

วารสารวิชาการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

Journal of Kanchanaburi Rajabhat University

ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564 ISSN 2286-7589



KRU

ISSN 2286-7589

สถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น
ที่เสริมสร้างพลังปัญญาของแผ่นดิน



วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี Journal of Kanchanaburi Rajabhat University

วารสารระดับชาติในฐานข้อมูลดัชนีวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 2 ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

คณะผู้จัดทำวารสาร

ที่ปรึกษา

ดร.ณรงค์เดช รัตนานนท์เสถียร

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

บรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.มนต์ชัย

เทียนทอง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.สมบัติ

กาญจนกิจ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ ดร.สุทัศน์

ยกส้าน

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ศาสตราจารย์ ดร.อภิชัย

พันธเสน

มหาวิทยาลัยรังสิต

ศาสตราจารย์ชวน

เพชรแก้ว

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

รองศาสตราจารย์ ดร.วาทินี

ชัยวัฒน์สิน

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์

สังข์รักษา

มหาวิทยาลัยศิลปากร

คณะกรรมการบริหารวารสาร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พจน์ย์

สุขขานา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ศักดิ์

รวมชมรัตน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพงษ์

จรัสโรจนกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุทัศน์

กัมณี

นางอัมพร ไชยศรี

ฝ่ายจัดการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพงษ์

จรัสโรจนกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุทัศน์

กัมณี

นางอัมพร ไชยศรี

นางสาวลำอังก์ ชูศรี

นายเรวัตตะ กิจจานุรักษ์

นางปัทมา ชัคติตรัย

นางวันวิสา ใบบัว

นางสาวปติตตา บุญอินทร์

นางสาวสุนันทา แก้วสอาด

มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี 70 หมู่ 4 ตำบลหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี รหัสไปรษณีย์ 71190

บทบรรณาธิการแถลง

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ถูกจัดอยู่ในศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 2 (พ.ศ.2563-2567) ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ก้าวสู่ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 (เดือนมกราคม – มิถุนายน 2564)

สถานการณ์ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา2019 (COVID-19) ดูเหมือนสถานการณ์จะดีขึ้น มีบางท่านได้รับการฉีดวัคซีนด้วยแล้ว แต่ก็ยังมีข่าวการระบาดให้เห็นตามพื้นที่ต่าง ๆ วารสารวิชาการเล่มนี้จึงนำเสนอบทความเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตและแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่นำมาใช้เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอน เรื่อง ความวิตกกังวลในการเรียนออนไลน์ในสถานการณ์แพร่กระจายเชื้อโควิด - 19 ของนิสิตสาขาพลศึกษา และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษา คณะครุศาสตร์ การพัฒนาการเรียนเอ็มเลิร์นนิ่งร่วมกับการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐาน

กองบรรณาธิการ ขอขอบคุณผู้เขียนบทความทุกท่านที่ส่งบทความมาให้พิจารณาตีพิมพ์ และขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านในการพิจารณาบทความที่ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงบทความให้ถูกต้อง และมีคุณภาพ ตลอดจนคณะผู้บริหารของมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ที่ให้การสนับสนุนการจัดทำวารสารวิชาการฯ และคณะผู้จัดทำวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

ศาสตราจารย์ ดร.มนต์ชัย เทียนทอง

บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความรับเชิญ	
อาการบกพร่องด้านความสามารถในการอ่าน และการคำนวณ	3
สุทัศน์ ยกส้าน	
บทความวิจัย	
ความวิตกกังวลในการเรียนออนไลน์ในสถานการณ์การแพร่กระจายเชื้อโควิด-19 ของนิสิตสาขาพลศึกษา	9
ลักขมี ฉิมวงศ์	
พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี	20
นฤมล อนันโท	
การพัฒนาบทเรียนเอ็มเลิร์นนิ่งร่วมกับการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐาน รายวิชาเทคโนโลยี (วิทยาการคำนวณ)	33
เรื่อง แนวคิดเชิงคำนวณ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนบางลี่วิทยา	
นพดล ผู้มีจรรยา และอาลาดา สุดใจดี	
ผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิธีการแบบเปิด ที่มีต่อความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์	45
เรื่อง พื้นที่ผิวและปริมาตร ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนประจวบวิทยาลัย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	
กิตติยา เกศเทศ และสุรวิรัตน์ อารีรักษ์สกุล ก้องโลก	
ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร	58
และสหกรณ์การเกษตร	
วรลักษณ์ เจริญผล สุพิศ ฤทธิแก้ว นิรนาท แก้วประเสริฐ ระฆังทอง นิยม กำลังดี และสมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์	
การตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ท ในอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี	73
ธัญชกร ภูติสวัฒนกุล และชินโสณ วิสิฐนิธิกิจจา	
การจัดการกากเปลือกเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ด้วยเทคโนโลยีแก๊สซิฟิเคชันกรณีศึกษา อำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์	84
พิทักษ์ คล้ายชม สิงห์เดช แดงจวง และพรทิพา พินัญญาพงษ์	
รูปแบบการจัดการองค์การแห่งความเป็นเลิศของโรงงานผู้ผลิตเสื้อกีฬาเพื่อส่งออก	98
ชาติชาย สิงห์เดช อิงอร ตันพันธ์ และสุธรรม พงศ์สำราญ	
ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร	112
ที่ได้รับรางวัล บิบ กูร์มอนด์ โดยมีชลินในกรุงเทพมหานคร	
เจนจิรา เพียรศิริภิญโญ และจอมขวัญ สุวรรณรักษ์	
คู่มือภาษาจีนเพื่อการบริการแก่นักท่องเที่ยวชาวจีน สำหรับผู้ให้บริการนวด ในสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ	123
ในเขตพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี	
ปภัสนร ไพบุลย์ธิตพรชัย สรินทิพย์ คงครินทร์ และคำพล โพธิ์นอก	
ฤทธิ์การต้านเชื้อจุลินทรีย์ของสารสกัดจากตะกิก	135
ศจิษฐา ประเสริฐกุล	
ชุดวงจรเรียงกระแสตรงแรงสูงแบบแรงดันสองเท่า 600 kV	147
สวัสด์ ยุคะลิ่ง สันติภาพ โคตรทะเล และปกรณ์ คุ่ยชูชีพ	

ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ATTITUDE AND BEHAVIOR OF USING BAAC A-MOBILE APPLICATION OF BANK FOR AGRICULTURE AND AGRICULTURAL COOPERATIVES' CUSTOMERS

