

**การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB All) ของ
กลุ่มลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตเชียงใหม่**

**Attitudes and Behaviors on Mobile Application Banking (GHB All) Service Using of the
Government Housing Bank Clientele in Chiang Mai**

พัชรนัญชัย เจริญรัตน์

บทคัดย่อ

การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB All) ของกลุ่มลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการและทัศนคติต่อ Mobile Application (GHB ALL) และหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมในการใช้งาน และการเปรียบเทียบทัศนคติต่อ Mobile Application Banking (GHB ALL) จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 610 คน เป็นเพศชาย และเป็นเพศหญิงสัดส่วนเท่าๆ กัน ส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด อายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจและพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ระหว่าง 20,000-40,000 บาทต่อเดือน มีการใช้งาน Mobile Application Banking (GHB All) 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ในช่วงเวลา 21.00-22.00 น. โดยใช้บริการโอนเงิน ติดตามข้อมูลข่าวสาร สอบถามยอดและขอรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีกับทางธนาคาร ได้รับข้อมูลและรู้จัก Mobile Application Banking (GHB All) ผ่านการแนะนำของพนักงานธนาคาร การวัดทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความสะดวก ด้านความถูกต้อง ด้านความปลอดภัย ด้านขั้นตอน การใช้งาน และด้านภาพลักษณ์การใช้งาน Mobile Application (GHB ALL) ซึ่งมีผลการวัดทัศนคติอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการ Mobile Application (GHB ALL) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ : ทัศนคติ , พฤติกรรมการใช้บริการ

Abstract

This study aimed o: 1) explore behaviors on service using and attitudes towards Mobile Application (GHB All); 2) find relationships between personal factors and usage behaviors; and 3) compare the attitudes towards Mobile Application Banking (GHB All) based on usage behaviors of sample group consisted of 610 clienteles.

Results of the study revealed that there was an equal number of male and female clientele of the bank. Most of them were single, 31-40 years old, and bachelor's degree graduates. Their occupation included government official, state enterprise employee and private company employee with a monthly income range of 20,000-40,000 baht. The sample group used Mobile Application Banking (GHB All) service once to twice per week and during 9-10 p.m. This involved money transfer service, data/information update, the bank balance inquiry and account statement. They perceived data and knew about Mobile Application Banking (GHB All) through recommendations of personnel of the bank. The measurement of attitudes towards usage behaviors comprised 5 aspects: convenience, correctness, safety, usage behavior and Mobile Application (GHB All) using image which were found at a high level of all aspects. For the hypothesis testing, there was a statistically significant relationship at 0.05 between the frequency of Mobile Applications (GHB All) using and the following : sex, age, educational attainment, occupation, and monthly income.

Keywords: attitude, Behaviors

บทนำ

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ ในสังกัดกระทรวงการคลังสถาปนาขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารอาคารสงเคราะห์ พ.ศ.2496 เพื่อเป็นสถาบันการเงินหลักของรัฐบาลในการสนับสนุนให้ประชาชน โดยเฉพาะผู้มีรายได้น้อยและปานกลาง ได้มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง รวมทั้งเป็นกลไกของรัฐบาลที่ช่วยสนับสนุนในการเจริญเติบโตของภาคอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจโดยรวมของประเทศ โดยธนาคารอาคารสงเคราะห์ได้ก่อตั้งมาเป็นระยะเวลา 67 ปี ที่ผ่านมามาธนาคารได้พัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่องจนได้ก้าวขึ้นสู่การเป็นสถาบันการเงินชั้นนำในการให้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยเพื่อให้สามารถเข้าถึงทุกความต้องการของลูกค้าทุกระดับ ภายใต้แนวคิดสำคัญในการพัฒนาองค์กร โดยการก้าวสู่ Digital Banking ด้วยการสร้างนวัตกรรมดิจิทัล ที่สามารถช่วยให้คนไทยได้รับบริการอย่างสะดวกสบายมากที่สุด

