

การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อ  
การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดนนทบุรี

นางสาวพรทิพย์ บ้างแสงนุรัตน์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงเรื่อง การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดนนทบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้ำที่ใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

Regression Analysis

ผลการวิจัย

- 1.ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สถานภาพโสด Gen Y 2523-2540 อาชีพพนักงานเอกชน ระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี รายได้ 10,001-30,000บาท/เดือน
- 2.ความพึงพอใจด้านคุณภาพของการใช้งานแอปพลิเคชันธ.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ( $\bar{X} = 4.444$ , S.D. = .5701) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 4.560$ , S.D. = .6183)
- 3.ความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ( $\bar{X} = 4.436$ , S.D. =

.5832) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความถูกต้องแม่นยำ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{x} = 4.513$ , S.D. = .6449)

4.การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่าระดับการศึกษา รายได้ อายุ มีผลที่ไม่แตกต่างกันในความพึงพอใจของการใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตจังหวัดนนทบุรี

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.เพื่อศึกษาการใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดนนทบุรี

2.เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดนนทบุรี

คำสำคัญ : แอปพลิเคชันธ.ก.ส.A-Mobile,ความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน

## ABSTRACT

This research aims to study the subject. Satisfaction survey of users of the BAAC A-Mobile application of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives in Nonthaburi Province The sample group used in the research was 400 customers who used the BAAC A-Mobile application using a questionnaire as a tool to collect data. The statistics used in the data analysis were percentage, mean, standard deviation. and the correlation coefficient Regression Analysis

### Research results

1. Most of the respondents were male, single status Gen Y 1980-1997, occupation, private employees, education level Postgraduate income 10,001-30,000 baht/month
2. Satisfaction with the quality of using the BAAC A-Mobile application of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives in Nonthaburi Province Overall, it was at a highly agreeable level ( $\bar{x} = 4.444$ , S.D. = .5701). When considering each aspect, it was found that the behavioral aspect had the highest mean ( $\bar{x} = 4.560$ , S.D. = .6183).
3. Satisfaction in using the BAAC A-Mobile application of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives in Nonthaburi Province Overall, it was at the agreed level ( $\bar{x} = 4.436$ , S.D. = .5832). accuracy has the highest mean ( $\bar{x} = 4.513$ , S.D. = .6449).
4. Data analysis to test hypotheses It was found that the level of education, income, age had no difference in the satisfaction of using the application. BAAC A-Mobile of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives in Nonthaburi Province

Keywords: BAAC A-Mobile application, satisfaction in using the application

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันได้มีการสื่อสารแบบไร้พรมแดน ได้ค้นพบว่า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบสมาร์ทโฟน คือสิ่งจำเป็นสำหรับผู้บริโภคที่ต้องมีไว้สำหรับการติดต่อสื่อสาร เป็นช่องทางระหว่างตราสินค้ากับผู้บริโภค ที่เรียกว่า โมบายมาร์เก็ต เพราะเป็นช่องทางที่สามารถเข้าสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจง และสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี สถาบันการเงินในปัจจุบันได้มีการปรับตัว เพื่อรองรับการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านช่องทางทำให้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ด้วยตนเอง เป็นผลทำให้สถาบันทางการเงินเริ่มปรับรูปแบบการให้บริการผ่านทางสาขาเป็นรูปแบบการใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน คือ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ได้มีการส่งเสริมให้ลูกค้าเปลี่ยนพฤติกรรมในการทำธุรกรรมทางการเงินมาใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง ที่เรียกว่า ธ.ก.ส. A-Mobile โดยเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและเริ่มเปลี่ยนมาใช้บริการ ลักษณะของการให้บริการ อาทิเช่น ดูรายการย้อนหลัง การสอบถามยอดเงินคงเหลือ การโอนเงิน การชำระค่าสินค้าและบริการ ซื้อสลากออมทรัพย์ ตรวจสอบงวดสลากออมทรัพย์ การถอนเงินไม่ใช้บัตร เป็นต้น ในอนาคตการให้บริการของธนาคารนั้นสามารถพัฒนาลักษณะบริการที่มีหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการในการใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น จากการให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile ทำให้เกิดความรวดเร็วและความสะดวกสบายในการทำธุรกรรมทางการเงินและประหยัดทรัพยากร แต่ในปัจจุบันการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือก็ยังมีข้อจำกัดและมีปัญหาในการใช้บริการ เช่น ความไม่มั่นใจในการทำธุรกรรมทางการเงินรวมถึงศักยภาพของระบบรักษาความปลอดภัยและขั้นตอนในการให้บริการ การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือมีหลายขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การสมัครใช้งานแอปพลิเคชันจนถึงขั้นตอนการเข้าใช้งาน และบางระบบต้องมีการเชื่อมต่อกับทางอินเทอร์เน็ตบนมือถือก่อนการใช้งาน จึงทำให้มีขั้นตอนที่ยุ่งยากและมีความซับซ้อน อีกทั้งจำนวนบัญชีธนาคารที่สามารถผูกกับระบบโทรศัพท์มือถือมีจำนวนจำกัด เนื่องจากระบบยังไม่เสถียรเพียงพอเมื่อเทียบกับความต้องการของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile จากข้อจำกัดและปัญหาในการใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือจึงอาจเป็นผลให้บริการนี้ไม่เป็นที่นิยมมากนัก