Received: May 14,2020

Revised : July 29 ,2020

Accepted : September 23,2020

วรลักษณ์ เจริญผล¹⁾, สุพิศ ฤทธิ์แก้ว²⁾, นิรนาท แก้วประเสริฐ ระฆังทอง³⁾, นิยม กำลังดี⁴⁾, สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์⁵⁾

¹⁾ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

^{2, 4)} สำนักวิชาวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ³⁾ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์,

⁵⁾ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

Woralak Charoenphon¹⁾, Supit Ritkaew²⁾, Neeranat Kaewprasert Rakangthong³⁾, Niyom Kamlangdee⁴⁾, Somnuk Aujirapongpan⁵⁾

¹⁾ MBA Program, Walailak University, ^{2,4)} School of Science, Walailak University

³⁾ School of Management, Walailak University ⁵⁾ School of Management, Walailak University

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A – Mobile ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และระดับทัศนคติของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างลูกค้าของธนาคาร จำนวน 400 ตัวอย่าง ในเขตพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาพฤติกรรมพบว่า วัตถุประสงค์หลักในการสมัครใช้บริการ เนื่องจาก สะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา เพราะสามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ ทุกเวลา ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ คือ ตรวจสอบยอดคงเหลือทั้งเงินฝาก สินเชื่อ สลากออมทรัพย์ ผ่านบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์วิโชค มูลค่าการทำธุรกรรมเฉลี่ยต่อครั้งต่ำกว่า 5,000 บาท ความถี่ในการใช้บริการ 1 – 2 ครั้งต่อเดือน ช่วงเวลาในการใช้บริการ คือ เวลา 12.00 – 17.59 น. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการสมัครใช้บริการ คือ เจ้าหน้าที่ธนาคาร สาขาของธนาคารที่สมัครใช้บริการโดยส่วนใหญ่ คือ สาขาบ้านนาสาร จ.สุราษฎร์ธานี วิธีแก้ไขปัญหาในการใช้บริการ คือ ติดต่อสอบถามจากพนักงานประจำสาขาใกล้บ้าน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ ระยะเวลาในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A – Mobile 2) ระดับทัศนคติ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A – Mobile

คำสำคัญ : ทัศนคติ พฤติกรรมการใช้ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ABSTRACT

The objective of this research study was to study the relationship between behaviors of using BAAC A-Mobile application, demographic factors, and attitudes towards BAAC A-Mobile application among BAAC customers in Surat Thani Province. The sample of this study was 400 customers. In terms of behavior of using BAAC A-Mobile application, the main purpose of applying for the service was because it was convenient, fast and time-saving because the customers could conduct transactions via BAAC A-Mobile application anytime and anywhere. The most commonly used transactions were balance checking, loans, savings lottery via Taweechoke Savings Deposit Account. The average transaction value per time was less than 5,000 baht.

The frequency of using the services was once to twice per month. The most common time to use the services was 12.00 - 17:59 hrs. The persons influencing the registration for BAAC A-Mobile application were the branch bank staff. Most of the staff were stationed at Ban Na San branch, Surat Thani Province. The solution to problems from using the services was inquiring the bank staff stationed at a nearby branch.

The hypothesis testing results showed that 1) the demographic factors including gender, age, occupation, marital status, education level, income level, duration of service usage were related to the behaviors of using BAAC A-Mobile application; and 2) the attitudes towards the products, pricing, service channels, and physical characteristics, processes, promotions and personnel were related to the behaviors of using BAAC A-Mobile application.

Keywords : Attitude, Using Behavior, Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ดังนั้นเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทต่อประชาชน ในการใช้เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงข้อมูลในรูปแบบดิจิทัลเพื่อการติดต่อสื่อสารได้อย่างทั่วถึง สะดวก รวดเร็ว และหลากหลายช่องทาง จากผลการสำรวจของธนาคารแห่งประเทศไทยพบว่า การทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง สำหรับการเติบโตของจำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ Mobile Banking ณ สิ้นปี 2560 มีจำนวน

31.64 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 52 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2559 สอดคล้องกับปริมาณการทำธุรกรรม การชำระเงินผ่านบริการ Mobile Banking ณ สิ้นปี 2560 มีจำนวน 1,228.27 ล้านรายการ เพิ่มขึ้น ร้อยละ 110 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2559 และมูลค่ารายการการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking มีอัตราเพิ่มขึ้นถึง 8,997 พันล้านบาท ณ สิ้นปี 2560 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 68 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2559 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561) จากข้อมูลดังกล่าวมานี้ ทำให้เห็นถึงความสำคัญของการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญ

ในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ทางธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ได้เปิดตัวแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A - Mobile ที่เปลี่ยนการทำธุรกรรมทางการเงินให้เป็นเรื่องง่าย สะดวกและปลอดภัย สร้างความมั่นใจในการใช้บริการ ทุกที่ทุกเวลา ตลอด 24 ชั่วโมง ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ในยุคดิจิทัล รวมทั้งกลุ่มเกษตรกรลูกค้ารุ่นใหม่ หรือ Young Smart Farmer ที่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการทำธุรกรรมทางการเงินจากรูปแบบเดิมที่หน้าเคาน์เตอร์บริการของสาขาสู่การทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ผ่านสมาร์ตโฟน ตามแผนยุทธศาสตร์ของธนาคารที่มุ่งพัฒนาการให้บริการทางการเงินครบวงจรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่ที่ไม่เคยหยุดนิ่ง (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2561)

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นสาขาของธุรกิจธนาคารที่ให้ความสำคัญ และมีนโยบายในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการลูกค้า เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าภายใต้บริบทและสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน โดยได้พัฒนาแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A - Mobile เพื่อช่วยให้ลูกค้ามีความสะดวกสบายในการทำธุรกรรมทางการเงิน (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2561) โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าของ ธนาคาร ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกค้าเกษตรกร และยังมี ความสนใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันดังกล่าวค่อนข้างน้อย การศึกษาเรื่อง ทักษะและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A - Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตสุราษฎร์ธานี จึงช่วยในการค้นหาคำตอบเกี่ยวกับ ทักษะ และพฤติกรรมของลูกค้าธนาคาร ในการใช้บริการรูปแบบใหม่ แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A - Mobile

ของธนาคาร เพื่อได้ข้อมูลย้อนกลับ ไปใช้ในการกำหนดนโยบาย มาตรการส่งเสริม และปรับปรุงเทคโนโลยีให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าธนาคารต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A - Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาระดับทัศนคติของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตสุราษฎร์ธานี ที่มีต่อ แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A - Mobile
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคล ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A - Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตสุราษฎร์ธานี

