

การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดพิษณุโลก

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 1 กุมภาพันธ์ 2562

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 10 มีนาคม 2562

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 30 เมษายน 2562

*ดร.พินรัตน์ นุชโพธิ์**

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

คุณธรรม สิทธิศักดิ์

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เนื่องจากธนาคารได้เห็นความสำคัญของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment Master Plan) จึงมีการพัฒนา แอปพลิเคชันให้ตอบโต้รูปแบบการใช้งานของกลุ่มเกษตรกรลูกค้ารุ่นใหม่ หรือ Young Smart Farmer ที่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการทำธุรกรรมทางการเงินจากรูปแบบเดิมสู่การทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ผ่านสมาร์ทโฟน การศึกษานี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 307 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการธุรกรรมทางการเงินด้านการโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) และโอนเงินในประเทศและต่างประเทศมากที่สุด รวมถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการผ่าน A-Mobile ทำให้รู้สึกสะดวก รวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่าย ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile พบว่า การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ช่วยทุ่นแรงในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารหรือ ตู้ ATM รวมถึงระบบมีรหัสผ่านก่อนเข้าใช้บริการในแต่ละครั้งทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกมีความปลอดภัยในข้อมูล ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสามารถนำไปใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชัน A-Mobile ให้สอดคล้องและรองรับความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงินรูปแบบดิจิทัลที่กำลังจะเติบโตเพิ่มมากยิ่งขึ้นในอนาคต

คำสำคัญ: สมาร์ทโฟน, อินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง, โมบายแบงกิ้ง, ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์, การให้บริการทางการเงินบนสมาร์ทโฟนจากธ.ก.ส., เกษตรกรลูกค้ารุ่นใหม่

* ผู้ประสานงานหลัก: pinnarat@psru.at.th

The Use of A-Mobile's Financial Transaction Service by the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives Phitsanulok Province

Received: February 1, 2019

Revised: March 10, 2019

Accepted: April 30, 2019

Dr Pinnarat Nuchpho^{*}

Lecture Information Technology Management for Business
Faculty of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University

Kunnatam Sittisak

Bachelor Information Technology Management for Business
Faculty of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University

Abstract

The purpose of this study is to study the behavior and satisfaction of using financial services through A-Mobile of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives. Since the Bank has recognized the importance of developing the National e-Payment Master Plan infrastructure, the application has been developed to meet the needs of the new generation of young farmers, or Young Smart Farmers, who transform their traditional financial transactions into electronic transactions via smartphone. This study collected data from 307 samples and data analysis by using descriptive statistics such as Percentage Mean and Standard Deviation. The study found that, the respondents mostly used financial transaction services in the money transfer via PromptPay system, and transfer money in the country and abroad as much as possible. Moreover, the benefits of using A-Mobile service makes it convenient, fast and economical. The factors that affect the use of financial services through A-Mobile is that it facilitates the transaction to a bank or ATM. In addition, the system has a password before accessing the service each time, making the user feel secure in the data. The results of this research can be used to develop and improve A-Mobile application to meet and support the growing demand for digital financial transactions in the future.

Keywords: Smartphone Internet Banking Mobile Banking National e-Payment A-Mobile
Young Smart Farmer

^{*} Corresponding Author: pinnarat@psru.ac.th

บทนำ

ความหมายของธนาคารตามราชบัณฑิตยสถาน ระบุว่า “ธนาคาร” มาจากคำว่า “ธน” แปลว่าเงิน ทอง ทรัพย์สิน และคำว่า “อาคาร” มารวมกันเป็น “อาคารที่ทำการเกี่ยวกับการเงิน” ซึ่งคือนิยามคำจำกัดความของธนาคารในอดีตที่ผู้บริการต้องเดินทางไปยังธนาคารเพื่อทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ แต่เมื่อเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาด้านต่างๆ ธนาคารจึงไม่ได้จำกัดอยู่ในรูปแบบการให้บริการแบบเดิม เมื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ธนาคารจึงมีการปรับเปลี่ยนหน้าที่ไปตามเทคโนโลยี (Mangozero, 2017) ประเทศสหรัฐอเมริกาเริ่มการให้บริการข้อมูลของธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต โดยจัดทำระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับอัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการ การส่งเสริมการขาย รายงาน ข่าวสารทางธุรกิจ และเศรษฐกิจการเงิน สถานที่ตั้งสาขาธนาคาร และที่ตั้งตู้เอทีเอ็ม ในปี พ.ศ. 2537 ธนาคารในสหรัฐอเมริกาได้เริ่มมีการจัดแบ่งกลุ่มขึ้นเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้อินเทอร์เน็ตให้เป็นประโยชน์แก่ธนาคารในเชิงพาณิชย์

