

แรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของ ผู้ให้บริการในเขตจังหวัดภูเก็ต

Incentives Affecting Financial Service Behavior through Mobile Banking Application of Service
Users in Phuket Province

सानนท์ โยมเมือง¹

บทคัดย่อ

การศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในเขตจังหวัดภูเก็ต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในเขตจังหวัดภูเก็ต เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในเขตจังหวัดภูเก็ตและ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในเขตจังหวัดภูเก็ตทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ให้บริการ Mobile Banking Application ของธนาคารต่าง ๆ ในเขตจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน วิเคราะห์ผลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) อธิบายผลการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบ Chi Square

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ในเขตจังหวัดภูเก็ตจำนวน 400 คน พบว่าเป็นเพศชายมีจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 สถานภาพโสด มีจำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 อายุ 21-30 ปี มีจำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 มีอาชีพพนักงานเอกชน มีจำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 และมีระดับรายได้ที่ 15,001 - 25,000 บาท มีจำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 พฤติกรรมการใช้บริการทางการเงิน ผ่าน Mobile Banking Application ในเขตจังหวัดภูเก็ต พบว่า ธนาคารที่กลุ่มประชากรใช้บริการมากที่สุดคือ ธนาคารกสิกรไทยจำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 ผู้ที่แนะนำให้ใช้บริการ มากที่สุดคือ พนักงานธนาคาร จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 การเลือกใช้บริการ มากที่สุดคือ โอนเงิน จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือนที่กลุ่มประชากรตัวอย่างเลือกใช้บริการ มากที่สุดคือ มากกว่า 20 ครั้ง จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ระบบปฏิบัติการที่กลุ่มประชากรตัวอย่างใช้ มากที่สุดคือ iOS จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0

¹ นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ความรู้ความเข้าใจพบว่า ระดับคะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์มีความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ในระดับมากทุกปัจจัย และแรงจูงใจในการใช้บริการทางการเงิน ผ่าน Mobile Banking Application ในเขตจังหวัดภูเก็ต พบว่า ระดับคะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์ในทุกด้านมีผลต่อการเลือกใช้ใน ระดับมากทุก

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันที่ แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application 2) แรงจูงใจ ต่างกันจะมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ที่แตกต่างกัน 3) ความรู้ความเข้าใจต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ที่ ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ:แรงจูงใจ, พฤติกรรมการใช้บริการ, ชุมชนทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน

Abstract

A Study of Motivation Affecting Financial Service Behavior through Mobile Banking Application of Service Users in Phuket Province The objective is to study the motivation for using financial services through Mobile Banking Application of service users in Phuket province. To study the knowledge and understanding of financial services via Mobile Banking Application of service users in Phuket and To study the behavior of the financial service users via Mobile Banking Application of service users in Phuket Province, collecting the information received from the questionnaire. The questionnaire was used for 400 mobile banking application users of banks in Phuket province. The results were analyzed by Descriptive Statistic to explain the results of the analysis such as frequency, percentage, mean, standard deviation. Test your hypothesis with the Chi Square test.

The study found that The sample population that used financial services via Mobile Banking Application in Phuket, total 400 people, found that they were male with 208 people, accounting for 52.0 percent, and the number of single were 225 people or 56.3 percent, aged 21-30 years. Number of 227 people or 56.7% have a bachelor's degree with 280 people, or 70.0% have occupation, private workers have 230 people or 57.5% and have an income level of 15,001 - 25,000 baht with 178 people. 44.5% of the financial service behavior through Mobile Banking Application in Phuket Province found that the banks that the population use the most is KBank 286 people, accounting for 32.8%. The most recommended to use the service was 268 bank employees, or 40.4%. The most preferred service was 254

transfers, 63.5%. The service used per month which the sample population opted for the most was more than 20 times, 184 people or 46.0 percent. The most is iOS with 212 people, or 53.0 percent. Cognition found The average score according to the criteria has a high level of knowledge and understanding of financial services via Mobile Banking Application in all factors. And the motivation for using the Mobile Banking Application in Phuket Province found that the average score according to the criteria in all aspects had an effect on the selection at a high level.

The hypothesis test results showed that 1) educational level. Different occupations and average monthly income have different effects on financial service behavior through Mobile Banking Application. 2) Different motivation will influence financial service behavior through Mobile Banking Application. 3) different cognition There will be no different behavior in using financial services through Mobile Banking Application.