ปัจจุบันหลายองค์กรทั้งในและต่างประเทศได้นำเอาเทคโนโลยีไปช่วยในการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทำงานในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะองค์กรด้านการเงินและการธนาคารในรูปแบบของการบริการออนไลน์ (Online/Digital Services) คือสถาบันการเงินในยุคดิจิทัล (2559) กระแสโลกออนไลน์ได้สร้างการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคในการทำธุรกรรมการเงิน นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในโลกการเงินได้ส่งผลให้เกิดรูปแบบการให้บริการทางการเงินต่างๆ ที่อำนวยความสะดวกและตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ The Bangkok insight Editorial Team กล่าวว่าในปี 2020 การย้ายฐานจากเศรษฐกิจออฟไลน์เข้าสู่เศรษฐกิจออนไลน์เกิดขึ้นเร็วกว่าที่คาดการณ์ไว้ การเปลี่ยนแปลงที่ควร

จะเกิดขึ้นภายใน 2-3 ปี วันนี้ได้เกิดขึ้นในครั้งเดียวจากที่คาดว่าจะเกิดในปี 2025 โดยเฉพาะการทำธุรกรรมทางการเงินสมัยใหม่ที่สามารถทำธุรกรรมการเงินได้ทุกที่ ทุกเวลา รวดเร็วและสะดวกสบายผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต เป็นต้น โดยผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะใช้บริการดิจิทัลแบงก์กิ้ง (Digital Banking) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการใช้บริการ Internet Banking และ Mobile Banking เพราะสะดวกสบายกว่า และสามารถทำธุรกรรมได้อย่างรวดเร็วตลอดเวลาด้วยตนเอง โดยไม่ต้องไปที่สาขาของธนาคารธนาคารอาคารสงเคราะห์ เป็นสถาบันการเงินของรัฐบาลอีกแห่งที่มีการตื่นตัวและพัฒนารูปแบบการให้บริการด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อมุ่งเน้นตอบสนองการให้บริการต่อกลุ่มลูกค้าที่มีพฤติกรรมในการทำธุรกรรมทางการเงินที่เปลี่ยนไป โดยมีการสร้างแอปพลิเคชันที่นำเอาเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้กับงานบริการ รวมถึงการดูแลระบบสารสนเทศ เพื่อเป็นการพัฒนาขีดความสามารถด้านบริการของธนาคารทำให้เกิด Mobile Application : GHB ALL แอปพลิเคชันที่รวมทุกบริการของ ธอส. ไว้ในมือถือลูกค้า ซึ่งแอปพลิเคชันถูกออกแบบมาจากความต้องการของลูกค้ามาจัดทำเป็นฟังก์ชันการใช้งานที่จำเป็นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าได้อย่างครบวงจร อาทิ การชำระเงินกู้, โอนเงินภายในและต่างธนาคาร, ดูใบเสร็จค่าบ้าน, ขอ Statement เงินฝาก, ชื้อสลากออมทรัพย์ ธอส. และ เปิดบัญชีเงินฝาก ซึ่งเป็นการทำธุรกรรมผ่านดิจิทัลได้ง่ายๆ เหมือนยกสาขา ธอส. มาไว้ในมือคุณ

ดังนั้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB All) ของกลุ่มลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตเชียงใหม่ เพื่อเป็นประโยชน์ที่จะสามารถทำให้ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตเชียงใหม่ จะได้นำไปพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการและการให้บริการของธนาคาร เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของธนาคารทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งจะนำไปสู่การเติบโตของธุรกิจธนาคารอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาทัศนคติต่อ Mobile Application (GHB ALL) ของกลุ่มลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตเชียงใหม่
- 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ของกลุ่มลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตเชียงใหม่
- 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมในการใช้งาน Mobile Application Banking (GHB ALL) ของกลุ่มลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตเชียงใหม่
- 4 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติต่อ Mobile Application Banking (GHB ALL) จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ ของกลุ่มลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตเชียงใหม่

