกลาง
ต้องการสร้างภาพลักษณ์	3.40	1.08	ปานกลาง
ต้องการคล้อยตามผู้อื่น	2.29	1.03	ปานกลาง
มีผู้แนะนำให้ใช้	2.49	0.98	ปานกลาง
ความสบายใจและพอใจ	3.42	1.03	มาก
ด้านเหตุผล	4.10	0.55	มาก
ความน่าเชื่อถือ	3.30	1.13	ปานกลาง
ความเหมาะสมของค่าใช้จ่าย	3.50	1.13	มาก
ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	3.79	1.14	มาก
คุณภาพการใช้งาน	3.48	1.19	มาก
ความปลอดภัย	3.31	1.28	ปานกลาง
ความสะดวกในการใช้งาน	3.76	1.22	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์	3.40	0.51	ปานกลาง
ความสวยงาม	3.02	0.86	ปานกลาง
สมัครใช้บริการสะดวก	3.79	1.14	มากที่สุด
การสมัครใช้บริการได้หลายช่องทาง	2.95	1.10	ปานกลาง
ขั้นตอนการทำธุรกรรมง่าย	3.27	0.99	ปานกลาง
ทำธุรกรรมได้เท่าเทียมกับหน้าเคาน์เตอร์	3.48	1.05	มาก
ประเภทธุรกรรมมีความหลากหลาย	4.05	2.26	มาก
รวม	3.46	0.30	มาก

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

แรงจูงใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile	การทดสอบด้วย t-test	การทดสอบด้วย F-test				
		เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ
						รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
ด้านอารมณ์	-1.34	0.63	2.26	1.95	2.83*	0.28
ด้านเหตุผล	0.70	1.41	0.42	0.78**	2.06	0.52
ด้านผลิตภัณฑ์	0.72	0.67	4.80**	1.77	0.43	1.81
รวม	-0.71	0.89	5.36**	3.08*	0.63	1.35

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 2 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ผู้บริการที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษาต่างกัน มีแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ในภาพรวมแตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังแสดงในตารางที่ 3-5

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพที่มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ด้านผลิตภัณ์

สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	1	2	3
1. โสด	3.62	-	0.24*	0.35*
2. สมรส	3.38	-	-	0.11
3. แยกกันอยู่	3.27	-	-	-

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สถานภาพต่างกันมีแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ด้านผลิตภัณ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านอารมณ์และด้านเหตุผลไม่แตกต่างกันโดยผู้ให้บริการที่มีสถานภาพโสดมีแรงจูงใจด้านผลิตภัณ์มากกว่าผู้ให้บริการที่สมรส และหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ (ดูตารางที่ 3)

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ด้านเหตุผล

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
1. ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	3.50	-	- 0.02	0.02	- 0.10*	- 0.04
2. มัธยมศึกษา	3.52	-	-	0.44	- 0.07	-0.04
3. ปวช / ปวส	3.48	-	-	-	- 0.12	- 0.06
4. ปริญญาตรี	3.60	-	-	-	-	0.06
5. สูงกว่าปริญญาตรี	3.54	-	-	-	-	-

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ด้านเหตุผลแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านอารมณ์และด้านผลิตภัณ์ไม่แตกต่างกัน โดยผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่าประถมศึกษา มีแรงจูงใจด้านเหตุผลน้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ดูตารางที่ 4)

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ผู้ใช้บริการด้านอารมณ์

อาชีพ	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
1.เกษตรกรรวม	2.82	-	- 0.10	- 0.24*	- 0.23*	- 0.16
2.พาณิชย์รวม	2.93	-	-	- 0.13	- 0.13	- 0.05
3.บริการ	3.06	-	-	-	0.00	0.07
4.อุตสาหกรรม	3.06	-	-	-	-	0.07
5.อื่น ๆ	2.99	-	-	-	-	-

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อาชีพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ด้านอารมณ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านเหตุผลและด้านผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน โดยผู้ให้บริการที่ประกอบอาชีพเกษตรกรมีแรงจูงใจด้านอารมณ์น้อยกว่าผู้ให้บริการที่ประกอบอาชีพบริการและอุตสาหกรรม (ดูตารางที่ 5)

ตารางที่ 6 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile จำแนกตามพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรม ได้แก่ 1.เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการ 2.วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ 3.ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน 4.สิ่งที่มีอิทธิพลในการใช้บริการ 5.ช่องทางการใช้บริการ 6.สถานที่ใช้บริการ 7.ระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง 8.การแนะนำบุคคลอื่นมาใช้บริการ และ 9.แนวโน้มการใช้บริการต่อไปในอนาคตแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ

การทดสอบด้วย F-test									
แรงจูงใจ	1	2	3	4	5	6	7	8	9
ด้านอารมณ์	1.07	0.78	0.63	2.40*	0.14	2.61*	1.95	0.61	0.66
ด้านเหตุผล	1.49	1.89	0.48	2.96*	0.27	1.33	2.08	1.91	0.26
ด้านผลิตภัณฑ์	1.09	1.63	0.71	0.45	0.53	0.46	0.91	1.54	2.49
รวม	1.24	0.29	1.11	0.80	0.27	0.99	2.41	2.10	2.49

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการ 2.วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ 3.ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน 4.สิ่งที่มีอิทธิพลในการใช้บริการ 5.ช่องทางการใช้บริการ 6.สถานที่ใช้บริการ 7.ระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง 8.การแนะนำบุคคลอื่นมาใช้บริการ 9.แนวโน้มการให้บริการต่อไปในอนาคต

สิ่งที่มีอิทธิพลในการใช้บริการของผู้ใช้บริการแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ด้านอารมณ์และด้านเหตุผลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน

สถานที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ด้านอารมณ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านเหตุผลและด้านผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile พบว่า เพศของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการและช่องทางการใช้บริการ อายุของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับช่องทางการใช้บริการ สถานภาพของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับสถานที่ใช้บริการ ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง อาชีพของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับสถานที่ใช้ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาใช้บริการต่อครั้ง

สรุปและอภิปรายผล

1. การเปรียบเทียบแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขารัตภูมิ จังหวัดสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ

พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยด้านเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ไม่แตกต่างกัน ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ได้รับบริการจากระบบที่เท่าเทียมและเหมือนกันตามความต้องการของผู้ใช้งานที่ต้องดำเนินการทำธุรกรรมต่าง ๆ ด้วยตนเองจึงทำให้ความต้องการของผู้ใช้บริการไม่ต่างกัน ดังนั้นทำให้ผู้ใช้บริการมีแรงจูงใจการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุณี บุญยานันท์ (จารุณี บุญยานันท์, 2559) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งของลูกค้าธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขา ปทุมธานี ที่พบว่า เพศอายุรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีทัศนคติในการเลือกใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งของลูกค้าธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขา ปทุมธานีไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจากผลการวิจัยด้านสถานภาพของผู้ใช้บริการที่ต่างกันมีแรงจูงใจด้านอารมณ์แตกต่างกันนั้น สอดคล้องกับแนวคิดของพิบูล ทิปะपाल (พิบูล ทิปะपाल, 2545) ที่กล่าวว่า แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์มาจากความต้องการความสะดวกสบาย เบาแรง ส่วนระดับการศึกษาที่ต่างกันทำให้มีการประกอบอาชีพต่าง ๆ หลากหลายกันและลักษณะการทำงานของแต่ละอาชีพมักจะแตกต่างกันออกไปทำให้การดำเนินชีวิตของแต่ละคนก็แตกต่างกันออกไปด้วยและส่งผลถึงความสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการที่ธนาคารทำให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รจเรจ เล่าป้อมวาปี และ อริสรา เสยานนท์ (2559) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน MYMO ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ : กรณีศึกษาธนาคารออมสินสาขากระบี่ ผลการศึกษาพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา อาชีพแตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจบริการแอปพลิเคชัน MYMO ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกัน ส่วนด้านสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ซึ่งอาจมีภาระหน้าที่ ความรับผิดชอบแตกต่างจากผู้ที่มีสถานภาพอื่น จึงอาจมีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ทำให้มีแรงจูงใจแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเสาวภา มีถาวรกุล, ยุทธนา ธรรมเจริญ, อัจฉรีย์ ลิ้มปมนต์, ฉัตรชัย ลอยฤทธิ์ภูมิ ไกร และเชาว์ โรจนแสง (2553) ที่กล่าวถึงแรงจูงใจทางเหตุผล ซึ่งเกิดจากการพิจารณาอย่างรอบครอบอย่างสมเหตุสมผล

2. การเปรียบเทียบแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและ

สหกรณ์การเกษตร สาขาวิทย์ภูมิ จังหวัดสงขลา จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ของผู้ให้บริการ พบว่า ผู้ให้บริการที่มีเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน ช่องทางการให้บริการ ระยะเวลาให้บริการต่อครั้ง การแนะนำบุคคลอื่นมาใช้บริการและแนวโน้มการให้บริการต่อไปในอนาคต มีแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของกาญจนา โพยารส (2557) ที่ได้ศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพ ผลปรากฏว่าปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของเจมจิรา บุญชู และพนิดา สุรชัยกุลวัฒนา (2559) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารออมสินเขตปทุมธานี 2 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ใช้งาน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ มือถือของธนาคารออมสินเขตปทุมธานี 2 สูงมากและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ส่วนพฤติกรรมด้านสิ่งที่มีอิทธิพลในการใช้บริการและสถานที่ให้บริการ ที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะสิ่งที่มีอิทธิพลในการใช้บริการ และสถานที่ให้บริการ เป็นสิ่งเร้าภายนอกของตัวบุคคลที่มารกระตุ้น จักจูง หรือกดดัน ทำให้เกิดแรงขับหรือความต้องการ ก่อให้เกิดเป็นสิ่งเร้าภายในตัวบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเสาวภา มีถาวรกุลและคณะ ที่กล่าวว่า แรงจูงใจ เป็นสิ่งเร้าที่เกิดจากตัวบุคคลผลักดันให้เกิดการกระทำขึ้น โดยแรงจูงใจนี้เกิดขึ้นจากอิทธิพลของสังคมและสภาวะแวดล้อม (เสาวภา มีถาวรกุล และคณะ, 2553)

3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ของผู้ให้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการ และช่องทางการให้บริการส่วนอายุมีความสัมพันธ์กับช่องทางการให้บริการ สถานภาพของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับสถานที่ให้บริการ ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาให้บริการต่อครั้ง อาชีพมีความสัมพันธ์กับสถานที่ให้บริการ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาให้บริการต่อครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสัณห์จุฑา พัทธกะบุรพา (2558) ที่ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ของประชากรศาสตร์กับการรับรู้ของผู้บริโภคและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์ เคลื่อนที่ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) (TMB Touch) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ ในส่วนอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านช่องทางการให้บริการ และด้านสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ สำหรับระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการ อีกทั้งอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านประเภทของธุรกรรม เหตุผลที่ให้บริการและการแนะนำบุคคลอื่น

ให้ใช้บริการ นอกจากนี้รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านประเภทของธุรกรรม และสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านช่องทางที่ใช้บริการและสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับแนวคิดของ กาญจนา โพยารส (2557; อ้างอิงจาก Kotler and Keller, 2009) ที่กล่าวว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยสามารถสรุปผลและได้ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปพัฒนาต่อไปดังนี้

1. ระดับแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ด้านอารมณ์ พบว่า ความต้องการคล้ายคลึงตามผู้อื่น ($\bar{X} = 2.29$) มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ธนาคารควรมีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดโดยการจ้างผู้ที่เป็นที่นิยมชื่นชอบเป็นพรีเซนเตอร์ โฆษณา ประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดให้มีผู้มาใช้บริการมากขึ้น

2. ระดับแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ด้านเหตุผล พบว่า เรื่องความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.30$) มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ธนาคารควรสร้างความน่าเชื่อถือโดยควรปรับปรุงระบบการใช้งานให้มีประสิทธิภาพ ลดการล่มของระบบการใช้งานให้น้อยลงที่สุด ประชาสัมพันธ์เรื่องความปลอดภัยเป็นแอปพลิเคชันของธนาคารของรัฐที่มีความมั่นคง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ใช้บริการมีความมั่นใจ

3. ระดับแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า การสมัครใช้บริการมีหลายช่องทาง ($\bar{X} = 2.95$) มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดธนาคารควรมีการเปิดให้มีการสมัครการใช้งานแอปพลิเคชันได้ด้วยตนเอง เช่น สมัครด้วยตนเองผ่านระบบออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ต สมัครการใช้งานผ่านทางโทรศัพท์ Call Center ของธนาคาร ธกส. หรือควรมีสมาชิกของธนาคารที่เปิดให้บริการนอกเวลาเพิ่มมากขึ้น

4. ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพโสดมีแรงจูงใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile ด้านผลิตภัณฑ์ มากที่สุด ($\bar{X} = 3.62$) ดังนั้นธนาคารควรออกแบบแอปพลิเคชันให้มีความสะดวกในการใช้งาน ไม่ยุ่งยาก และมีความหลากหลายในการให้บริการแบบครบวงจรครอบคลุมการทำธุรกรรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ ของผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ที่ต้องการความสะดวกไม่ต้องการมีภาระ

5. ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีแรงจูงใจด้านเหตุผลมากที่สุด ($\bar{X} = 3.62$) ดังนั้น ธนาคารควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายไปยังมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักศึกษา และธนาคารควรสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้บริการกลุ่มนี้โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ถึงความปลอดภัยในการใช้แอปพลิเคชัน A-Mobile ในการทำธุรกรรมทางการเงิน มีระบบรักษาความปลอดภัย มีการยืนยันตัวตนทุกครั้งในการใช้บริการ

เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจว่าเงินจะไม่สูญหายเมื่อใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile

6. ผู้ใช้บริการที่ประกอบอาชีพด้านบริการและอุตสาหกรรมมีแรงจูงใจด้านอารมณ์มากที่สุด ($\bar{X} = 3.06$) เนื่องจากอาชีพเหล่านี้ต้องมีการปฏิบัติงานร่วมกับบุคคลอื่น ๆ อยู่เสมอดังนั้น ธนาคารควรขยายช่องทางการให้บริการให้มากขึ้นโดยการหาพันธมิตรที่เป็นร้านค้า หรือบริษัทต่าง ๆ มาร่วมเปิดการให้บริการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน A-Mobile เช่น โอนเงินเดือนเข้าบัญชีที่ผูกกับแอปพลิเคชันชำระบิลแจ้งหนี้ ชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้กว้างขวางครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

7. ผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile จะมีเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการด้วยตนเองเป็นที่ตั้งอยู่แล้วแต่ขณะเดียวกันแรงจูงใจด้านอารมณ์จะมีเจ้าหน้าที่ธนาคารเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการใช้บริการมากที่สุด ($\bar{X} = 2.99$) ดังนั้น ธนาคารควรมีการจัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานในการแนะนำการใช้เทคโนโลยีในการทำธุรกรรมทางการเงินอย่างปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้บริการของธนาคาร

8. ผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile จะทำธุรกรรมที่บ้านมากที่สุด ($\bar{X} = 2.96$) ดังนั้น ธนาคารควรพัฒนาแอปพลิเคชันอื่น ๆ ที่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้มากขึ้น เช่น การติดต่อขอสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

9. ธนาคารควรเพิ่มการรับรู้การให้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ด้วยแอปพลิเคชัน A-Mobile แก่ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพที่มาใช้บริการธนาคาร โดยเฉพาะลูกค้าที่มีอาชีพเกษตรกรซึ่งมาใช้บริการด้านเงินฝากและเงินกู้ ให้มีความรู้และมีความคุ้นเคยกับการใช้แอปพลิเคชัน A-Mobile ในการทำธุรกรรมต่าง ๆ เช่น ประชาสัมพันธ์ เชิญชวน มีเจ้าหน้าที่แนะนำ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา โพยารส. (2557). แรงจูงใจและพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- เจมจิรา บุญฐและพินิตา สุรชัยกุลวัฒนา. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารออมสิน ปทุมธานี 2. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- จารุณี บุญยานันท์. (2559). ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อทัศนคติการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งของลูกค้าธนาคารทหารไทย จำกัด(มหาชน) สาขาปทุมธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

- ปิยะชาติ อิศรภิกขุ. (2559). **BRANDING 4.0**. กรุงเทพฯ : อมรินทร์ฮาวทูอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- พิบูล ธีปะปาล. (2545). **หลักการตลาดยุคใหม่ : ศตวรรษที่ 21**. กรุงเทพฯ : มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค.
- รจเรจ เล่าป้อมวาปี และอริสรา เสยานนท์. (2559). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน MYMO ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ : กรณีศึกษานักเรียนอาชีวศึกษาภาคใต้**. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สัณห์จุฑา พิทักษ์บุรพา. (2558). **การศึกษาความสัมพันธ์ของประชากรศาสตร์กับการรับรู้ของผู้บริโภคและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) (TMB Touch) ในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เสาวภา มีถาวรกุล, ยุทธนา ธรรมเจริญ, อัจฉรีย์ ลิ้มปมนต์, ฉัตรชัย ลอยฤทธิภูมิไกร และเชาว์ โรจน์แสง. (2553). **เอกสารการสอนชุดวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค : เล่ม 1 หน่วยที่ 1-7**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อัจฉรพร เณลิมาจิต. (2557). **การวิจัยทางธุรกิจ Business Research**. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