Keywords: Motivation, Service Behavior, Mobile Banking

บทนำ

ในยุคโลกาภิวัตน์กล่าวคือเป็นยุคที่การสื่อสารไร้พรมแดนข้อมูลข่าวสารสามารถแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว และสามารถเชื่อมต่อกันได้โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลา สถานที่ และช่องทางของการสื่อสารมากขึ้น เนื่องจากการเติบโตของเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต ที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของมนุษย์ และได้เข้ามาเป็นปัจจัยในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคมปัจจุบัน โดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้นับมากที่สุด คืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ในรูปแบบสมาร์ทโฟนซึ่งอุปกรณ์ ดังกล่าว ได้กลายเป็นอวัยวะที่สามสิบสามที่ผู้บริโภคต้องมีไว้สำหรับการติดต่อสื่อสารสมาร์ทโฟนเปรียบเสมือน คอมพิวเตอร์พกพาที่มีขนาดเล็กที่ทำให้ผู้ใช้งาน มีความสะดวก และรวดเร็วที่มาพร้อมด้วยคุณสมบัติที่ช่วย ตอบสนองความต้องการ และรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้ในปัจจุบัน เช่น ใช้สำหรับการติดต่อสื่อสาร สนทนาแบบส่วนตัว หรือแบบกลุ่มผ่านแอปพลิเคชัน ใช้ถ่ายภาพซึ่งมีความละเอียด และคมชัดเทียบเท่ากับ กล้องดิจิทัล ใช้ในการทำงานหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตได้เทียบเท่าเครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะหรือพกพา หรือ สามารถใช้ดูภาพยนตร์ออนไลน์ ฟังเพลง เล่นเกม และอื่น ๆ ซึ่งถือได้ว่าเรามีโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน เครื่องเดียว ก็สามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้ทั้งเรื่องส่วนตัว เรื่องงาน หรือใช้เพื่อความบันเทิง ดังนั้นจึงเห็น ได้ว่าสมาร์ทโฟนได้กลายเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงการติดต่อสื่อสาร และเป็นช่องทางระหว่างตราสินค้านี้กับผู้บริโภค โดยสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านการเชื่อมต่อผ่านระบบแอปพลิเคชัน และ อินเทอร์เน็ตไร้สาย

ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบันจึงได้มีการปรับตัวอย่างสูงเพื่อรองรับการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านช่องทางในการให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินได้ด้วยตนเอง ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการทำธุรกิจอีคอมเมิร์ซ โดยธนาคารพาณิชย์ได้นำเทคโนโลยีมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มช่องทางการให้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ ด้วยตนเอง เพื่อให้มีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางไป ที่สาขาของธนาคารพาณิชย์ หรือไปที่ตู้เอทีเอ็มเหมือนในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นผลกระทบที่ทำให้ธนาคารพาณิชย์เริ่มปรับรูปแบบการให้บริการจากธนาคารพาณิชย์ที่ให้บริการผ่านทางสาขาเป็นรูปแบบการให้บริการรูปแบบใหม่ซึ่งเรียกว่าธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (Internet banking)

การให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (Internet banking) ของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งเป็นสถาบันการเงินที่ ให้บริการและมีหน้าที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคม ในปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการทางการเงิน โดยมีการปิดสาขานาคาร และลดพนักงานลง เนื่องจากการเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกรรมการเงินออนไลน์ที่ได้รับแรงส่งจากโทรศัพท์มือถืออย่างสมาร์ตโฟน ทำให้การดำเนินธุรกิจของธนาคารพาณิชย์เปลี่ยนรูปแบบ ไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิง โดยเฉพาะความต้องการใช้สาขาของลูกค้าลดลงหันไปใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์มากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเครื่องฝากเงิน เครื่องเอทีเอ็ม เครื่องปรับสมุดบัญชีอัตโนมัติ หรือแอปพลิเคชัน ฯลฯ การแข่งขันจึงเต็มไปด้วยความเข้มข้นรุนแรงด้วยสภาพสังคม ของคนในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่ที่มีแต่ความเร่งรีบ และเวลาไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร ผู้ใช้บริการ ก็ต้องการความสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งในแต่ละวันผู้ให้บริการไม่สามารถคาดการณ์ปริมาณผู้เข้าใช้บริการได้ และด้วยข้อจำกัดของเวลาในการทำธุรกรรมอาจทำให้เกิดความไม่พอใจในการใช้บริการ จึงส่งผลให้ธนาคารพาณิชย์ต้องปรับเปลี่ยนวิธีการให้บริการเพื่อให้มีความทันสมัย และใช้แข่งขันเพื่อครองการเป็นเจ้าตลาดด้านการบริการในการทำธุรกิจ จึงต้องมีการปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ทางธนาคารพาณิชย์จึงได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในองค์กร เพื่อเพิ่มความรวดเร็วให้กับผู้ให้บริการ และผู้ปฏิบัติงาน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในเขตจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในเขตจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในเขตจังหวัดภูเก็ต

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ที่แตกต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดภูเก็ตที่มีแรงจูงใจต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ที่แตกต่างกัน
3. ผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดภูเก็ตที่มีความรู้ความเข้าใจต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ที่แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา
ในการศึกษานี้ครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในเรื่อง แรงจูงใจ, ความรู้ความเข้าใจ และ พฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในเขตจังหวัดภูเก็ต
2. ขอบเขตด้านประชากร
การวิจัยครั้งนี้ทำการเก็บข้อมูลจากประชากรผู้ให้บริการ Mobile Banking Application ของธนาคารต่าง ๆ ในเขตจังหวัดภูเก็ต
3. ขอบเขตด้านพื้นที่
การวิจัยครั้งนี้ทำการเก็บข้อมูลจากประชากรในเขตจังหวัดภูเก็ต
4. ขอบเขตด้านระยะเวลา
ระหว่างวันที่ 20 พฤศจิกายน 2563 ถึง วันที่ 17 มกราคม 2564

แนวคิดและทฤษฎี

ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ประสาธ อิศรปริดา (2538:299:300) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจ ว่าตรงกับภาษาอังกฤษว่า Motive ซึ่งมีรากศัพท์มาจากคำว่า Movere ในภาษาละติน หมายถึง เคลื่อนไหว เช่น เมื่อเด็กเคลื่อนไหวในการเขียนในการอ่านเรียกว่าเขามีแรงจูงใจเพราะมีการเคลื่อนไหว การเคลื่อนไหวครอบคลุมทางจิตด้วยเช่น พฤติกรรมการคิด และพฤติกรรมการจดจำถ้ามีการคิดมีการจดจำบันทึกถือว่ามีแรงจูงใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้กล่าวว่า การจูงใจ (Motivation) และ สิ่งจูงใจ (Motives) หมายถึง สิ่งกระตุ้นหรือพลังกระตุ้นภายในบุคคลแต่ละคน ซึ่งกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติ โดยโมเดลของกระบวนการจูง

ใจ ประกอบด้วย สภาพความตึงเครียด (Tension) ซึ่งเกิดจากความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (wants) และความปรารถนา (Desire) ที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง (Unfulfilled) ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะผลักดันให้เกิดพฤติกรรมที่ไปสู่การบรรลุเป้าหมาย คือ การได้รับการตอบสนองในความต้องการ และสามารถลดความตึงเครียดที่เกิดขึ้นได้

ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 30) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) เป็นการศึกษาเรื่องการตอบสนองความต้องการและความจำเป็น (Needs) ของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจ (Satisfaction) นักการตลาดจะตอบสนองผู้บริโภคให้เกิดความพอใจได้นั้น จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจผู้บริโภค เพราะถ้าไม่เข้าใจว่าผู้บริโภค คือใคร ไม่เข้าใจว่าเขาต้องการอะไร ชอบสิ่งใดไม่ชอบสิ่งใด ก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของเขาได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546: 192) ได้อธิบายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การคิด การซื้อ การใช้ การประเมินผล ในสินค้าและบริการซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk.) หรือเป็นขั้นตอนซึ่งเกี่ยวกับความคิด ประสิทธิภาพการซื้อ การใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา (Solomon. 2002: 528) หรือหมายถึงการศึกษาถึงพฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า

พินุล สังวรรณ (ดารามาศ แก้วแดง. พ.ศ. 2540; อ้างอิงจาก พินุล สังวรรณ. 2537: 41) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง การกระทำใดๆ ของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับการใช้ และการจับจ่ายสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซึ่งเป็นตัวนำและตัวกำหนดการกระทำดังกล่าวต่างๆ

ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2541: 185–189) กล่าวว่า ความรู้ หมายถึง ข่าวสารที่เก็บไว้ในความทรงจำ ส่วนหนึ่งของข่าวสารทั้งหมดเกี่ยวข้องกับหน้าที่ ของผู้บริโภคในตลาดเรียกว่า ความรู้เกี่ยวกับผู้บริโภค (Consumer Knowledge) ซึ่งอาจจะศึกษาได้โดยการตอบคำถามดังนี้คือ ผู้บริโภครู้อะไร ความรู้จัดระเบียบอยู่ในความทรงจำในรูปใด และจะวัดความรู้ได้อย่างไร

ไพศาล หวังพานิช (2526: 105) ได้ให้ความหมายของความเข้าใจ ว่าหมายถึง ความสามารถในการนำความรู้ความเข้าใจ ไปดัดแปลงปรับปรุงเพื่อให้สามารถจับใจความ อธิบายหรือเปรียบเทียบ ย่นย่อเรื่องราวความคิดเห็นข้อเท็จจริงต่างๆ ทั้งยังสามารถอธิบายและเปรียบเทียบสิ่งที่ มีลักษณะและสภาพคล้ายคลึงเป็นทำนองเดียวกับของเดิมได้ บุคคลที่มีความเข้าใจในสิ่งใดจะสามารถแปลความหมาย ตีความ หรือขยายความเกี่ยวกับสิ่งนั้นได้