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Application (GHB ALL) ของกลุ่มลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตเชียงใหม่

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้บริการ Mobile Application (GHB ALL) ของกลุ่มลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตเชียงใหม่ ต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตเชียงใหม่ ที่เคยใช้ Mobile Application Banking (GHB All) จำนวน 6 สาขา

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้คือ ลูกค้าที่ใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB All) ของกลุ่มลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตเชียงใหม่ โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างตามความสะดวกใช้สูตรการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ทราบจำนวนประชากร คือ 18,757 ราย ข้อมูล ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2563 โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างคำนวณจากสูตรของ Yamane (1973)) จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 392 ตัวอย่าง และเพื่อต้องการกลุ่มตัวอย่างที่เพียงพอ ผู้วิจัยได้เพิ่มกลุ่มตัวอย่างในการทำแบบสอบถาม ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้อย่างน้อย 610 ตัวอย่าง

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีเครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ แบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้ Mobile Application Banking (GHB All) ของกลุ่มลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ประเภทของรายการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB All) ของกลุ่มลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 อุปสรรคและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการของธนาคารในช่วงเวลาปกติและหลังสถานการณ์โควิด-19 บรรเทา ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่

เพื่อจัดกิจกรรมนอกสถานที่ร่วมกับแผนกอื่นของธนาคาร และได้เก็บแบบสอบถามจากลูกค้าธนาคารที่มาติดต่อขอข้อมูลระหว่างที่จัดกิจกรรมนอกสถานที่ ก่อนเก็บแบบสอบถามผู้วิจัยได้อธิบายวัตถุประสงค์และแนะนำวิธีทำแบบสอบถามก่อนที่กลุ่มตัวอย่างจะเริ่มทำ จากนั้นได้มีการเก็บรวบรวมมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานด้วยโปรแกรมทางสถิติ

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 610 คน เป็นเพศชาย และเป็นเพศหญิงสัดส่วนเท่าๆ กันส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด รองลงมาสถานภาพสมรสแล้ว มีอายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ระหว่าง 15,001-25,000 บาทต่อเดือน

พฤติกรรมการใช้งาน Mobile Application Banking (GHB All) ของกลุ่มลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ใช้งาน 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มักจะใช้บริการในช่วง 21.00-22.00 น. และช่วง 9.00-12.00 น. โดยใช้ทำธุรกรรมการเงินพื้นฐานและการซื้อขายออนไลน์ ได้รับข้อมูลและรู้จัก Mobile Application Banking (GHB All) ผ่านการแนะนำของพนักงานธนาคาร และผ่านการแนะนำจากเพื่อนประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ คือการโอนเงินมีความถี่มากที่สุด รองลงมาคือใช้ติดตามข้อมูลข่าวสาร สอบถามยอดและขอรายการเคลื่อนไหวทางบัญชี

ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ด้านความสะดวก ด้านความถูกต้อง ด้านความปลอดภัย ด้านขั้นตอน การใช้งาน และด้านภาพลักษณ์การใช้งาน Mobile Application (GHB ALL) ของกลุ่มลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตเชียงใหม่ อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน

ในส่วนของการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยต้องการศึกษาว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการ Mobile Application (GHB ALL) ของกลุ่มลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตเชียงใหม่ หรือไม่ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการ Mobile Application (GHB ALL) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ผู้วิจัยทดสอบว่าพฤติกรรมการใช้บริการ (ช่วงเวลาการใช้งาน) มีผลต่อทัศนคติ การใช้บริการ Mobile Application (GHB ALL) หรือไม่ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการมีผลต่อทัศนคติด้านภาพลักษณ์ของกลุ่มลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตเชียงใหม่ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ปัจจุบันหลายองค์กรทั้งในและต่างประเทศได้นำเอาเทคโนโลยีไปช่วยในการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทำงานในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะองค์กรด้านการเงินและการธนาคารในรูปแบบของการบริการออนไลน์ (Online/Digital Services) ส่งผลให้เกิดรูปแบบการให้บริการทางการเงินต่างๆ ที่อำนวยความสะดวกและตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ The Bangkok insight Editorial Team กล่าวว่าในปี 2020 การย้ายฐานจากเศรษฐกิจออฟไลน์เข้าสู่เศรษฐกิจออนไลน์เกิดขึ้นเร็วกว่าที่คาดการณ์ไว้ โดยเฉพาะการทำธุรกรรมทางการเงินสมัยใหม่ที่สามารถทำธุรกรรมการเงินได้ทุกที่ ทุกเวลา รวดเร็วและสะดวกสบายผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต เป็นต้น โดยผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะใช้บริการ Internet Banking และ Mobile Banking เพราะสะดวกสบายกว่า และสามารถทำธุรกรรมได้อย่างรวดเร็วตลอดเวลาด้วยตนเอง โดยไม่ต้องไปที่สาขาของธนาคาร

การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB All) ของกลุ่มลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ เขตเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดทุกด้าน สอดคล้องกับข้อมูลสถิติธุรกรรมการชำระเงินของ ธนาคารแห่งประเทศไทย ปี 2553-2558 พบว่าทั้งปริมาณ และมูลค่าการชำระเงินผ่านทางเครือข่าย (e-Payment) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในด้านปริมาณการชำระเงิน ทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) เช่นเดียวกับ ปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ (2559) พบว่า ปริมาณการทำธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile Banking มีอัตราการเติบโตร้อยละ 126.90 เนื่องจากสามารถตอบโจทย์ ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ในการทำธุรกรรมได้ง่าย รวดเร็ว ทุกที่และทุกเวลา นอกจากนี้การเติบโตของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ทำให้ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันของสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตเพิ่มมากขึ้น การใช้งานสะดวกสบายและง่าย ทำให้โอกาสในการชำระเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการผ่านสมาร์ทโฟนมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ฉะนั้นการสำรวจทัศนคติของผู้ใช้บริการครั้งนี้จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความสะดวก ความถูกต้อง ความปลอดภัย ขั้นตอนการใช้งานและภาพลักษณ์ พบว่าผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีในระดับมากและมากที่สุด แต่ขณะเดียวกัน ยังมีผู้ใช้บริการบางกลุ่มยังมีทัศนคติที่อยู่ในระดับน้อยที่สุดและน้อย ซึ่งเป็นจุดที่ธนาคารต้องเร่งหาสาเหตุของทัศนคติที่ค่อนข้างไปทางน้อยว่ามีจุดบกพร่องตรงจุดใด แล้วแก้ไขปรับปรุงไปที่ละประเด็น ยกตัวอย่างเช่น การเพิ่มขนาดตัวอักษรสำหรับผู้บริการได้เลือกใช้นาฬิกาที่เหมาะสมกับตนเอง ดังที่วิษณุพล เกตุชัย โกศล (2559) ได้ศึกษาว่าปัจจุบันสมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตเป็นอุปกรณ์หนึ่งที่นิยม และส่วนใหญ่จะมีไว้เพื่อใช้งานในชีวิตประจำวัน แต่สำหรับผู้สูงอายุนั้นจะมีสายตาที่ไม่เหมือนกับคนปกติซึ่งจะมีการมองเห็นที่แตกต่างออกไป ในส่วนของการใช้งานแอปพลิเคชันต่าง ๆ นั้นผู้ออกแบบส่วนใหญ่ไม่ได้ออกแบบมาให้ผู้สูงอายุใช้โดยเฉพาะ ซึ่งทำให้ผู้สูงอายุมีการกดปุ่มที่ผิดพลาด หรือมองไม่เห็นสิ่งที่ชัดเจน และมองว่าการใช้แอปพลิเคชันยุ่งยากไม่สะดวก ข้อเสนอแนะการออกแบบการใช้งานหน้าจอที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุจะมีการแบ่งออกเป็นส่วนของพื้นหลังที่มีสีพื้นหลังสบายตา และขนาดของตัวอักษรที่ควรมีความเหมาะสมในการใช้งาน ไม่เล็กหรือ ใหญ่จนเกินไป รวมถึงรูปแบบตัวอักษรที่เป็นมาตรฐาน ด้านความปลอดภัยที่