สำหรับประเทศไทย ธนาคารที่เปิดบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์แห่งแรกคือ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเริ่มมีเว็บไซต์สำหรับเผยแพร่ข้อมูลทั่วไปของธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตในปี พ.ศ. 2538 และพัฒนาระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ลูกค้าทำธุรกรรมธนาคารได้เองตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2540 แต่นำมาให้บริการได้จริงหลังจากที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้อนุมัติการให้บริการดังกล่าวในปี พ.ศ. 2542 โดยธนาคาร เอเชีย จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารแห่งแรกที่ได้รับการอนุมัติให้เปิดการบริการนี้ในช่วงต้น ปี พ.ศ. 2543 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารที่ 2 ที่เปิดให้บริการนี้ในกลางปี พ.ศ. 2543 ตามมาด้วย ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในปีเดียวกัน ซึ่งไม่เพียงแต่การให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารของธนาคารเท่านั้น ยังมีการให้บริการตู้เอทีเอ็ม และอินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง ที่เปลี่ยนวิถีชีวิตของคนให้มีการเบิกถอนเงินง่ายขึ้น อีกทั้งในปัจจุบันยังมีการพัฒนาเทคโนโลยีไปถึงโมบายแบงกิ้ง แอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) และมีผู้ใช้บริการทั่วโลกรวมทั้งสิ้น 1.2 พันล้านคน จะเห็นได้ว่าสมาร์ตโฟนกลายเป็นธนาคารบนมือถือให้กับผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน ที่อำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้งานมีการโอนเงินหรือจ่ายเงินโดยไม่ต้องพึ่งตู้เอทีเอ็ม หรือไปโอนเงินที่ธนาคารอีกต่อไป มีสถิติระบุว่าปี 2012 ประเทศไทยติดอยู่ในอันดับที่ 12 โดยเฉลี่ยมีคนใช้งานโมบายแบงกิ้ง 24% (Mangozero, 2017) ทำให้รัฐบาลไทยเดินหน้าตามแผน National e-Payment ซึ่งเป็นการพัฒนารูปแบบการชำระเงินในอนาคต จะมีผลให้พฤติกรรมกรรมการชำระเงินของภาคธุรกิจและครัวเรือนแตกต่างออกไปจากปัจจุบันอย่างชัดเจนเพราะการโอนเงิน การชำระเงินจะมีความสะดวกมากขึ้นไม่ต้องพกเงินสด เป็นผลจากค่าธรรมเนียมการให้บริการโอนเงินต่อรายการถูกลง มูลค่าขึ้นต่ำในการชำระเงินโดยใช้บัตร ความปลอดภัยที่เพิ่มขึ้น และการติดต่อภาครัฐมีความสะดวกมากขึ้น ในขณะที่ผลกระทบต่อภาคธุรกิจและเศรษฐกิจส่งผลให้จำนวนผู้ให้บริการชำระเงินรายใหม่เพิ่มขึ้น ธุรกิจ E-Commerce ขยายตัวเพิ่มขึ้น และลดต้นทุนของระบบเศรษฐกิจในภาพรวม (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2560)

การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดพิษณุโลก

ธนาคารในประเทศไทยจึงเห็นความสำคัญของแผน National e-Payment แต่ละธนาคารได้พัฒนาแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการการใช้งานและตอบโจทย์ของลูกค้ายุคดิจิทัล รวมถึงธนาคารของรัฐอย่างธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ถึงแม้ว่าจะได้ขึ้นชื่อเป็นธนาคารชาวนา แต่ก็เห็นความสำคัญของเทคโนโลยียุค 4.0 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจึงได้เปิดตัวบริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่บนแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ที่เปลี่ยนการทำธุรกรรมทางการเงินให้เป็นเรื่องง่าย สะดวกและปลอดภัย สร้างความมั่นใจในการใช้บริการ ทุกที่ ทุกเวลาตลอด 24 ชั่วโมง โดยให้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านคิวอาร์โค้ด (QR Code) เพิ่มช่องทางการให้บริการของธนาคารรองรับความต้องการของลูกค้า เปลี่ยนระบบธุรกรรมเงินสด (Cash society) ไปสู่ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic society) เพื่อตอบโจทย์รูปแบบการใช้ชีวิตของกลุ่มเกษตรกรลูกค้ารุ่นใหม่ หรือ Young Smart Farmer ที่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินจากรูปแบบเดิมที่หน้าเคาน์เตอร์บริการของสาขาสู่การทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ผ่านสมาร์ทโฟน ตามแผนยุทธศาสตร์ของธนาคารที่มุ่งพัฒนาการให้บริการทางการเงินครบวงจร ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของภาคเกษตรสู่ความยั่งยืนและทันสมัย โดยเฉพาะเกษตรกรรุ่นใหม่ที่ยกระดับเป็นผู้ประกอบการเกษตร หรือ SMAEs ที่นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ในกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ รวมถึงช่องทางการตลาดออนไลน์ ที่ช่วยยกระดับราคาสินค้า เพิ่มประสิทธิภาพของการผลิต การตลาดและการบริหารจัดการ จนสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรได้หลายเท่า และยังสามารถสร้างรายได้สู่ชุมชน คืนความสุขและสร้างมั่งคั่ง มั่นคงให้แก่เกษตรกรได้อย่างยั่งยืน (กรุงเทพธุรกิจ, 2561)

ดังนั้นการศึกษาด้านการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดพิษณุโลก จึงเป็นประเด็นที่สามารถนำประโยชน์ไปใช้ในการวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน A-Mobile และทำให้ทราบถึงความพึงพอใจจากการใช้บริการว่ามีข้อดีข้อเสียอย่างไรเพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงให้สอดคล้องและรองรับความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงินรูปแบบดิจิทัลที่กำลังจะเติบโตเพิ่มมากยิ่งขึ้นในอนาคต

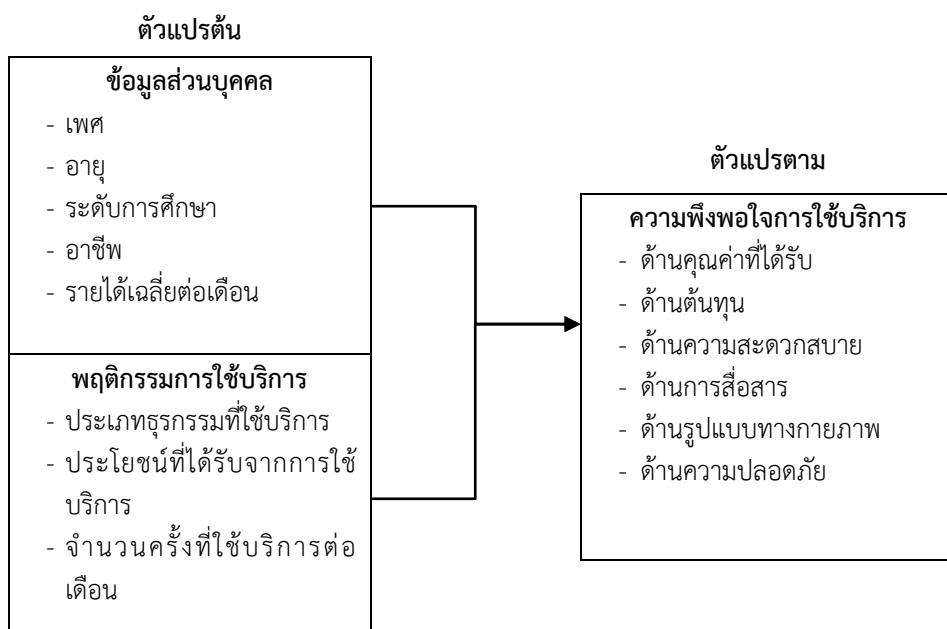
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ได้มาจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ แนวคิดเกี่ยวกับโมบายแอปพลิเคชัน ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ และตลอดจนการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยนำมาสู่การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย



ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรของลูกค้าธนาคารในจังหวัดพิษณุโลก
2. ขอบเขตด้านประชากร ลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 1,322 คน
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดพิษณุโลก

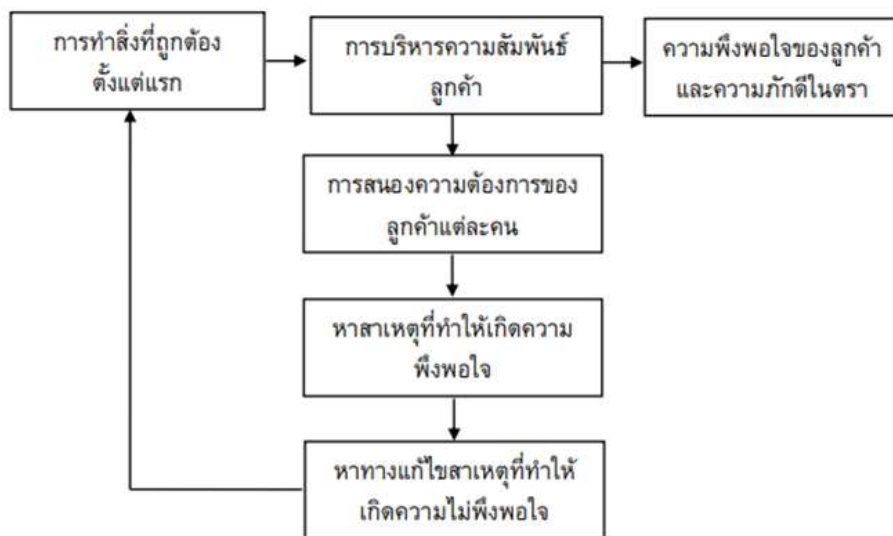
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Anton Jon (1996) ได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวเชื่อมระหว่างความสำเร็จระยะสั้น และการเจริญเติบโตของธุรกิจระยะยาว ความสำคัญ ของความพึงพอใจของลูกค้าสามารถสรุปได้ดังนี้ (นพพร พลายวงษ์. 2544: 15 – 17)

1. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเครื่องมือทางกลยุทธ์ที่สำคัญในการเพิ่มส่วนครองตลาดและผลกำไร
2. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นนโยบายสำคัญของผู้บริหาร
3. ความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวข้องกับทุกส่วนในองค์กร
4. ความพึงพอใจของลูกค้าสามารถวัดได้และสืบทอดได้

5. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นแนวทางในการจัดโครงสร้างองค์กรพื้นฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสถานะทางจิตใจของลูกค้าที่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ หรือมากกว่าในด้านความจำเป็น ความต้องการและความคาดหวังในตัวสินค้าหรือบริการ ซึ่งส่งผลให้เกิดการซื้อซ้ำ และความภักดีในตราสินค้า สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มตามระดับ ความพึงพอใจคือกลุ่มลูกค้าที่ไม่พึงพอใจ กลุ่มลูกค้าที่พึงพอใจ และกลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจมาก



ภาพที่ 1 การทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

ที่มา: นพพร พลายวงษ์, 2524: 17; อ้างอิงจาก Aton Jon. 1996. p. 23.

แนวคิดเกี่ยวกับโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application)

Mobile Application หมายถึง แอปพลิเคชันที่มีความสามารถในการช่วยการทำงานของผู้ใช้งานบนอุปกรณ์การสื่อสารแบบพกพา เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต ซึ่งแอปพลิเคชันจะทำงานบนระบบปฏิบัติการ (OS) ที่แตกต่างกันออกไปบนโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต ต่างๆ ประเภทของโปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ในการสำรวจครั้งนี้แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ แอปพลิเคชันเพื่อการสื่อสาร (Communication Application) แอปพลิเคชันเพื่อรองรับการใช้งานมัลติมีเดีย (Multimedia Application) แอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว (Travel Application) และแอปพลิเคชันเพื่อเพิ่มประโยชน์ใช้สอย (Utility Application)

แอปพลิเคชันเอโมบายแบงกิ้งเป็นแอปพลิเคชันเพื่อเพิ่มประโยชน์ใช้สอย (Utility Application) ที่ใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านเครื่องโทรศัพท์สมาร์ตโฟน ซึ่งได้รับความนิยมจากลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย และกลุ่มลูกค้ากลุ่มผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าออนไลน์ เพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้งานที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็ว ไม่ว่าจะอยู่สถานที่ใดเวลาใดก็สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ (สุชาติา พลาชัยภิรมย์ศิลป์, 2556)

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่

การตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นช่องทางที่ช่วยส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพทางการตลาดในรูปแบบเดิม เนื่องจากการตลาดในลักษณะนี้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและ

มีประสิทธิภาพ ยกตัวอย่างเช่น การตอบสนองต่อการโฆษณาผ่านข้อความสั้น (SMS) สามารถเป็นตัวบ่งบอกถึงปริมาณการวัดผลได้ เป็นต้น การตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถรวบรวมข้อมูล ลักษณะ และพฤติกรรมของลูกค้าได้ และสร้างเป็นหลักฐานขึ้นมาสำหรับการตลาดทางตรงอื่นๆ ต่อไป ดังนั้นแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดแบบดั้งเดิมที่ไม่สามารถนำมาปรับใช้งานได้ในการทำการสื่อสารผ่านช่องทางบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ จึงทำให้เกิดการคิดค้นแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่เรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งประกอบไปด้วยดังนี้ (ณัฐคุณค์ ดองยังไพร, 2556, น. 6-8)