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรที่เคยใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A - Mobile และมีภูมิลำเนาในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ที่เคยใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A - Mobile และมีภูมิลำเนาในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ 400 ตัวอย่าง ซึ่งขนาดของตัวอย่างที่ถูกกำหนดโดยหลักการที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน เนื่องจากจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (บุญธรรม

กิจปริตบาสสุทธี, 2543). โดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง โดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สามารถแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามคัดกรอง จำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด เลือกได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามประเมินความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A - Mobile ใช้เครื่องมือประเภทมาตราประมาณค่า (Rating scale) ของลิเคิร์ต (Likert) ซึ่งแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับจากน้อยไปมาก โดยระดับ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด ถึงระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว จำนวน 18 ข้อ

เมื่อทำการทดสอบสมมติฐานที่ 2 จากเดิมที่มีการแปลค่าเฉลี่ยสำหรับระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ผู้วิจัยได้ทำการยุบระดับเป็นการแปลผลเพียง 3 ระดับ โดยการหาค่าพิสัย คือ ค่าสูงสุดลบด้วยค่าต่ำสุด แล้วหารด้วยจำนวนช่วงที่ต้องการ เมื่อต้องการยุบให้ได้ช่วงคะแนน 3 ช่วงที่ห่างเท่า ๆ กัน แต่ละช่วงคะแนน นั่นคือ หาค่าพิสัย เท่ากับ $5 - 1 = 4$ และช่วง

ห่างเท่ากับ $4/3 = 1.33$ สามารถนำไปจัดช่วงคะแนนเป็น 3 ระดับ ได้ดังนี้

3.67 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยในระดับมาก

2.34 – 3.66 หมายถึง เห็นด้วยในระดับปานกลาง

1.00 – 2.33 หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อย

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A - Mobile มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด โดยให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 9 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ในช่วงเดือน เม.ย. พ.ศ.2562 และผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากการศึกษาค้นคว้า บทความทางวิชาการ ข้อมูลทางสถิติ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์และรายงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นส่วนประกอบของเนื้อหา และนำไปใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยายลักษณะของตัวแปรโดยใช้จำนวนความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ โดยใช้เครื่องมือทางสถิติ คือ ค่าไคสแควร์ (Chi-square)

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรม การใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A - Mobile ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 อายุระหว่าง 26 – 35 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 มีสถานภาพสมรส จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 มีระดับรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 และมีระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการไม่เกิน 6 เดือน จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 โดยกลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์หลักในการสมัครใช้บริการ คือ สะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา เพราะสามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ ทุกเวลา จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ คือ ตรวจสอบยอดคงเหลือ ทั้งเงินฝาก สินเชื่อ สลากออมทรัพย์ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ประเภทบัญชีที่ใช้บริการ ธ.ก.ส. A – Mobile มากที่สุด คือ ออมทรัพย์ทั่วไป จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 มูลค่าการทำธุรกรรมเฉลี่ยต่อครั้ง คือ ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 ความถี่ในการใช้บริการ คือ 1 – 2 ครั้ง จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 ช่วงเวลาส่วนใหญ่ในการใช้บริการ คือ เวลา 12.00 – 17.59 น. จำนวน 144 คน คิดเป็น

ร้อยละ 36.0 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการสมัครใช้บริการ คือ เจ้าหน้าที่ธนาคาร จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 สาขาของธนาคารที่สมัครใช้บริการ ธ.ก.ส. A – Mobile ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้มากที่สุด คือ สาขา บ้านนาสาร จ.สุราษฎร์ธานี และวิธีแก้ไขปัญหาในการใช้บริการ คือ ติดต่อสอบถามจากพนักงานประจำสาขาใกล้บ้าน จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5

ข้อมูลระดับทัศนคติการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส.

A – Mobile ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาระดับทัศนคติการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A – Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์ การเกษตร ในเขตสุราษฎร์ธานี ทั้ง 7 ด้าน สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติด้านช่องทางการบริการมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.89 รองลงมาด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.87 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.81 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.80 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.78 ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.77 และด้านพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.76 ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับทัศนคติการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A – Mobile ของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม

ทัศนคติต่อการใช้ออปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A – Mobile	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับทัศนคติ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.80	0.737	ระดับมาก
2. ด้านราคา	3.87	0.863	ระดับมาก
3. ด้านช่องทางการบริการ	3.89	0.880	ระดับมาก
4. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.78	0.900	ระดับมาก
5. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.77	0.754	ระดับมาก
6. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.81	0.812	ระดับมาก
7. ด้านพนักงาน	3.76	0.753	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.81	0.578	ระดับมาก

ระดับทัศนคติการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A – Mobile ด้านผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติเห็นด้วยในระดับมาก ในข้อที่ว่า ธ.ก.ส. A – Mobile ทำงานได้ถูกต้อง แม่นยำ มีความรวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้วยค่าเฉลี่ย 3.99 รองลงมา คือ ธ.ก.ส. A – Mobile มีความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงิน มีค่าเฉลี่ย 3.74 และธ.ก.ส. A – Mobile มีบริการที่ครอบคลุมความต้องการของท่าน มีค่าเฉลี่ย 3.67

ระดับทัศนคติการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A – Mobile ด้านราคา ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติเห็นด้วยในระดับมาก ในข้อที่ว่า ธ.ก.ส. A – Mobile ไม่เรียกเก็บค่าธรรมเนียมรายปี โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้วยค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ ธ.ก.ส. A – Mobile มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.84

ระดับทัศนคติการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A – Mobile ด้านช่องทางการบริการ ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.89 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติเห็นด้วยในระดับมาก ในข้อที่ว่า วิธีการสมัครใช้ ธ.ก.ส. A – Mobile มีความสะดวกและรวดเร็วดี โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้วยค่าเฉลี่ย 3.93 รองลงมา คือ ธ.ก.ส. A – Mobile ใช้บริการได้ทุกที่ทุกเวลา เมื่อมีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 3.86

ระดับทัศนคติการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A – Mobile ด้านลักษณะทางกายภาพ ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติเห็นด้วยในระดับมาก ในข้อที่ว่า ธ.ก.ส. A – Mobile มีภาพลักษณ์ที่มีความน่าเชื่อถือ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้วยค่าเฉลี่ย 3.86 รองลงมา คือ ธ.ก.ส. A – Mobile มีการออกแบบแอปพลิเคชันได้ทันสมัย น่าดึงดูดใจให้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.69

ระดับทัศนคติการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A – Mobile ด้านกระบวนการให้บริการ ของกลุ่ม