ดังนั้นในยุคปัจจุบันสภาพการแข่งขันในระบบธนาคารและสถาบันการเงินต่างๆมีความรุนแรงที่มากขึ้น ธนาคารหลายสถาบันได้มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทั้ง ในด้านผลิตภัณฑ์และด้านการให้บริการเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลายและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้อย่างทันทั่วถึง

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในฐานะธนาคารของรัฐวิสาหกิจที่ต้องมีการตอบสนองความต้องการทางการเงินเพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจจึงเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าได้มีโอกาสเลือกใช้บริการในกระบวนการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การดำเนินงานของธนาคาร แอปพลิเคชันนับเป็นสิ่งที่สำคัญ โดยเฉพาะด้านการให้บริการและการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของธนาคารโดยตรงทั้งนี้เพื่อรักษารฐานลูกค้าและเพิ่มจำนวนลูกค้าของธนาคารให้คงอยู่และเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต

จากสาเหตุดังที่กล่าวมาแล้วนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาถึงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยเก็บข้อมูลในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรีที่สามารถช่วยในการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้และรับบริการในส่วนใดที่เป็นที่พึงพอใจจนทำให้เกิดการซื้ออย่างต่อเนื่อง เป็นแนวทางในการวางแผนการให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile ที่เหมาะสมต่อไปในอนาคต และยังสามารถใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงานและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น

### **วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1. เพื่อศึกษาการใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดนนทบุรี

### **สมมติฐานของการศึกษา**

1. ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน
2. ลูกค้าที่มีการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน
3. ลูกค้าที่มีรายได้ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน

## ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยมุ่งศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยมีการกำหนดตัวแปรในการศึกษาดังนี้

1.ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เพศ สถานภาพ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย 1. ด้านการบริการ 2. ด้านความปลอดภัย 3. ด้านคุณภาพ

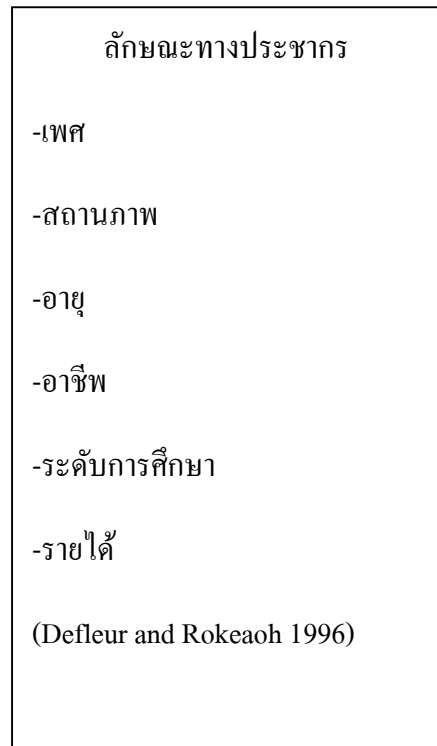
## ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรทั่วไปผู้ที่ใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดนนทบุรี ผ่านทางออนไลน์ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรทั้งหมดที่มี จึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และมีค่าความคลาดเคลื่อนที่คาดว่าจะยอมรับได้อีกร้อยละ 5 ดังนั้น จึงได้ขนาดประชากรที่เป็นลูกค้ำที่มาใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดนนทบุรี เป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง และเก็บข้อมูลทางออนไลน์โดยใช้ Google Form