บลูม และคณะ (Bloom; others. 1956: 271) กล่าวว่า ความเข้าใจ หมายถึง ความสามารถในการที่คน ขยายความรู้ความจำให้ไกลออกไปจากเดิมอย่างสมเหตุสมผล แยกเป็น 3 ชั้นที่สำคัญคือ การแปลความหมาย ของคำ ข้อความ สัญลักษณ์ในแง่มุมใหม่ตามเนื้อเรื่องและหลักวิชาการนั้น ๆ การตีความโดยเอาความหมาย จากการแปลทั้งหมดมารวมกันแล้วสรุปหรือขยายความนั้นตามแนวใหม่ และทัศนะใหม่ มุมมองใหม่ เพื่อให้กว้างไกลออกไปจากข้อเท็จจริง โดยจะต้องให้ข้อมูลหรือแนวโน้มอย่างเพียงพอ

สาระสำคัญเกี่ยวกับการทำธุรกรรมผ่านธนาคารทางอินเทอร์เน็ตและ Mobile Banking Application

ธุรกรรม คือ การประกอบกิจกรรมอย่างใดอย่างใดอย่างหนึ่งระหว่างสัญญาสองฝ่ายโดยเฉพาะด้าน ธุรกิจและการเงิน เช่นการฝากเงินในธนาคารเป็นการทำธุรกรรมอย่างหนึ่ง การจ่ายค่าบริการโดยหักบัญชี จากธนาคารเป็นธุรกรรมที่นิยมกันมากในปัจจุบัน

การทำธุรกรรมผ่านธนาคารทางอินเทอร์เน็ต หมายถึง การประกอบธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เกี่ยวกับการให้บริการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ผ่านอุปกรณ์หรือระบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์มือถือหรือ อินเทอร์เน็ต มีการให้บริการเช่น การฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน หรือ สอบถามยอดเงิน โดยในอนาคตการให้บริการของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ยังสามารถพัฒนาได้อีกเรื่อย ๆ เพื่อรองรับความ ต้องการในการใช้บริการของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดความรวดเร็ว และสะดวกสบายในการทำธุรกรรมมากขึ้นและประหยัดทรัพยากร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การออกแบบการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตาม สภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำ หรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล ภาคนาม แบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียง ครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำไป วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์ทางสถิติ

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ในเขต จังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ใน เขตจังหวัดภูเก็ต และเนื่องจากไม่ทราบจำนวนผู้บริการที่แน่นอน (Non probability) จึงใช้การกำหนด ขนาดตัวอย่างโดยการคำนวณจากสูตรหาขนาดตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจึงเท่ากับ 385 คน และผู้วิจัยได้สำรวจจำนวนตัวอย่างเพื่อการตอบกลับไม่ สมบูรณ์ รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

3. เครื่องมือใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามนั้นเป็นเครื่องมือหลักที่นำมาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทางผู้วิจัยก็ได้มีการศึกษาหาความรู้ ค้นคว้าทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีต่างๆ เอกสารทางวิชาการ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้มานั้นไปกำหนดกรอบแนวความคิดของงานวิจัยที่ผู้วิจัยศึกษา ซึ่งแสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยตัวแปรที่ได้มานั้นจะช่วยพัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษาขั้นสูงสุดที่สำเร็จ อาชีพ รายได้ส่วนตัวต่อเดือน เป็นต้น ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking Application โดยมีลักษณะคำถามแบบปลายปิด ได้แก่ ท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของธนาคารใดบ้าง, ใครแนะนำให้ท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking, ท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking ในการทำธุรกรรมอะไรบ่อยที่สุด, ท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking ต่อเดือนบ่อยแค่ไหนและท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking ผ่านระบบปฏิบัติการใด เป็นต้น ชนิดของแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ ลักษณะของคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check lists) และ/หรือเติมคำตอบในช่องว่างที่กำหนด

ส่วนที่ 3 ความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการ Mobile Banking Application โดยมีลักษณะคำถามแบบปลายปิด ได้แก่ Mobile Banking ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า, Mobile Banking ไม่เสียค่าธรรมเนียมรายปี, Mobile Banking เป็นแอปพลิเคชันที่ใช้งานง่าย, Mobile Banking ไม่เสียค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าและบริการทุกประเภท ฯลฯ ซึ่งลักษณะของคำถามเป็นแบบเลือกตอบใช่หรือไม่ใช่ เติมลงในช่องว่างที่กำหนด แล้วตรวจคำตอบที่ถูกต้องตามเฉลย หลังจากนั้นทำการรวมคะแนนทั้งหมดของผู้ตอบแบบสอบถาม แล้วหาค่าเฉลี่ยของระดับคะแนน