ตัวอย่าง พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.77 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติเห็นด้วยในระดับมาก ในข้อที่ว่า การยืนยันความถูกต้องในการทำธุรกรรมทุกครั้งหลังใช้บริการผ่านทาง E-mail ทำให้เกิดความมั่นใจในการใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้วยค่าเฉลี่ย 3.85 รองลงมา คือ ธ.ก.ส. A - Mobile มีขั้นตอนการทำรายการได้ง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 3.80 และ ธ.ก.ส. A - Mobile มีการประมวลผลที่รวดเร็วในการทำธุรกรรมทางการเงินแต่ละรายการ มีค่าเฉลี่ย 3.68

ระดับทัศนคติการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A - Mobile ด้านการส่งเสริมการตลาด ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติเห็นด้วยในระดับมาก ในข้อที่ว่า ธนาคารมีโปรโมชั่นสำหรับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทาง ธ.ก.ส. A - Mobile เช่น บัตรสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของกำนัล โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้วยค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมา คือ การโฆษณาจากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ธนาคาร ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับ ธ.ก.ส. A - Mobile มีค่าเฉลี่ย 3.74 และการตัดสินใจใช้บริการ ธ.ก.ส. A - Mobile เพราะคำแนะนำของพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.71

ระดับทัศนคติการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A - Mobile ด้านพนักงาน ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติเห็นด้วยในระดับมาก ในข้อที่ว่า พนักงานผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นและความเต็มใจในการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้วยค่าเฉลี่ย 3.86 รองลงมา คือ พนักงานผู้ให้บริการสามารถแก้ไขปัญหา

ที่เกิดขึ้นให้แก่ท่านได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.82 และพนักงานผู้ให้บริการมีความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้งาน ธ.ก.ส. A - Mobile ได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.63

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A - Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตสุราษฎร์ธานี ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางที่ 2

เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ประเภทบัญชีที่ใช้บริการ (Chi-square = 19.499 sig = 0.001) มูลค่าการทำธุรกรรมเฉลี่ยต่อครั้ง (Chi-square = 10.501 sig = 0.033) ความถี่ในการใช้บริการ (Chi-square = 15.643 sig = 0.004) ช่วงเวลาในการใช้บริการ (Chi-square = 25.656 sig = 0.000) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการสมัครใช้บริการ (Chi-square = 25.930 sig = 0.000) และวิธีแก้ไขปัญหาในการใช้บริการ (Chi-square = 60.423 sig = 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม มูลค่าการทำธุรกรรมเฉลี่ยต่อครั้ง (Chi-square = 37.091 sig = 0.002) และความถี่ในการใช้บริการ (Chi-square = 36.378 sig = 0.003) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ประเภทบัญชีที่ใช้บริการ (Chi-square = 54.746 sig = 0.000) มูลค่าการทำธุรกรรมเฉลี่ยต่อครั้ง (Chi-square = 32.164 sig = 0.042) ความถี่ในการใช้บริการ (Chi-square = 52.681 sig = 0.000) และวิธีแก้ไขปัญหาในการใช้บริการ (Chi-square = 30.296 sig = 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ประเภทบัญชีที่ใช้บริการ (Chi-square = 21.790 sig = 0.005)

และวิธีแก้ไขปัญหในการใช้บริการ (Chi-square = 40.051 sig = 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมประเภทบัญชีที่ใช้บริการ (Chi-square = 16.878 sig = 0.031) มูลค่าการทำธุรกรรมเฉลี่ยต่อครั้ง (Chi-square = 18.340 sig = 0.019) และความถี่ในการใช้บริการ (Chi-square = 20.410 sig = 0.009) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมมูลค่าการทำธุรกรรมเฉลี่ยต่อครั้ง (Chi-square = 115.070 sig = 0.000) และความถี่ในการใช้บริการ (Chi-square = 65.757 sig = 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระยะเวลาในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม วัตถุประสงค์หลักในการสมัครใช้บริการ (Chi-square = 24.607 sig = 0.002) ประเภทบัญชี

ที่ใช้บริการ (Chi-square = 74.620 sig = 0.000) และความถี่ในการใช้บริการ (Chi-square = 39.757 sig = 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A – Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตสุราษฎร์ธานี ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางที่ 3

ระดับทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ช่วงเวลาในการใช้บริการ (Chi-square = 17.404 sig = 0.008) และวิธีแก้ไขปัญหในการใช้บริการ (Chi-square = 12.607 sig = 0.013) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับทัศนคติด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ช่วงเวลาในการใช้บริการ (Chi-square = 18.850 sig = 0.008) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 2 ภาพรวมของผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A – Mobile

พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile	เพศ	อายุ	อาชีพ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	ระดับรายได้	ระยะเวลาในการใช้บริการ
1.วัตถุประสงค์หลักในการสมัครใช้บริการ	.681	.243	.110	.942	.400	.740	.002*
2.ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ	.057	.358	.098	.061	.919	.164	.083
3.ประเภทบัญชีที่ใช้บริการ	.001*	.354	.000*	.005*	.031*	.414	.000*
4.มูลค่าการทำธุรกรรมเฉลี่ยต่อครั้ง	.033*	.002*	.037*	.264	.019*	.000*	.206
5.ความถี่ในการใช้บริการ	.004*	.003*	.000*	.556	.009*	.000*	.000*
6.ช่วงเวลาในการใช้บริการ	.000*	.819	.056	.646	.084	.173	.059
7.บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการสมัครใช้บริการ	.000*	.066	.103	.664	.465	.152	.101
8.สาขาของธนาคารที่สมัครใช้บริการ	.237	.229	.370	.317	.332	.270	.183
9.วิธีแก้ไขปัญหในการใช้บริการ	.000*	.618	.000*	.000*	.173	.111	.089

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 3 ภาพรวมของผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับทัศนคติกับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส.