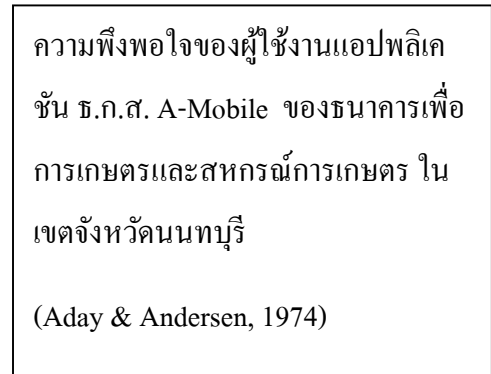
ระยะเวลาในการศึกษา ในช่วงระหว่างเดือนสิงหาคม ถึง ธันวาคม พ.ศ.2564

## กรอบแนวคิดวิจัย

### ตัวแปรอิสระ (Independent variables)



### ตัวแปรตาม (dependent variables)



## วิธีการดำเนินงาน

การวิจัยเรื่อง “การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ช.ก.ศ. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดนนทบุรี” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้การศึกษาและรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์(Google Form) ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานแอปพลิเคชัน ช.ก.ศ. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตจังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา รายได้

**ส่วนที่ 2** แบบวัดเกี่ยวกับ ข้อมูลการใช้งานแอปพลิเคชัน ช.ก.ศ. A-Mobile

**ส่วนที่ 3** แบบวัดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน ช.ก.ศ. A-Mobile

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ทดสอบความแตกต่างหรือความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ Independent Sampling T-Test, Oneway ANOVA (F-Test), Regression Analysis

## ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน ช.ก.ศ. ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดนนทบุรีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เพศชาย จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51 มีสถานภาพโสด จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 มีอายุ Gen Y 2523-2540 จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 มีอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 มีระดับการศึกษา อยู่ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 71.3 มีรายได้/เดือน คือ 10,001-30,000 บาท จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74 มูลค่าการทำธุรกรรมต่อครั้งต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 มีความถี่ในการทำธุรกรรมมากที่สุด 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 มีการใช้ธุรกรรม ธุรายการย้อนหลัง/ถามยอดเงินคงเหลือมากที่สุด จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0

การวิเคราะห์ข้อมูล ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการใช้บริการแอปพลิเคชัน ช.ก.ศ. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับ เห็นด้วย (



$\bar{X}=4.444$ , S.D. = .5701) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ระบบปลอดภัยในการใช้บริการ ( $\bar{X}=4.560$ , S.D. = .6183) ในลำดับต่อมา คือ ระบบใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน ( $\bar{X}=4.488$ , S.D. = .6449) ในลำดับต่อมา ไม่มีข้อผิดพลาดหรือบกพร่อง ( $\bar{X}=4.403$ , S.D. = .6607) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เทคโนโลยีที่ใช้มีความทันสมัย ( $\bar{X}=4.327$ , S.D. = .7152)

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็น เห็นด้วย ( $\bar{X}=4.436$ , S.D. = .5832) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ระบบมีความถูกต้องแม่นยำ ( $\bar{X}=4.513$ , S.D. = .6449) ในลำดับต่อมา พึงพอใจในความปลอดภัยในระบบ ( $\bar{X}=4.427$ , S.D. = .6409) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ พึงพอใจในความสะดวกรวดเร็ว ( $\bar{X}=4.367$ , S.D. = .7097)

การรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สำหรับการวิเคราะห์สมมติฐานทั้ง 3 ข้อ ดังนี้

1. ลูกค้ำที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน พบว่า อายุต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ลูกค้ำที่มีการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน พบว่า มีนัยสำคัญเท่ากับ 0.449 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญที่  $\alpha = 0.05$  ในการทดสอบจึง ยอมรับ  $H_0$  แสดงว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจ

3. ลูกค้ำที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยพบว่า เมื่อพิจารณาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็น เห็นด้วย ( $\bar{X}=4.436$ , S.D. = .5832) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ระบบมีความถูกต้องแม่นยำ ( $\bar{X}=4.513$ , S.D. = .6449) ในลำดับต่อมา พึงพอใจในความปลอดภัยในระบบ ( $\bar{X}=4.427$ , S.D. = .6409) และ

ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ พอใจในความสะดวกรวดเร็ว ( $\bar{X} = 4.367$ , S.D. = .7097) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภรัตน์ ฉาววรินทร์ (2560) ได้ศึกษา ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อการใช้ออปพลิเคชัน KTB netbank ของผู้รับบริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ความคาดหวังด้านความปลอดภัยและด้านความสะดวกรวดเร็วมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระยะเวลาที่เคยใช้บริการแอปพลิเคชัน KTB netbank ส่วนความคาดหวังด้านความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์ทางบวกทั้งกับความถี่ในการใช้ต่อเนื่องกับระยะเวลาที่เคยใช้บริการแอปพลิเคชัน KTB netbank ระยะเวลาที่เคยใช้บริการแอปพลิเคชัน KTB netbank มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจที่มีต่อการใช้ออปพลิเคชัน KTB netbank ทั้งด้านความปลอดภัย ด้านความสะดวกรวดเร็ว และด้านความน่าเชื่อถือผู้รับบริการมีความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจที่มีต่อการใช้ออปพลิเคชัน KTB netbank ทั้งในด้านความสะดวกรวดเร็ว และด้านความน่าเชื่อถือ แต่ผู้รับบริการมีความคาดหวังไม่แตกต่างกับความพึงพอใจที่มีต่อการใช้ออปพลิเคชัน KTB netbank ในด้านความปลอดภัย และ จิตินันท์ พันธุ์วงษ์ราษฎร์ (2561) ได้ทำการศึกษา การรับรู้แอปพลิเคชันทฤษฎี การใช้งาน และความพึงพอใจที่มีผลต่อความภักดีของตราสินค้า พบว่า ในด้านการรับรู้แอปพลิเคชันจากโฆษณา กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้จากเฟซบุ๊กมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.10$ , S.D. = 0.89) อยู่ในระดับมาก ด้านการประชาสัมพันธ์มีการรับรู้โดยคุณ โป๊ป ชนวรรณ วรธนะภูติเป็นฟรีเซ็นเตอร์มากที่สุด ( $\bar{X} = 4.19$ , S.D. = 0.09) อยู่ในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจในแอปพลิเคชันมีความพึงพอใจด้านการออกแบบมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.36$ , S.D. = 0.25) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือการตอบสนองการใช้งาน ( $\bar{X} = 4.24$ , S.D. = 0.34) อยู่ในระดับมากที่สุด และความภักดีต่อตราสินค้าทฤษฎี ด้านทัศนคติ นึกถึงตราสินค้าของทฤษฎีเป็นอันดับแรก ( $\bar{X} = 4.22$ , S.D. = 0.76) อยู่ในระดับมากที่สุด ความภักดีต่อตราสินค้าทฤษฎีด้านพฤติกรรมมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้สินค้า/บริการอื่น ๆ ของทฤษฎีด้วย ( $\bar{X} = 3.99$ , S.D. = 0.91) อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับทฤษฎี Defleur และ Bcll-Rokeach (1996 อ้างใน ปนัดดา จำปาทอง, 2553) ที่ได้อธิบายทฤษฎีกลุ่มสังคม หรือ Social Categories Theory ว่าพฤติกรรมของบุคคลเกี่ยวข้องกับลักษณะต่าง ๆ ของบุคคล หรือลักษณะทางประชากรซึ่งลักษณะเหล่านี้สามารถอธิบายเป็นกลุ่มๆ ได้ คือ บุคคลที่มีพฤติกรรมการแสดงออกในเรื่องต่างๆที่คล้ายคลึงกัน มักจะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน แต่สำหรับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล หรือ Individual Difference Theory ซึ่งได้รับการพัฒนามาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนอง (StimulusResponse) ได้นำมาประยุกต์ใช้ ได้อธิบายว่า บุคคลที่มีความแตกต่างกันในเรื่องของคุณลักษณะประชากร จะมีพฤติกรรมแสดงออกและความต้องการที่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับทฤษฎีของ (Aday & Andersen, 1974) ได้อธิบายว่า ทฤษฎีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขั้นพื้นฐานมีความเกี่ยวข้องกับความรู้สึกของผู้ใช้บนพื้นฐาน 6 ประการ ที่จะช่วยประเมินว่าระบบบริการได้มีการเข้าถึงผู้ใช้บริการ มีดังต่อไปนี้

1) ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (Convenience) จะส่งผลต่อความพึงพอใจ มี

รายละเอียด ดังนี้

- ระยะเวลาในการรอคอยก่อนที่จะได้รับบริการ (Office Waiting Time) ซึ่งไม่ควรให้ลูกค้ารอคอยเป็นเวลานาน จนลูกค้ารู้สึกเบื่อ

- มีการดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี หากลูกค้าแสดงถึงความต้องการให้มีการดูแล (Availability of Care When Needs) เช่น การขอข้อมูลเพิ่มเติม หรือลูกค้ามีข้อซักถาม เป็นต้น

- ในสถานบริการควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าระหว่างที่รอรับบริการ (Base of Getting to Care) เช่น มีที่นั่งรอ มีนิตยสารให้อ่าน มีน้ำดื่มบริการ เป็นต้น