ส่วนที่ 4 แรงจูงใจในการใช้บริการ Mobile Banking Application โดยมีลักษณะคำถาม 4 ด้าน ได้แก่ แรงจูงใจด้านผลิตภัณฑ์ แรงจูงใจด้านเหตุผล แรงจูงใจด้านอารมณ์ และแรงจูงใจด้านปัจจัยภายนอก ซึ่งเป็นคำถามแบบไลเคิร์ตสเกล (Likert Scale) โดยให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว ในช่องที่ตรงกับระดับแรงจูงใจของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คำตอบแบ่งเป็น 5 ระดับ

4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้มีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้มีการนำแบบสอบถามมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สามารถสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. การศึกษาค้นคว้าข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรแรงจูงใจ ความรู้ความเข้าใจ

2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรตาม ทำขึ้นเพื่อทำให้ความหมายของตัวแปรต่างๆ
3. นำนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้มาสร้างเป็นข้อคำถามที่มีความครอบคลุม และสัมพันธ์กับนิยามศัพท์ของตัวแปรทั้งหมด
4. จัดทำร่างแบบสอบถาม
5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาว่าแบบสอบถามมีการใช้ภาษาและลักษณะของข้อความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่จะดำเนินการวิจัย

5. การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

1. ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความน่าเชื่อถือ ก่อนนำแบบสอบถามไปดำเนินการวิจัยใช้งานจริง โดยนำร่างแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบคำถาม การใช้ภาษาในแบบสอบถาม เพื่อความครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา โดยใช้วิธีการวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ตามตารางตรวจสอบคุณภาพความครอบคลุมด้านเนื้อหาการวิจัย รวมไปถึงใช้ภาษาที่ถูกต้องเหมาะสมหรือไม่ ซึ่งผู้วิจัยจะนำคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษามาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม ก่อนนำไปใช้งานจริง
2. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยการหาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) ซึ่งวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ได้ค่าแอลฟา ตามแบบวิธีของครอนบาค (Cronbach's) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.851
3. เมื่อผู้วิจัยนำข้อบกพร่องมาปรับปรุง แก้ไข โดยขอคำปรึกษาและผ่านความคิดเห็นและความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง จนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ จึงนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้กำหนดไว้ในงานวิจัย

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มีความต้องการใช้บริการผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในจังหวัดภูเก็ต
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยศึกษาค้นคว้าจากเอกสารที่เกี่ยวข้องจากแหล่งต่าง ๆ เช่น วารสาร รายงานการวิจัย แหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต วิทยานิพนธ์ การค้นคว้าอิสระ

7. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่คณะผู้วิจัยใช้วิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

- (1) การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เป็นการวิเคราะห์ในลักษณะการบรรยายข้อมูลเบื้องต้นจากกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกเป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequencies) และแจกแจงเป็นค่าร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ และ

แรงจูงใจในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application โดยใช้รูปแบบค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

(2) การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ทดสอบ
1.ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ที่แตกต่างกัน	Chi-square (χ^2 – Test)
2. ผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดภูเก็ตที่มีแรงจูงใจต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ที่แตกต่างกัน	Recode ตัวแปรต้นเป็น Ordinal Scale แล้วใช้ Chi-square (χ^2 – Test)
3.ผู้ให้บริการในเขตจังหวัดภูเก็ตที่มีความรู้ความเข้าใจต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ที่แตกต่างกัน	Recode ตัวแปรต้นเป็น Ordinal Scale แล้วใช้ Chi-square (χ^2 – Test)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคล

โดยจากกลุ่มประชากรตัวอย่างที่ใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ในเขตจังหวัดภูเก็ตจำนวน 400 คน พบว่า เป็นเพศชายมีจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 สถานภาพโสด มีจำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 อายุ 21-30 ปี มีจำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 มีอาชีพพนักงานเอกชน มีจำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 และมีระดับรายได้ที่ 15,001 - 25,000 บาท มีจำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5

2. ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงิน ผ่าน Mobile Banking Application ในเขตจังหวัดภูเก็ต

โดยจากกลุ่มประชากรตัวอย่างของผู้ใช้บริการทางการเงิน ผ่าน Mobile Banking Application ในเขตจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน พบว่า ธนาคารที่กลุ่มประชากรใช้บริการมากที่สุดคือ ธนาคารกสิกรไทย จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 ผู้ที่แนะนำให้ใช้บริการ มากที่สุดคือ พนักงานธนาคาร จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 การเลือกใช้บริการ มากที่สุดคือ โอนเงิน จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือนที่กลุ่มประชากรตัวอย่างเลือกใช้บริการ มากที่สุดคือ มากกว่า 20 ครั้ง จำนวน 184 คน

