

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
ในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง ในการยอมรับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย

Factors Influencing Customers of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperative
in Thoen District, Lampang Province Towards Acceptance of
BAAC A-Mobile Application

เกริกไกรวิชัย ประเมษฐ์นิชกุล* และนิตยา เจริญประเสริฐ**

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง ในการยอมรับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในอำเภอเถิน จังหวัดลำปางในการยอมรับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย (A-Mobile)

ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเถิน จังหวัดลำปาง และรู้จักแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ – โมบาย จำนวน 200 คน และกำหนดประเด็นคำถามตามแนวคิดทฤษฎีคุณลักษณะของนวัตกรรม (Attributes of Innovations) ของ Rogers (2003 อ้างถึงใน วิยะดา ไทยเกิด, 2557) โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติอนุमानได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ – โมบาย

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะของนวัตกรรมกับการยอมรับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง พบว่าปัจจัยด้านความเข้ากันได้ (Compatibility) และด้านสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยปัจจัยด้านความเข้ากันได้ และด้านสามารถทดลองใช้ได้ สามารถอธิบายการยอมรับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในอำเภอเถิน จังหวัดลำปางได้เพียง 10.1% ส่วนที่เหลืออีก 89.9% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น

ABSTRACT

The objective of this study, “Factors Influencing Customers of Bank for Agriculture and agricultural cooperative in Thoen District, Lampang Province Towards Acceptance of BAAC A-Mobile Application” was to study the factors which affect the acceptance of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperative customer in Thoen District, Lampang Province on BAAC A-Mobile Application.

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** รองศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการและการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

The data's collected by 200 samplings of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperative customers in Thoen District, Lampang Province who manages money transactions with the bank and acknowledge to BAAC A-Mobile Application. The questionnaires of this study based on attributes of Innovations Theory of Rogers (2003 mention in Wiyada Thaikerd, 2014). The data analyzed by descriptive statistic include frequency, percentage, average and also inferential statistic, multiple regression analysis at 0.05 degree of significant by analyzed the correlation of the factors which affect to BAAC A-Mobile acceptance.

The analysis results toward the factors of innovation characteristic and BAAC A-Mobile acceptance of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperative customers in Thoen District, Lampang Province shown that compatibility and trialability factors related to BAAC A-Mobile acceptance of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperative customers in Thoen District, Lampang Province at 0.05 degree of significant. However, the result of compatibility factor and trialability factor analysis could be representative of 10.1 percent the acceptance of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperative customers in Thoen District, Lampang Province, towards the use of BAAC A-Mobile Application, The 89.9 percent of customers were influence by other factors.

บทนำ

ตามที่รัฐบาลได้เริ่มแผนยุทธศาสตร์ National e-Payment ในช่วงปลายปี 2558 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย ได้มาตรฐานสากล ต้นทุนต่ำ และรองรับธุรกรรมชำระเงินของประชาชนภาครัฐและเอกชน ได้อย่างมีประสิทธิภาพธนาคาร (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562)

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร หรือ ธ.ก.ส. ในฐานะธนาคารของรัฐ ผู้มีบทบาทในการดูแลให้บริการแก่เกษตรกรและบุคคลทั่วไปจึงได้พัฒนาแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย (BAAC A-Mobile) ขึ้นเพื่อตอบสนองแผนยุทธศาสตร์ของภาครัฐ และตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดในด้านคุณภาพและบริการ แต่เนื่องจากลูกค้าและผู้ให้บริการของธนาคาร ธ.ก.ส. ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร ไม่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี ทำให้บริการนี้ยังไม่เป็นที่แพร่หลายแก่กลุ่มลูกค้า ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย ของลูกค้า ธ.ก.ส. เพื่อนำผลการศึกษาเป็นข้อมูลให้ผู้บริหารในการตัดสินใจวางแผนกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้า ธ.ก.ส. รับรู้ถึงความสำคัญและประโยชน์จากการใช้บริการ และซึ่งส่งผลให้เกิดการยอมรับและใช้บริการเพิ่มขึ้น (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2562)