A – Mobile

พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A – Mobile	ด้าน ผลิตภัณฑ์	ด้าน ราคา	ด้าน ช่องทาง การ บริการ	ด้าน ลักษณะ ทาง กายภาพ	ด้านกระบวนการ การให้บริการ	ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	ด้าน พนักงาน
1.วัตถุประสงค์หลักในการสมัคร ใช้บริการ	.448	.244	.471	.622	.140	.139	.071
2.ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ	.407	.110	.354	.841	.104	.655	.688
3.ประเภทบัญชีที่ใช้บริการ	.217	.575	.028*	.051	.129	.001*	.117
4.มูลค่าการทำธุรกรรมเฉลี่ยต่อครั้ง	.947	.344	.468	.704	.647	.621	.002*
5.ความถี่ในการใช้บริการ	.482	.764	.708	.364	.784	.114	.247
6.ช่วงเวลาในการใช้บริการ	.008*	.004*	.012*	.008*	.072	.236	.042*
7.บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการสมัคร ใช้บริการ	.576	.733	.000*	.574	.470	.020*	.360
8.สาขาของธนาคารที่สมัครใช้บริการ	.349	.779	.912	.262	.872	.318	.665
9.วิธีแก้ไขปัญหาในการใช้บริการ	.013*	.060	.118	.081	.005*	.014*	.045*

ระดับทัศนคติด้านช่องทางการบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ประเภทบัญชีที่ใช้บริการ (Chi-square = 14.191 sig = 0.028) ช่วงเวลาในการใช้บริการ (Chi-square = 16.267 sig = 0.012) และบุคคลที่มีอิทธิพลในการสมัครใช้บริการ (Chi-square = 31.970 sig = 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับทัศนคติด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม วิธีแก้ไขปัญหาในการใช้บริการ (Chi-square = 17.460 sig = 0.008) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับทัศนคติด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม วิธีแก้ไขปัญหาในการใช้บริการ (Chi-square = 14.797 sig = 0.005) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับทัศนคติด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ประเภทบัญชีที่ใช้บริการ (Chi-square = 21.741 sig = 0.001) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการสมัครใช้บริการ (Chi-square = 18.239 sig = 0.020) และวิธีแก้ไขปัญหาในการใช้บริการ (Chi-square = 12.573 sig = 0.014) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับทัศนคติด้านพนักงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม มูลค่าการทำธุรกรรมเฉลี่ยต่อครั้ง (Chi-square = 24.385 sig = 0.002) ช่วงเวลาในการใช้บริการ (Chi-square = 13.080 sig = 0.042) และวิธีแก้ไขปัญหาในการใช้บริการ (Chi-square = 9.716 sig = 0.045) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างสรุปได้ว่า วัตถุประสงค์หลักในการสมัครใช้บริการ คือ สะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา เพราะสามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ ทุกเวลา ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการมากที่สุด คือ ตรวจสอบยอดคงเหลือทั้งเงินฝาก สิ้นเชื่อ สลากออมทรัพย์ ผ่านบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์ทวีโชค มูลค่าการทำธุรกรรมเฉลี่ยต่อครั้ง คือ ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการ 1 – 2 ครั้งต่อเดือน ช่วงเวลาส่วนใหญ่ในการใช้บริการ คือ เวลา 12.00 – 17.59 น. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการสมัครใช้บริการ คือ เจ้าหน้าที่ธนาคาร สาขาของธนาคารที่สมัครใช้บริการโดยส่วนใหญ่ คือ สาขาบ้านนาสาร จ.สุราษฎร์ธานี วิธีแก้ไขปัญหาในการใช้บริการ คือ ติดต่อสอบถามจากพนักงานประจำสาขาใกล้บ้านท่าน ผลการทดสอบ สมมติฐาน พบว่า 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ ระยะเวลาในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A – Mobile 2) ระดับทัศนคติ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A – Mobile

อภิปรายผลการวิจัย

1. พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A – Mobile ของลูกค้า จากผลการศึกษา สามารถอธิบายตามองค์ประกอบในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคได้ดังนี้

1.1 ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่าง

เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่ทางธนาคารต้องการขยายฐานลูกค้าที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น โดยคนกลุ่มนี้มักให้ความสำคัญต่อการใช้เทคโนโลยีเพื่อลดขั้นตอนหรือเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงินในแต่ละวัน

1.2 ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการการตรวจสอบยอดคงเหลือทั้งเงินฝาก สิ้นเชื่อ สลากออมทรัพย์ โดยเลือกผูกกับบัญชีออมทรัพย์ทวีโชค ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก กลุ่มตัวอย่างอาจยังไม่ทราบว่ามีการประเภทใดอีกบ้างที่สามารถทำได้ผ่านทางแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A – Mobile

1.3 ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) พบว่า วัตถุประสงค์หลักในการสมัครใช้ เนื่องจาก สะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา เพราะสามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ ทุกเวลา ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จัดอยู่ในกลุ่มวัยทำงานที่ส่วนใหญ่มีวิถีชีวิตที่ค้ำึงถึงความสะดวกสบาย ความคล่องตัวเป็นหลัก

1.4 ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who Participate in the buying?) พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการสมัครใช้บริการมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ธนาคาร ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการที่แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A – Mobile เป็นบริการที่มีการเปิดตัวไปไม่นานมากนัก ส่งผลให้เจ้าหน้าที่ธนาคาร ซึ่งมีหน้าที่ให้บริการลูกค้าในแต่ละวัน จะเน้นทำการแนะนำประชาสัมพันธ์ และเชิญชวนลูกค้าให้สมัครใช้บริการจึงเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ลูกค้าหันมาสมัครใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

1.5 ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีช่วงเวลาในการใช้บริการ 12.00 – 17.59 น. และมีความถี่ในการใช้บริการ 1 – 2 ครั้ง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย ซึ่งค่อนข้างไม่มีข้อจำกัดที่แน่นอนในเรื่องของเวลาทำงานที่แน่ชัด ทำให้สามารถใช้บริการในช่วงเวลาดังกล่าวได้ และเนื่องจากแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A – Mobile ยังคงเป็นบริการรูปแบบใหม่ ส่งผลให้มีความถี่ในการใช้บริการต่อเดือนค่อนข้างน้อย

1.6 ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สมัครใช้บริการ ณ สาขาบ้านนาสาร จ.สุราษฎร์ธานี ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นลูกค้าสาขาบ้านนาสาร จ.สุราษฎร์ธานี ซึ่งมีสัดส่วนมากที่สุดเมื่อเทียบกับลูกค้าของสาขาอื่นๆ

1.7 ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีมูลค่าการทำธุรกรรมเฉลี่ยต่อครั้ง ต่ำกว่า 5,000 บาท และมีวิธีแก้ไขปัญหาในการใช้บริการ คือ ติดต่อสอบถามจากพนักงานประจำสาขาใกล้บ้าน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างมีความไม่มั่นใจ หรืออาจมีความกลัวในการทำธุรกรรม จึงส่งผลให้มูลค่าในการทำธุรกรรมแต่ละครั้งไม่มากนัก เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดข้อผิดพลาดขึ้น และเมื่อพบกับปัญหาในการใช้บริการ ก็มักจะทำการสอบถามจากพนักงานประจำสาขาอาจเนื่องจากเป็นวิธีการที่ลูกค้าสามารถทำได้ง่ายและได้รับการแก้ไขทันที

2. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A - Mobile จากผลการศึกษาทำให้สามารถอธิบายได้ดังนี้

2.1 เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมประเภทบัญชีที่ใช้บริการ มูลค่าการทำธุรกรรมเฉลี่ยต่อครั้ง ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการสมัครใช้บริการ และวิธีแก้ไขปัญหาในการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชนม์นิกันต์ อ้อวิจิตร (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษา พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต โดยพบว่า เพศหญิง มีความถี่ในการใช้บริการ 6 – 10 ครั้งต่อเดือน ส่วนเพศชาย มีความถี่ในการใช้บริการ 1 – 5 ครั้งต่อ (ชนม์นิกันต์ อ้อวิจิตร, 2550)

2.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมมูลค่าการทำธุรกรรมเฉลี่ยต่อครั้ง และความถี่ในการใช้บริการ พบว่า มูลค่าในการทำธุรกรรมเฉลี่ยส่วนใหญ่ในทุกช่วงอายุ มีมูลค่า ต่ำกว่า 5,000 บาท ยกเว้นช่วงอายุ 56 ปีขึ้นไป มีมูลค่าในการทำธุรกรรมเฉลี่ย 5,001 – 10,000 บาท อาจเนื่องจากช่วงอายุ 56 ปีขึ้นไป มีระดับรายได้เฉลี่ย ที่ค่อนข้างสูง ส่งผลให้มีมูลค่าในการทำธุรกรรมเฉลี่ยสูงด้วยเช่นกัน และความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่ในทุกช่วงอายุ คือ 1 – 2 ครั้งต่อเดือน ยกเว้น ช่วงอายุ 46 – 55 ปี มีความถี่ในการใช้บริการ 3 – 4 ครั้งต่อเดือน อาจเนื่องมาจากกลุ่มช่วงอายุ 46 – 55 ปี ส่วนใหญ่ มีสถานภาพสมรสแล้ว จึงอาจมีภาระหน้าที่ต้องส่งเสียให้ลูกหลานมากกว่ากลุ่มคนในช่วงอายุอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับ อภิชาติ เทศสวัสดิ์วงศ์ (2553) ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า อายุมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือ โดยผู้ที่มิ

อายุ 35 – 44 ปี มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า อายุ 15 – 24 ปี (อภิชาติ เทศสวัสดิวงศ์, 2553)

2.3 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ประเภทบัญชีที่ใช้บริการ มูลค่าการทำธุรกรรมเฉลี่ย ต่อครั้ง ความถี่ในการใช้บริการ และวิธีแก้ไขปัญหาในการใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ทุกอาชีพเลือกใช้ ประเภทบัญชี คือ บัญชีออมทรัพย์ทวีโชค ยกเว้น อาชีพอื่นๆ เช่น นักเรียน/นักศึกษา ที่เลือกใช้บัญชี ออมทรัพย์ใช้สมุดอาจเนื่องมาจาก ลักษณะนิสัยพื้นฐาน ส่วนใหญ่ของกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มักไม่ชอบ การเสี่ยงโชค อย่างอาชีพอื่นๆ มูลค่าการทำธุรกรรม เฉลี่ย พบว่า ทุกอาชีพมีมูลค่าในการทำธุรกรรมเฉลี่ย ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อครั้ง มีความถี่ในการใช้บริการ ในทุกอาชีพ คือ 1 – 2 ครั้งต่อเดือน และวิธีแก้ไขปัญหาในการใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ทุกอาชีพ เลือกสอบถามจากพนักงานประจำสาขาใกล้บ้าน อาจเนื่องมาจากเป็นวิธีที่ง่ายและสะดวกที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ชนม์นิกันต์ อ้อวิจิตร (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร ทางอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษา พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ มีความถี่ในการใช้บริการ 6 – 10 ครั้งต่อ เดือน ในขณะที่อาชีพอื่นๆ เช่น นักเรียน/นักศึกษา อาชีพรับจ้าง มีความถี่ในการใช้บริการ 1 – 5 ครั้ง ต่อเดือน (ชนม์นิกันต์ อ้อวิจิตร, 2550)

2.4 สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ประเภทบัญชีที่ใช้บริการ และวิธีแก้ไขปัญหาในการใช้ บริการ พบว่า สถานภาพโสดและสมรส มีประเภทบัญชี ที่ใช้บริการ คือ บัญชีออมทรัพย์ทวีโชค ส่วนสถานภาพ หย่าร้าง/หม้าย ส่วนใหญ่เลือกใช้ บัญชีออมทรัพย์ ใช้สมุด อาจเนื่องมาจากกลุ่มคนที่มีสถานภาพหย่าร้าง/

หม้าย ให้ความสำคัญต่ออัตราผลตอบแทนจากดอกเบี้ย ที่มากกว่าความต้องการในการเสี่ยงโชคเพื่อลุ้น ผลรางวัลต่างๆ และวิธีแก้ไขปัญหาในการใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ทุกสถานภาพเลือกการสอบถาม จากพนักงานประจำสาขาใกล้บ้าน สอดคล้องกับ การศึกษาของนัฐพล รักษา (2559) ทำการศึกษา เรื่อง การรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สาขาเอ็กเซน ทาวเวอร์ ผลการศึกษา พบว่า สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต แบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สาขาเอ็กเซน ทาวเวอร์ (นัฐพล รักษา, 2559)

2.5 ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรม ประเภทบัญชีที่ใช้บริการ มูลค่าการทำ ธุรกรรมเฉลี่ยต่อครั้ง และความถี่ในการใช้บริการ อาจเนื่องมาจากผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูง จะให้ ความสำคัญในด้านความคุ้มค่าของอัตราผลตอบแทน ที่จะได้รับจากอัตราดอกเบี้ยหรือการถูกรางวัลใหญ่ จากสลากออมทรัพย์ที่มากกว่า นอกจากนั้น ผู้ที่มีการศึกษาสูงส่วนใหญ่มักมีระดับรายได้เฉลี่ย ที่สูงเช่นกัน ส่งผลให้มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจิวิรัส อินทร์บำรุง (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาด และทัศนคติของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ การเงินทางอินเทอร์เน็ต โดยผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 58 เป็นผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (จิวิรัส อินทร์บำรุง, 2553)

2.6 ระดับรายได้ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรม มูลค่าการทำธุรกรรมเฉลี่ยต่อครั้ง และ ความถี่ในการใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับ

รายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาท ระดับรายได้เฉลี่ย 10,001 – 20,000 บาท และระดับรายได้เฉลี่ย 20,001 – 30,000 บาท มีมูลค่าการทำธุรกรรมเฉลี่ยต่ำกว่า 5,000 บาทต่อครั้ง และมีความถี่ในการใช้บริการ 1 – 2 ครั้งต่อเดือน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 30,001 – 40,000 บาท พบว่า มีมูลค่าการทำธุรกรรมเฉลี่ย 5,001 – 10,000 บาท และมีความถี่ในการใช้บริการ 3 – 4 ครั้งต่อเดือน สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป มีมูลค่าการทำธุรกรรมเฉลี่ย 20,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ซึ่งมีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 6 ครั้งขึ้นไป ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้สูง มักมีกำลังซื้อที่มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ที่ต่ำกว่า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจุฑาภรณ์ ไร่วอน (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการบัวหลวงไอแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาผู้ใช้บริการบัวหลวงไอแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษา พบว่า ระดับรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัวหลวงไอแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (จุฑาภรณ์ ไร่วอน, 2557)

2.7 ระยะเวลาในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม วัตถุประสงค์หลักในการสมัครใช้บริการ ประเภทบัญชีที่ใช้บริการ และความถี่ในการใช้บริการ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการใช้บริการมากกว่า 1 ปี ขึ้นไป มักเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของธนาคารอยู่เสมอทำให้เข้าถึงข้อมูลได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ประเภทบัญชีที่ใช้บริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการใช้บริการไม่เกิน 6 เดือน ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการบัญชีออมทรัพย์ทวีโชค ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการใช้บริการมากกว่า

6 เดือนแต่ไม่เกิน 1 ปีและระยะเวลาในการใช้บริการมากกว่า 1 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการบัญชีออมทรัพย์ใช้สมุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ในปัจจุบันทางธนาคารมีการประชาสัมพันธ์เงินฝากออมทรัพย์ทวีโชคที่มีกิจกรรมลุ้นรางวัลต่าง ๆ มากมาย ทำให้ลูกค้าที่มาเปิดบัญชีรายใหม่เกิดความสนใจบัญชีออมทรัพย์ทวีโชคมากกว่าบัญชีประเภทอื่น ๆ ความถี่ในการใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการใช้บริการไม่เกิน 6 เดือน มีความถี่ในการใช้บริการ 1 – 2 ครั้งต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการใช้บริการมากกว่า 6 เดือนแต่ไม่เกิน 1 ปี มีความถี่ในการใช้บริการ 3 – 4 ครั้งต่อเดือน และกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการใช้บริการมากกว่า 1 ปีขึ้นไป มีความถี่ในการใช้มากกว่า 6 ครั้งขึ้นไป ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการใช้บริการที่นานกว่า มักจะมีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า เพราะ กลุ่มตัวอย่างเหล่านี้ มีความคุ้นเคยกับการใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A – Mobile มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วรณวิมล ชูศูนย์ (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของลูกค้าตอบบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองราชบุรี ผลการศึกษา พบว่า ระยะเวลาในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยพบว่า ผู้ที่มีระยะเวลาในการใช้บริการไม่เกิน 6 เดือน มีวัตถุประสงค์ในการสมัครใช้บริการ เนื่องจาก การทำรายการมีความรวดเร็ว ส่วนผู้ที่มีระยะเวลาในการใช้บริการมากกว่า 6 เดือนแต่ไม่เกิน 1 ปี มีวัตถุประสงค์ในการสมัครใช้บริการ เนื่องจาก บริการมีความหลากหลาย

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A – Mobile ของลูกค้าธนาคาร ทำให้สามารถเสนอแนะการดำเนินงานของ ธ.ก.ส. เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาระบบ รวมถึงการขยายฐานลูกค้า โดยควรมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ และให้แรงจูงใจในรูปของการส่งเสริมการขายผ่านการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารให้มากยิ่งขึ้น รวมถึงการให้ความรู้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้มีทัศนคติที่ดี และมีความเข้าใจในประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชันของธนาคาร นอกจากนี้ ธนาคาร

มีการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าเกษตรกร ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่ของธนาคาร ให้การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้บริการของแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A – Mobile ให้มากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ให้คำแนะนำทางการศึกษาในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- จิวิรัส อินทร์บำรุง. (2553). ส่วนประสมทางการตลาดและทัศนคติของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง บมจ. ธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จุฑาภรณ์ ไรวอน. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการบัวหลวงไอแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาผู้ใช้บริการบัวหลวงไอแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชนม์นิกันต์ อ้อวิจิตร. (2550). พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน). ภาคนิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2561). ธ.ก.ส. เปิดตัว A-Mobile / QR Code ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ยุคดิจิทัลเพื่อยกระดับสู่เกษตรกร 4.0. ค้นเมื่อ กันยายน 7, 2561, จาก <https://www.baac.or.th>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). ธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile banking และ Internet banking. ค้นเมื่อ กันยายน 15, 2561, จาก <http://www2.bot.or.th>.
- นัฐพล รักษา. (2559). การรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สาขาเอ็กเซน ทาวเวอร์. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ UTCC Academic Day ครั้งที่ 2, 42-45. ค้นเมื่อ ตุลาคม 1, 2561, จาก <http://eprints.utcc.ac.th/6008/1/>.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2543). สถิติวิเคราะห์เพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : เรือนแก้วการพิมพ์.

- วรรณวิมล ชูศูนย์. (2551). **ทัศนคติของลูกค้าต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองราชบุรี**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อภิชาติ เทศสวัสดิ์วงศ์. (2553). **ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความประจำปี

1	รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์	สังข์รักษา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
2	รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา	บุญส่ง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
3	รองศาสตราจารย์ ดร.วณิ	ชัยวัฒนสิน	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
4	รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร	จันทร์นำชู	มหาวิทยาลัยศิลปากร (พระราชวังสนามจันทร์)
5	รองศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรนภา	พรหมมา	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
6	รองศาสตราจารย์ ดร.กิติพงศ์	มะโน	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
7	รองศาสตราจารย์ ดร.จิตติรัตน์	แสงเลิศอุทัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
8	รองศาสตราจารย์ นภัทร	วัจนเทพินทร์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
9	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ศักดิ์	รวมชมรัตน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
10	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รังรอง	งามศิริ	มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
11	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษิต	ภูขำนิ	มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
12	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทร์เพ็ญ	ชุมแสง	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
13	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ว่าที่ร้อยตรีปัญญา	คามีศักดิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
14	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิราวัฒน์	ชมระกา	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
15	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรพงศ์	เกิดลาภี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
16	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสนีย์	พวงยาณี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
17	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กันต์	อินทวงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
18	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษา	พัดเกตุ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
19	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุธศัน	กัมณี	มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
20	ดร.วิโรจน์	ตระกูลพิทักษ์กิจ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
21	ดร.วรฤทัย	ชูเกียรติ	มหาวิทยาลัยศิลปากร
22	ดร.บรรจบพร	อินดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
23	ดร.วณิช	นิลนันท	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์นนทบุรี