2) การประสานงานของผู้ให้บริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง ระหว่างการให้บริการลูกค้า (Co-ordination) จะสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า ซึ่งแยกออกเป็น

- การให้บริการอย่างครบถ้วนครบทุกขั้นตอนเดียว โดยไม่ต้องให้ลูกค้าเสียเวลานานจนเกินความจำเป็น

- ผู้ที่ให้บริการ ต้องให้ความสนใจกับลูกค้า ให้คำแนะนำด้วยความจริงใจ

- ผู้ให้บริการต้องมีการติดตามผลการดำเนินงาน เช่น ติดตามว่าการให้บริการของ

และแจ้งกับลูกค้าทราบ เป็นต้น

3) ข้อมูล (Information) ที่ให้กับลูกค้าต้องมีความถูกต้องครบถ้วน ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับ ซึ่งก่อนที่ผู้ให้บริการจะส่งข้อมูลให้ลูกค้า ควรตรวจสอบความถูกต้อง เพราะมิฉะนั้น จะทำให้ลูกค้าเสียโอกาสและเสียเวลา

4) อหิยาศัยที่ดี (Courtesy) ของผู้ให้บริการ ต้องสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เช่น การแสดงความสนใจ พุดคุยเป็นกันเอง แสดงถึงความสนใจ และห่วงใยต่อลูกค้า เป็นต้น

5) คุณภาพของบริการ (Quality of Care) นั้นมีผลของความพึงพอใจลูกค้า การบริการที่ได้มาตรฐานที่ให้กับลูกค้า ต้องปฏิบัติตามที่ตกลงไว้ หรือทำให้ได้มากกว่า จึงจะถือว่าเป็นบริการที่มีคุณภาพ

6) ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ (Out of Pocket Cost) เมื่อลูกค้าจ่ายเพื่อซื้อบริการ ลูกค้าย่อม

มีคาดหวังว่าจะได้รับบริการที่ดี ถึงจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

## ข้อเสนอแนะ

แอปพลิเคชันช.ก.ส.A-Mobile จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้งานมากขึ้น ทางระบบธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ต้องมีการพัฒนาระบบให้มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าให้มากยิ่งขึ้นกว่าเดิม และพัฒนาระบบทางแอปพลิเคชันให้มีความรวดเร็วของระบบให้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม ซึ่งจากการสำรวจความพึงพอใจโดยรวมลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับที่มาก แต่หากต้องการยึดฐานลูกค้าให้มากยิ่งขึ้นและมีการเพิ่มฐานลูกค้าจึงควรดำเนินการพัฒนาระบบของแอปพลิเคชันให้เกิดความพึงพอใจกับผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม

## ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจการใช้งานแอปพลิเคชันช.ก.ส.A-Mobile โดยกำหนดตัวแปรอื่นที่นอกเหนือจากงานวิจัยในครั้งนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาระบบแอปพลิเคชันช.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นงานวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นเฉพาะผู้ใช้งานแอปพลิเคชันช.ก.ส.A-Mobile ในเขตจังหวัดนนทบุรี ดังนั้นควรขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างประเภทอื่น ที่อยู่ในกลุ่มงานบริการ เพราะมีความหลากหลายทางด้านความคิดเพื่อนำผลมาเปรียบเทียบว่า สอดคล้องหรือแตกต่างกันอย่างไร

## เอกสารอ้างอิง

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์.(2551).*จิตวิทยาการบริการ*.กรุงเทพฯ:ซีเอ็ดยูเคชั่น

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2548).*การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร : คณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธา. 2552. *การตลาดบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปณิศา ลัญจนานนท์. (2548). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: บิสิเนสเวิร์ด.

ปรมะ สตะเวทิน. *การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี(พิมพ์ครั้งที่2)*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์, 2541.

ปณิศา ลัญจนานนท์. (2548). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บริษัท ชรรมสาร จำกัด.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2549). *พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม* (พิมพ์ครั้งที่6). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Aday, L. A., & Andersen, R. A. (1974). Framework for the study of access to medical care. *Health Services Research*, 9(3), 208–220

DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. J. 1996. *Theories of mass communication*. London: Longman

Dewey John. (1975). *Moral Principles in Education*. London : Fever & Simons.

Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

Kotler, P. (2010). *Marketing management* (The Millennium ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple itemscale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal ofRetailing*, 64(1), 12–40.

Yamane. (1967). *Taro statistic: an introductory analysis*. New York: Harper & Row.

Millet, J. D. (1954). *Management in public service*. New York: McGraw-Hill.