แนวคิดและทฤษฎี

คุณลักษณะของนวัตกรรม (Attributes of Innovations)

Rogers (2003 อ้างถึงใน วิยะดา ไทยเกิด, 2557) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการยอมรับนวัตกรรม คือ การตัดสินใจที่จะนำนวัตกรรมนั้นไปใช้อย่างเต็มที่โดยคิดว่านวัตกรรมนั้นเป็นวิธีที่ดีที่สุดและมีประโยชน์มากกว่า ซึ่งอาศัยคุณลักษณะของนวัตกรรมที่มีผลต่อการยอมรับ 5 ประการ ดังนี้ 1) คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) คือ การรับรู้ว่าคุณนวัตกรรมดีกว่า มีประโยชน์กว่าวิธีการปฏิบัติเดิม ๆ เช่น สะดวกกว่า รวดเร็วกว่า 2) คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) คือ การที่ผู้รับนวัตกรรมรู้สึกหรือคิดว่าเข้ากันได้หรือไปด้วยกันได้กับค่านิยม สังคม วัฒนธรรม ความเชื่อ

ที่เป็นอยู่เดิม 3) คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) คือ ความยากง่ายในการใช้งาน ถ้านวัตกรรมที่นำมาใช้มีความยุ่งยาก สลับซับซ้อนมาก ยากต่อการใช้งานหรือยากต่อความเข้าใจ การยอมรับก็จะน้อยลง 4) คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability) คือ โอกาสในการได้ทดลองใช้งานบางส่วนโดยการนำเอานวัตกรรมส่วนย่อย ๆ ไปทดลองใช้โดยใช้ระยะเวลาไม่มากนัก และ 5) คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) คือ ผลของนวัตกรรมเป็น สิ่งที่สามารถมองเห็นได้ ถ้านวัตกรรมทำให้เกิดการมองเห็นคุณประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้นวัตกรรมได้ ก็จะทำให้การยอมรับ มีน้ำหนักมากขึ้น

แต่เนื่องจาก แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย เป็นนวัตกรรมใหม่ ที่เปิดให้ใช้บริการตั้งแต่เดือนเดือนมิถุนายน 2560 แล้ว ซึ่งลูกค้า ธ.ก.ส. รู้จักและได้รับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่นี้แล้ว ผ่านการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ แต่ก็อาจยังไม่เคยใช้บริการ ดังนั้นการศึกษานี้จึงต้องการศึกษา ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง ในการยอมรับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย โดยการศึกษาคุณลักษณะของนวัตกรรมที่มีผลต่อการยอมรับ 5 ประการ ดังกล่าว

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. **ขอบเขตเนื้อหา** เนื้อหาในการศึกษานี้ผู้ศึกษาได้ทำการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมของ Rogers (2003 อ้างถึงใน วิยะดา ไทยเกิด, 2557) ที่ส่งผลกระทบต่อลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง ในการยอมรับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย (Independent Variables) ได้แก่ ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) ความเข้ากันได้ (Compatibility) ความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) ความสามารถทดลองใช้ (Trialability) การสังเกตได้ (Observability)

2. **ขอบเขตประชากรและการสุ่มตัวอย่าง** ประชากรในการศึกษานี้คือ ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง ที่รู้จักและรับรู้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย ซึ่งไม่มีข้อมูลที่แน่นอน และเนื่องจากประชากรที่อยู่ในการศึกษานี้ค่อนข้างหายาก เพราะแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ – โมบาย เป็นแอปพลิเคชันที่เพิ่งเริ่มใช้งานไม่นาน การศึกษานี้จึงกำหนดขนาดตัวอย่างเพียง 200 ราย (Seymour Sudman, 1976 อ้างใน กุณฑล รื่นรัมย์, 2558) โดยเลือกสอบถามลูกค้าที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ณ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเถิน จังหวัดลำปาง และรู้จักแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ – โมบาย มาก่อน โดยการเก็บแบบสอบถามที่ลูกค้ากรอกด้วยตนเอง