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

Journal of Kanchanaburi Rajabhat University

ความเป็นมา

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี เป็นวารสารทางวิชาการ เริ่มออกฉบับแรก เมื่อปี พ.ศ. 2555 โดยอยู่ในความรับผิดชอบของบัณฑิตวิทยาลัย ต่อมาปี พ.ศ. 2556 ได้โอนมาให้สถาบันวิจัยและพัฒนา เป็นผู้รับผิดชอบ ดำเนินการจนกระทั่งวารสารมีอายุครบ 3 ปี จึงส่งเข้ารับประเมินคุณภาพวารสารวิชาการ รอบที่ 3 (พ.ศ. 2558-2562) ผลการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ได้รับการรับรองคุณภาพจัดอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 2 ของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai-Journal Citation Index Centre (TCI)) ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2563 ได้รับการรับรองคุณภาพจัดอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 2 สาขา มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เป็นระยะเวลา 4 ปี ตั้งแต่ปี 2563-2567

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่และส่งเสริมการนำผลการวิจัยทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และด้านมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ ไปใช้ในการพัฒนาสังคมและประเทศ
2. เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมบทความทางวิชาการที่น่าสนใจและมีคุณค่าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
3. เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ทางวิชาการระหว่างคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ และบุคคลทั่วไป

นโยบาย

บทความที่เสนอตีพิมพ์ต้องเป็นบทความที่มีคุณค่าทางวิชาการเป็นบทความที่เสนอถึงความคิดหรือหลักการใหม่ ที่เป็นไปได้และมีทฤษฎีประกอบสนับสนุนอย่างเพียงพอ หรือเป็นบทความทางวิชาการที่น่าสนใจ มีประโยชน์ต่อคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ และบุคคลทั่วไป โดยผู้เขียนเป็นผู้รวบรวมและเรียบเรียง

กำหนดการเผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน และฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

การเผยแพร่ มอบให้ห้องสมุดสถาบันการศึกษาและหน่วยงานของรัฐ และทางเว็บไซต์ของ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

สถานที่ติดต่อ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
70 ม. 4 ถ.กาญจนบุรี-ไทรโยค ต.หนองบัว อ.เมือง จ.กาญจนบุรี 71190
โทรศัพท์ 0-3453-4030, 0-3453-4059-60 ต่อ 211, 213 โทรสาร 0-3453-4030
สมัครออนไลน์ที่ <http://kru.ac.th/journal/>

บทความที่ลงตีพิมพ์ในวารสารเป็นความคิดเห็นของผู้เขียน กองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป

จัดพิมพ์โดย ร้านราชการ 39/6 ซอยโรงน้ำแข็ง ถ.แสงชูโต ต.บ้านใต้ อ.เมือง จ.กาญจนบุรี 71000
RAJAKAN 081-941-2356

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

Journal of Kanchanaburi Rajabhat University

ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2564 ISSN 2286-7589

บทความวิจัย

กลุ่มอาการบกพร่องด้านความสามารถในการอ่าน และการคำนวณ	3
สุทัศน์ ยกส้าน	

บทความวิจัย

ความวิตกกังวลในการเรียนออนไลน์ในสถานการณ์การแพร่กระจายเชื้อโควิด-19 ของนิสิตสาขาพลศึกษา.....	9
ลักษมี ฉิมวงษ์	

พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.....	20
นฤมล อนันโท	

การพัฒนาบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์นึ่งร่วมกับการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐาน รายวิชาเทคโนโลยี (วิทยาการคำนวณ) เรื่อง แนวคิดเชิงคำนวณ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนบางลี่วิทยา.....	33
นพดล ผู้มีจรรยา และอาลดา สุดใจดี	

ผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้วิธีการแบบเปิด ที่มีต่อความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ เรื่อง พื้นที่ผิวและปริมาตร ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนประจวบวิทยาลัย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	45
กิตติยา เกศเทศ และสุริรัตน์ อารีรักษ์สกุล กองโลก	

ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.....	58
วรลักษณ์ เจริญผล สุพิศ ฤทธิ์แก้ว นีรนหา แก้วประเสริฐ ระฆังทอง นิยม กำลังดี และสมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์	

การตัดสินใจเลือกใช้บริการอีรอร์ ในอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี.....	73
ธนัญชกร ภูติส่วพัฒนกุล และชินโสณ วิสิฐนิกิจา	

การจัดการกาเลือกเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ด้วยเทคโนโลยีแก๊สซิฟิเคชันกรณีศึกษา อำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์.....	84
พิทักษ์ คล้ายชม สิงห์เดช แดงจวง และพรทิพา พิญาพวงษ์	

รูปแบบการจัดการองค์การแห่งความเป็นเลิศของโรงงานผู้ผลิตเสื้อกีฬาเพื่อส่งออก.....	98
ชาติชาย สิงห์เดช อิงอร ตันพันธ์ และสุธรรม พงศ์สำราญ	

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารที่ได้รับรางวัล บิบ กูร์มอนด์ โดยมีชลินในกรุงเทพมหานคร.....	112
เจนจิรา เพียรศิริวิญญู และจอมขวัญ สุวรรณรักษ์	

คู่มือภาษาจีนเพื่อการบริการแก่นักท่องเที่ยวชาวจีน สำหรับผู้ให้บริการนวด ในสถานประกอบการเพื่อสุขภาพในเขตพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี.....	123
ปภัสนสร ไพบูลย์วิฑิตพรชัย สรินทิพย์ คงครินทร์ และคำพล โพธิ์นอก	

ฤทธิ์การต้านเชื้อจุลินทรีย์ของสารสกัดจากตะไคร้.....	135
คจิษฐา ประเสริฐกุล	

ชุดวงจรเรียงกระแสตรงแรงสูงแบบแรงดันสองเท่า 600 kV.....	147
สวัสต์ ยุคะลัง สันติภาพ โคตรทะเล และปรกรณ์ คุ้มชูชีพ	