ผู้ใช้บริการมีทัศนคติในระดับมากถึงมากที่สุด ดังที่ นิภาพร แสงทวีและสมนึก พ่วงพรพิทักษ์ (2017) ศึกษาว่า Mobile Banking (m-banking) เป็นบริการธนาคารออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ซึ่งเป็นทางเลือกที่ต่างจากระบบธนาคารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (i-banking) ซึ่งใช้โปรแกรมเว็บแอปพลิเคชันผ่านเบราว์เซอร์ เมื่อเทียบกันแล้วแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนมีความปลอดภัยและมั่นคงมากกว่า มีบริการต่างๆ ที่ตอบโจทย์ ใช้งานง่าย พกพาสะดวกได้ทุกที่และแอปพลิเคชันจะมีเทคนิควิธีการด้านความมั่นคงหลายอย่าง ซึ่งทำให้ระบบมีความมั่นคงมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการส่งเสริมและจูงใจให้ลูกค้าของธนาคารอาคารสงเคราะห์มาใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB All)
2. การประชาสัมพันธ์บริการต่างๆ ของ Mobile Application Banking (GHB All) ต้องเข้าถึงลูกค้าทุกคนอย่างทั่วถึง
3. ควรเพิ่มบริการ Chat bot ใน Mobile Application Banking (GHB All) เพื่อสื่อสารข้อมูลและตอบคำถามผู้ใช้บริการอย่างรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะของการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาพฤติกรรมเชิงลึกในประเด็นที่ผู้ใช้บริการมีทัศนคติต่อการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB All) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยเนื่องจากในทางปฏิบัติองค์กรต้องการให้ลูกค้ามีทัศนคติและความพึงพอใจสูงสุด
2. การเปลี่ยนพฤติกรรมลูกค้าของธนาคารให้มาใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB All) ทั้งหมด

เอกสารอ้างอิง

- อภิชาติ เทศสวัสดิ์วงศ์ (2553) ทักษะคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พรพรรณ ช่างงานเนียม (2553) ทำการศึกษาเรื่อง ลักษณะบุคคล ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของลูกค้าธนาคารในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรรณพร หวลมานพ (2558) พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท.
- สุพาดา สิริกุดตา, วลัยลักษณ์ อัครธีรวงศ์ 2546 สถิติธุรกิจ = Business statistics กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ธรรมสาร
- The Bangkok insight Editorial Team 2564. “เจาะลึก 10 เทรนด์พฤติกรรมผู้บริโภค ยุคดิจิทัลในอนาคต เกิดขึ้นไวกว่าคาดถึง 5 ปี” ระบบออนไลน์ แหล่งที่มา <https://www.thebangkokinsight.com/416756/> (25 มีนาคม 2564)
- ธนาคารแห่งประเทศไทย 2561 ธุรกรรมภาพรวมระบบการชำระเงิน. ระบบออนไลน์ แหล่งที่มา <https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/Pages/StatPaymentTransactions.aspx> (25 มีนาคม 2564)
- ปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ. (2559). สถาบันการเงินในยุคดิจิทัล. ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจและเศรษฐกิจฐานราก ธนาคารออมสิน. สืบค้นเมื่อ 28 พฤศจิกายน 2560, สืบค้นจาก https://www.gsb.or.th/getattachment/8d7a5d95-b808-49b4-a871-7f985f1f7d38/2IN_hotissue_Digital_bank_detail.aspx
- กวีพล การเจริญดี (2561) พฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MYMO BY GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยแม่โจ้