3. **วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล** เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยมีการแนะนำและอธิบายให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับบริการ วิธีการสมัครใช้บริการ พร้อมกับสาธิตการใช้งานเบื้องต้น โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ การรู้จักแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย (A-Mobile) หรือไม่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนเงินฝาก จำนวนเงินกู้ และจำนวนครั้งที่ทำธุรกรรมทางการเงินต่อเดือน ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับด้านคุณลักษณะของนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง ในการยอมรับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย และส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจยอมรับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย ใช้ระดับการวัด 3 ค่า คือ มีโอกาสใช้มาก มีโอกาสใช้ปานกลาง หรือ มีโอกาสใช้น้อย

ผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคาร ธ.ก.ส. สาขาเถิน จังหวัดลำปาง จำนวน 200 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 73.5 มีช่วงอายุประมาณ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.0 ระดับการศึกษามัธยมศึกษา ป.ว.ช. และ ป.ว.ส. คิดเป็นร้อยละ 56.5 ประกอบอาชีพเป็นเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 56.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.0 ยอดเงินฝากประมาณ 10,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.0 ยอดเงินกู้ 50,001-100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.0 ความถี่ในการมาใช้บริการ 1-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 59.5 ประเภทของธุรกรรมที่มาใช้บริการมากที่สุดได้คือ ฝากหรือถอนเงินสดเข้าบัญชีตนเองและผู้อื่น คิดเป็นร้อยละ 93.0

ส่วนที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นต่อคุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ ในระดับเห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมา คือคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ ในระดับเห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) และคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ในระดับเห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) คุณลักษณะที่เข้ากันได้ ในระดับเห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน ในระดับเห็นด้วยปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์องค์ประกอบ และความน่าเชื่อถือของตัวแปร ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบความเหมาะสมของแบบสอบถาม โดยการนำข้อมูลที่นำมาทดสอบความเที่ยงตรง โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ เพื่อทำการทดสอบการจับกลุ่มตัวแปร โดยใช้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ที่มากกว่า 0.5 เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา สามารถจับกลุ่มตัวแปรที่ใช้วัดค่า 5 องค์ประกอบ ด้วย 16 ตัวแปร ดังนี้ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ 4 ตัวแปร คุณลักษณะที่เข้ากันได้ 3 ตัวแปร คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน 3 ตัวแปร คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ 2 ตัวแปร และคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ 4 ตัวแปร

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะของนวัตกรรมกับการยอมรับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง พบว่า ปัจจัยด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ด้านความเข้ากันได้ ด้านสามารถทดลองใช้ได้ และด้านการสังเกตได้ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เรียงอันดับ ดังนี้ อันดับที่ 1 ด้านความเข้ากันได้ ($r = 0.288$) อันดับที่ 2 ด้านการสังเกตได้ ($r = 0.194$) อันดับที่ 3 ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ($r = 0.175$) และอันดับสุดท้าย คือ ด้านสามารถทดลองใช้ได้ ($r = -0.162$) โดยมีเพียงปัจจัยด้านความยุ่งยากซับซ้อนที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย

สำหรับผลการวิเคราะห์สมการการถดถอยแบบเชิงเส้นเพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณลักษณะของนวัตกรรม ทั้ง 5 ด้าน กับการยอมรับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย พบว่าค่า p-value ของปัจจัยด้านความเข้ากันได้ ($p\text{-value} = 0.003$) และด้านสามารถทดลองใช้ได้ ($p\text{-value} = 0.008$) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น ปัจจัยทั้ง 2 ด้านดังกล่าวจึงมีความสัมพันธ์กับการยอมรับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 1 แสดงผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะของนวัตกรรมและการยอมรับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