คิดเป็นร้อยละ 46.0 ระบบปฏิบัติการที่กลุ่มประชากรตัวอย่างใช้ มากที่สุดคือ iOS จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0

3. ข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจ

โดยจากกลุ่มประชากรตัวอย่างของผู้ที่ใช้บริการทางการเงิน ผ่าน Mobile Banking Application ในเขตจังหวัดภูเก็ตจำนวน 400 คน โดยผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจพบว่า ระดับคะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์มีความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ในระดับมากทุกปัจจัย

4. ข้อมูลด้านการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจ

โดยจากกลุ่มประชากรตัวอย่างของผู้ที่ใช้บริการทางการเงิน ผ่าน Mobile Banking Application ในเขตจังหวัดภูเก็ตจำนวน 400 คน มีปัจจัยทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านด้านผลิตภัณฑ์ด้านเหตุผลด้านอารมณ์ด้านปัจจัยภายนอกซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ระดับคะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์ในทุกด้านมีผลต่อการเลือกใช้ในระดับมากทุกปัจจัยและเมื่อทำการแจกแจงเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปธนาคาร ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.39

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ที่แตกต่างกันสามารถสรุปผลแยกตามลักษณะข้อมูลได้ดังนี้

1. เพศ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ในทุกๆ ด้าน ซึ่งถือว่าไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. สถานภาพสมรส

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ในทุกๆ ด้าน ซึ่งถือว่าไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. อายุ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ในทุกๆ ด้าน ซึ่งถือว่าไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ยกเว้นพฤติกรรมด้านการใช้ระบบปฏิบัติการในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application

4.ระดับการศึกษา

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ในทุกๆ ด้าน ซึ่งถือว่าสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.อาชีพ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ในทุกๆ ด้าน ซึ่งถือว่าสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ยกเว้นพฤติกรรมด้านการใช้ระบบปฏิบัติการในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application

6.ระดับรายได้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ในทุกๆ ด้าน ซึ่งถือว่าสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ยกเว้นพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการทำธุรกรรมที่ใช้บ่อยลำดับแรก

สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดภูเก็ตที่มีแรงจูงใจต่างกันจะมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ที่แตกต่างกัน

แรงจูงใจด้านผลิตภัณฑ์

1.แรงจูงใจด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application แตกต่างกัน

2.แรงจูงใจด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อความถี่ในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application แตกต่างกัน

3.แรงจูงใจด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการใช้ระบบปฏิบัติการในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application แตกต่างกัน

แรงจูงใจด้านเหตุผล

1.แรงจูงใจด้านเหตุผล มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application แตกต่างกัน

2.แรงจูงใจด้านเหตุผลมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application แตกต่างกัน

3.แรงจูงใจด้านเหตุผลมีผลต่อการใช้ระบบปฏิบัติการในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application แตกต่างกัน

แรงจูงใจด้านอารมณ์

1.แรงจูงใจด้านอารมณ์ มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application แตกต่างกัน

2.แรงจูงใจด้านอารมณ์มีผลต่อความถี่ในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Applicationแตกต่างกัน

3.แรงจูงใจด้านอารมณ์มีผลต่อการใช้ระบบปฏิบัติการในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking Applicationแตกต่างกัน

แรงจูงใจด้านปัจจัยภายนอก

1.แรงจูงใจด้านปัจจัยภายนอก มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking Applicationแตกต่างกัน

2.แรงจูงใจด้านปัจจัยภายนอกมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Applicationแตกต่างกัน

3.แรงจูงใจด้านปัจจัยภายนอกมีผลต่อการใช้ระบบปฏิบัติการในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking Applicationแตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในเขตจังหวัดภูเก็ตสามารถอภิปรายผล โดยเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในเขตจังหวัดภูเก็ต

1. จากผลการศึกษาวิจัยข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วยเพศ สถานภาพ สมรส อายุ ระดับการศึกษาขั้นสูงสุดที่สำเร็จ อาชีพ รายได้ส่วนตัวต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application เป็นเพศชายมีจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 สถานภาพโสด มีจำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 อายุ 21-30 ปี มีจำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 มีอาชีพพนักงานเอกชน มีจำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 และมีระดับรายได้ที่ 15,001 - 25,000 บาท มีจำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5