	X1	X2	X3	X4	X5	Y
ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (X1)	1	.390**	-0.111	0.010	.332**	.175*
ด้านความเข้ากันได้ (X2)	.390**	1	-0.115	0.054	.459**	.288**
ด้านความยุ่งยากซับซ้อน (X3)	-0.111	-0.115	1	-0.012	-.219**	-0.034
ด้านสามารถทดลองใช้ได้ (X4)	0.010	0.054	-0.012	1	0.082	-.162*
ด้านการสังเกตได้ (X5)	.332**	.459**	-.219**	0.082	1	.194**
การยอมรับ (Y)	.175*	.288**	-0.034	-.162*	.194**	1

หมายเหตุ: **, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาพบว่าสามารถเขียนสมการถดถอยเชิงพหุคูณทำนายโอกาสของการยอมรับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย ได้ดังนี้

การยอมรับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย = 0.307(ความเข้ากันได้) - 0.192(สามารถทดลองใช้ได้)

แสดงถึงปัจจัยด้านคุณลักษณะของนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย หรือสามารถใช้พยากรณ์ความตั้งใจในการยอมรับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในอำเภอเถิน จังหวัดลำปางได้ 10.1% ส่วนที่เหลือ 89.9% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านคุณลักษณะด้านความเข้ากันได้ และคุณลักษณะด้านสามารถทดลองใช้ได้ มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสิทธิธัญญ์ บัวจจร (2556) ที่ศึกษาตามทฤษฎีคุณลักษณะของนวัตกรรมของ Rogers (2003 อ้างถึงใน วิยะดา ไทยเกิด, 2557) ซึ่งศึกษาลักษณะของบุคคลและนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันบนระบบปฏิบัติการไอโอเอสของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และพบว่ามีลักษณะของผู้รับนวัตกรรมเป็นกลุ่มผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมได้ง่าย โดยลักษณะของนวัตกรรมด้านความเข้ากันได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันบนระบบปฏิบัติการไอโอเอสในด้านช่องทางการติดตั้ง อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และลักษณะของนวัตกรรมในด้านสามารถทดลองใช้ได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันบนระบบปฏิบัติการไอโอเอส ในด้านราคาของแอปพลิเคชันที่ใช้ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสอดคล้องกับงานวิจัยของวัชรพล คงเจริญ (2557) ที่ได้ศึกษาปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่พบว่าการยอมรับนวัตกรรมในด้านความเข้ากันได้ และด้านสามารถทดลองใช้ได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อีกทั้งยังสอดคล้องกับ นกนันทน์ หอมสุด และนิภาพร กลิ่นระรื่น (2560) ที่ได้ศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับนวัตกรรมของแอปพลิเคชัน Food Panda ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้ใช้แอปพลิเคชัน Food Panda ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาตามกรอบแนวคิดด้านการยอมรับนวัตกรรม พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้แอปพลิเคชัน Food panda ในเขตกรุงเทพมหานคร คือ ด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้ รองลงมาคือ ด้านคุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ เนื่องจาก แอปพลิเคชัน Food panda มีความทันสมัยสามารถเข้ากับยุคสมัยของสังคมปัจจุบัน ซึ่งแอปพลิเคชัน Food panda มีความหลากหลาย ตรงต่อความต้องการ และรูปแบบการดำเนินชีวิต ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ข้อค้นพบ

1. จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านความสามารถทดลองใช้ได้ ที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง มีค่า Beta เท่ากับ -0.192 เป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร ไม่สนใจเทคโนโลยี อาจเกิดความประหม่าหรือกดดันหากมีพนักงานของธนาคารมาสอนการใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบายโดยตรง แต่จะรู้สึกดีกว่าหากสามารถทดลองใช้ได้ด้วยตนเอง หรือการสาธิตให้ดูและให้นำกลับไปใช้ด้วยตนเอง

2. ผลการศึกษาพบว่าค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Adjusted R Square) เท่ากับ 0.101 ซึ่งค่อนข้างต่ำ หมายถึงอาจจะมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง ที่ไม่ได้นำมาศึกษาในครั้งนี้ เช่น ความเสี่ยงในการใช้งาน ความคาดหวังในประสิทธิภาพการรับรู้ ความพึงพอใจ ช่วงวัยของผู้บริโภค และส่วนผสมทางการตลาด หรือสภาพแวดล้อมอื่นๆ

3. ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากในด้านความสามารถทดลองใช้ได้ของแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย ว่ามีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันนี้ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.28 ซึ่งเป็นอันดับแรกของปัจจัยด้านคุณลักษณะของนวัตกรรมทั้ง 5 ด้าน โดยเฉพาะเรื่องที่ท่านคิดว่าควรมีการให้ทดลองใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย ก่อนใช้งานจริง เช่น การสาธิตการใช้งานโดยพนักงานธนาคาร แต่เห็นด้วยปานกลางในด้านความยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 3.38 โดยเฉพาะเรื่องที่ท่านคิดว่าการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย ต้องการความสามารถทางเทคนิค

4. ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากกว่า แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย มีประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.08 ในด้านการได้รับความสะดวกในการบริการจัดการการเงิน อีกทั้งยังเห็นด้วยมากในด้านการสังเกตได้ มีค่าเฉลี่ย 4.26 โดยเฉพาะในด้านการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย ทำให้ไม่ต้องรอต่อแถวเพื่อเข้ารับบริการ และเห็นด้วยมากในด้านความเข้ากันได้ มีค่าเฉลี่ย 3.99 โดยเฉพาะในด้านความเหมาะสมกับวิธีที่ท่านใช้ในการจัดการทางการเงิน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในอำเภอเถิน จังหวัดลำปางในการยอมรับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ธนาคารหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรนำผลการศึกษาทางด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น ช่วงอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย รายการธุรกรรมที่ใช้บริการบ่อยครั้ง มาเป็นข้อมูลในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการทำการตลาด เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย คือ ทำให้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรได้รับการยอมรับและใช้งานมากยิ่งขึ้น

2. ธนาคารหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของนวัตกรรมด้านความเข้ากันได้ เพื่อให้สามารถพัฒนาปรับปรุง แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย ได้ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยมุ่งเน้นประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย มีความเข้ากันได้กับการใช้ชีวิตประจำวันของลูกค้า ทำสามารถบริหารจัดการการเงินได้โดยไม่กระทบกับการทำงานหรือการใช้ชีวิตประจำวัน ในด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ และด้านสามารถสังเกตได้ ช่วยให้ลูกค้าได้รับความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย สามารถใช้ทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอตามความต้องการ เมื่อเปรียบเทียบกับที่ต้องเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารด้วยตนเอง ช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าให้มากขึ้น และด้านสามารถทดลองใช้ได้ ควรจัดทำคู่มือการใช้งานแบบฉบับย่อ หรือวีดิโอออนไลน์ในการสาธิตการใช้งาน เพื่อให้ลูกค้า

สามารถนำไปประกอบการทดลองใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. เอ-โมบาย ได้ด้วยตนเอง เพื่อลดความกดดันต่อลูกค้า ให้มีเวลาในการทดลองใช้อย่างอิสระได้

เอกสารอ้างอิง

- กฤษสิริ รื่นรมย์. (2558). *การวิจัยการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). *บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่*. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/ps_quarterly_report/Payment%20Systems%20Insight/PS_%20Insight_2014Q.pdf
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2562). รายงานผลการดำเนินงาน. สืบค้นจาก http://www.baac.or.th/index.php?cover_page=1
- นภนันทน์ หอมสุต และนิภาพร กลิ่นระรื่น. (2560). *ปัจจัยด้านการยอมรับนวัตกรรมของแอปพลิเคชัน Food Panda ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้ใช้แอปพลิเคชัน Food Panda ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- วัชรพล คงเจริญ. (2557). *ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- วิยะดา ไทยเกิด. (2557). *ลักษณะการยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักออนไลน์ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการจองที่พักออนไลน์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- สิทธิณัฐ บัวขจร. (2556). *ลักษณะของบุคคลและนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันบนระบบปฏิบัติการไอโอเอสของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).