สอดคล้องกับทฤษฎีของเอกจิตรา ไทยคำ (2551 : บทคัดย่อ)วิทยานิพนธ์เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่สาขานาคารและทางธนาคารอินเทอร์เน็ตที่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และสอดคล้องกับทฤษฎีของ ชัชฎาภรณ์ เดชาเสถียร (2557)ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ KTB Netbankในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท และสอดคล้องกับทฤษฎีของวิชา ชีรวินิชย์ไชยกุล (2556, บทคัดย่อ) การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชัน (Appication) บนสมาร์ตโฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android)” ส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 62.0 มีอยู่ระหว่าง21-26 ปี คิดเป็นร้อยละ

42.7 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.2 ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ถูกจ้างคิดเป็นร้อยละ 40.2

2. จากผลการศึกษาวิจัยข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงิน ผ่าน Mobile Banking Application ในเขตจังหวัดภูเก็ตพบว่า ธนาคารที่กลุ่มประชากรใช้บริการมากที่สุดคือ ธนาคารกสิกรไทย จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 ผู้ที่แนะนำให้ใช้บริการ มากที่สุดคือ พนักงานธนาคาร จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 การเลือกใช้บริการ มากที่สุดคือ โอนเงิน จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือนที่กลุ่มประชากรตัวอย่างเลือกใช้บริการ มากที่สุดคือ มากกว่า 20 ครั้ง จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ระบบปฏิบัติการที่กลุ่มประชากรตัวอย่างใช้ มากที่สุดคือ iOS จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.

สอดคล้องกับทฤษฎีของพนิดา ลือยศ (2555)การค้นคว้าอิสระเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในประเด็นที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการใช้บริการประเภทของธุรกรรมที่ผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นการโอนเงินระหว่างบัญชี และสอดคล้องกับทฤษฎีของเบญจมาศ แก้วประดิษฐ์ (2551)วิทยานิพนธ์เรื่องความคิดเห็นของนักศึกษาระดับปริญญาโทมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ต่อการบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ในประเด็นที่ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตผ่านธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด

3. จากผลการศึกษาวิจัยข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจของผู้ที่ใช้บริการทางการเงิน ผ่าน Mobile Banking Application ในเขตจังหวัดภูเก็ตพบว่า ระดับคะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์มีความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Applicationในระดับมากทุกปัจจัย

สอดคล้องกับทฤษฎีของวิชา ธีรวิชย์ไชยกุล (2556, บทคัดย่อ) การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชัน (Appication) บนสมาร์ตโฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android)” ในประเด็นด้านการได้ความรู้ การใช้แอปพลิเคชันเพื่อแสดงตัวตนหรือความคิดของตน เพื่อการติดต่อตามเหตุการณ์ทั่วไปได้รับแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ได้เรียนรู้วัฒนธรรมในสังคมและสอดคล้องกับทฤษฎีของเบญจมาศ แก้วประดิษฐ์ (2551)วิทยานิพนธ์เรื่องความคิดเห็นของนักศึกษาระดับปริญญาโทมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ต่อการบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ในประเด็นผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการ เพราะเว็บไซต์ใช้งานง่าย ขั้นตอนไม่ยุ่งยาก แต่อย่างไรก็ตามผลการสำรวจยังพบประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นว่าเป็นปัญหาอยู่ในระดับสูงก็คือ ความไม่มั่นใจของความปลอดภัยในข้อมูล ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการแต่ละรายการ รวมทั้งไม่เข้าใจในระบบและขั้นตอนในการใช้งาน

4. จากผลการศึกษาวิจัยข้อมูลด้านการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ที่ใช้บริการทางการเงิน ผ่าน Mobile Banking Application ในเขตจังหวัดภูเก็ตมีปัจจัยทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านด้านผลิตภัณฑ์ด้านเหตุผลด้านอารมณ์ด้านปัจจัยภายนอกซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง

พบว่า ระดับคะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์ในทุกด้านมีผลต่อการเลือกใช้บริการในระดับมากทุกปัจจัย และเมื่อทำการแจกแจงเป็นรายชื่อ พบว่าข้อที่ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปธนาคาร ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.39

สอดคล้องกับทฤษฎีของซซฐาภรณ์ เชาเสถียร (2557) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ KTB Netbank ในเขตกรุงเทพมหานคร ในประเด็นที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ด้านเหตุผลในการเลือกใช้บริการคือ สะดวกในการทำธุรกรรม และสอดคล้องกับทฤษฎีของพนิดา ลือยศ (2555) การค้นคว้าอิสระเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในประเด็นที่พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจาก สะดวก ประหยัดเวลา ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และสอดคล้องกับทฤษฎีของวิชา ชีรวินัยไชยกุล (2556, บทคัดย่อ) การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชัน (Appication) บนสมาร์ตโฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android)” ในประเด็นผลจากการศึกษาความพึงพอใจทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาวิจัยเรื่องแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดภูเก็ตด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศด้านสถานภาพสมรส และด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ในทุกๆ ด้าน ด้านอายุ และด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมด้านการใช้ระบบปฏิบัติการในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application และด้านระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการทำธุรกรรมที่ใช้บ่อยลำดับแรก ดังนั้น ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุ อาชีพ และระดับรายได้ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ทางธนาคารจึงควรพัฒนาการสื่อสารการตลาด เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือกิจกรรมส่งเสริมการขายให้เหมาะสมกับปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้ เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มผู้ใช้งานดังกล่าวเกิดการใช้งาน Application ที่เพิ่มมากขึ้น

2. จากการศึกษาวิจัยเรื่องแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดภูเก็ตด้านแรงจูงใจที่ต่างกันจะมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application แรงจูงใจด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ความถี่ และระบบปฏิบัติการผ่าน Mobile Banking Application ดังนั้น ทางธนาคารควรออกแบบแอปพลิเคชันให้มีรูปลักษณ์ และการออกแบบที่สวยงามการใช้งานที่ง่าย สะดวก ทันสมัย และสามารถทำธุรกรรมได้หลากหลายเทียบเท่ากับการใช้บริการผ่านเคาน์เตอร์ของธนาคาร แรงจูงใจด้านเหตุผลมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ความถี่ และระบบปฏิบัติการ

ผ่าน Mobile Banking Application ดังนั้นทางธนาคารควรเพิ่มระบบป้องกันความปลอดภัยในการใช้งาน ให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความปลอดภัยแรงจูงใจด้านอารมณ์มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ความถี่ และระบบปฏิบัติการผ่าน Mobile Banking Application ดังนั้นความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินที่ให้บริการแอปพลิเคชันจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจ และเป็นลูกค้าต่อไป รวมถึงการเกิด word of mouth ไปยังผู้ใช้บริการคนต่อ ๆ ไปด้วย ทางธนาคารจึงควรรักษาการบริการที่มีต่อลูกค้าที่ดีให้คงไว้ แรงจูงใจด้านปัจจัยภายนอกมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ความถี่ และระบบปฏิบัติการผ่าน Mobile Banking Application ดังนั้นทางธนาคารควรใช้ Mobile Banking เพื่อเข้าร่วมโปรโมชั่นหรือรับส่วนลดจากร้านค้าทำให้ผู้ใช้บริการเกิดผลประโยชน์ที่น่าพอใจในเรื่องโปรโมชั่นต่าง ๆ จำทำให้ Application ประสบความสำเร็จและได้ผู้ใช้บริการเพิ่มมากยิ่งขึ้น

3. จากการศึกษาวิจัยเรื่องแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดภูเก็ตทางธนาคารหลายแห่งสามารถนำไปประกอบเป็นข้อมูลในการวางแผนของคณะบริหารในด้านการตลาดเพื่อประโยชน์ในการวางแผนในอนาคต เพื่อจะได้เจาะถึงกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้อง สามารถนำเสนอแนะไปแก้ไขและปรับปรุงในข้อบกพร่องต่างๆ ผลจากการศึกษาในครั้งนี้ สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการจัดทำ SWOT analysis เพื่อใช้ในการกำหนดแผนกลยุทธ์ของหน่วยงาน และใช้ในการปรับปรุงการให้บริการของธนาคารเพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการที่สุด

บรรณานุกรม

- กาญจนา โพยयरส. (2557). แรงจูงใจและพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. . (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด, บัณฑิตวิทยาลัย.
- ชัชฎาภรณ์ เดชาเสถียร. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ KTB Net Bank ในเขตกรุงเทพมหานคร. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชญัญพัทธ์จันทวี. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- ชญาน์ทิพย์โรจนพิบูลธรรม. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโอนเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Fund Transfer-EFT) ของบมจ.ธนาคารกรุงไทย กรณีศึกษา:ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยนเรศวร คณะบริหารธุรกิจ.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2 พฤษภาคม 2561). *ธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile Banking*.

สืบค้นจาก [http://www.2.bot.or.th/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?](http://www.2.bot.or.th/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?eportID=688&language=TH)

[eportID=688&language=TH](http://www.2.bot.or.th/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?eportID=688&language=TH)

พรวิมลเชษฐรัตน์รักษ์. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเครื่องคิวอาร์ระยะของ*

ธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร . (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ).

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย.

วรศยา ชีรวนชัยกุล. (2556). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชัน (Application) บน*

สมาร์ตโฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android). การค้นคว้าอิสระวารศาสตรมหาบัณฑิต,

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการสื่อสารองค์กร