1. แอปพลิเคชัน (App) คำว่า “App” มีผู้คิดค้นการใช้แอปพลิเคชันที่มีประสิทธิภาพไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายสังคม, เครื่องคิดเลข, ข่าว, เกม หรือแผนที่แอปพลิเคชัน ตามวัตถุประสงค์และที่ติดตั้งในโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือสามารถดาวน์โหลดได้จากร้าน APP

2. โฆษณามือถือ (Mobile Advertising) โฆษณาเป็นสิ่งที่ปรากฏอยู่ในแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่นเดียวกับโฆษณาที่ปรากฏเว็บไซต์ ในปัจจุบันที่รับรายได้พิเศษจากการโฆษณาบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้กลายเป็นตัวเลือกใหม่ แต่มีข้อจำกัดของหน้าจอโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่มีขนาดเล็กทำให้เห็นโฆษณบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการเข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุด

3. เอ็ม-คอมเมอร์ซ (M-Commerce) หลังจากอี-คอมเมอร์ซ ทำให้เกิดการทำการธุรกรรมจากการซื้อขายออนไลน์ และนำมาปรับใช้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทำให้เกิดระบบพาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือการกระทำการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น การซื้อตั๋วภาพยนตร์ การซื้อสินค้าและบริการ เป็นต้น

4. รหัสสองมิติ (QR Code) หรือ รหัสการตอบสนองอย่างรวดเร็ว มีลักษณะเป็นการบาร์โค้ดที่สามารถปรากฏบนกระดาษผลิตภัณฑ์หรือป้าย สามารถอ่านค่าโดยใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรืออุปกรณ์เฉพาะการอ่าน QR Code และมี URL อยู่ภายในรหัส เมื่อได้สแกนรหัส QR Code หรือลิงค์ URL จะนำไปสู่เว็บไซต์ และยังสามารถนำไปสู่ข้อความหรือข้อเสนอพิเศษได้

5. คู่มือมือถือ (Mobile Coupons) เป็นตัวอิเล็กทรอนิกส์ หรือข้อความที่ถูกส่งไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบุคคลทั่วไป ผ่านทาง SMS หรือข้อความ MMS สำหรับบุคคลที่จะรับข้อเสนอหรือส่วนลดในสินค้าหรือบริการ เป็นวิธีที่ดีในการผลักดันในการจัดเก็บหรือเข้าชมเว็บไซต์ ตัวอย่างเช่น ได้รับข้อความ SMS ที่จะได้รับส่วนลด 20% ที่พิชชาเอ็กซ์เพรส เป็นต้น

6. การตลาดที่อยู่ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Location Based Mobile Marketing) องค์ประกอบของตลาดตามที่อยู่ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ประกอบไปด้วย 2 องค์ประกอบหลัก ดังนี้ 1) ความสัมพันธ์ของคู่มือมือถือ และที่อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม เพื่อแลกเปลี่ยนค่าโฆษณา ซึ่งเป็นวิธีที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยใช้จีพีเอส และสามารถเข้าถึงผู้ชมได้ในปริมาณมาก และมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว และ 2) การรวมข้อดีของแอปพลิเคชัน และเว็บไซต์ที่แสดงตำแหน่งเข้าด้วยกัน เช่น หลักการการทำงานของ Foursquare แอปพลิเคชันที่สามารถตั้งกระทู้และแสดงสถานะปัจจุบันทำให้ทราบตำแหน่งของสถานที่ตั้ง นอกจากนี้ยังมีแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก สามารถแสดงสถานะ ตำแหน่ง และสถานที่ตั้งร่วมกันในเครือข่ายทางสังคมไว้บนโทรศัพท์

7. การชำระเงินมือถือ (Mobile Payments) จากสถานการณ์ที่ต้องการซื้อสินค้าออนไลน์ การชำระเงินสามารถทำได้อย่างรวดเร็วผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยการดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน และสามารถโอนเงินเข้าบัญชีได้ทันที

8. เว็บไซต์โทรศัพท์มือถือ (Mobile Website) เป็นปัจจัยที่ดีที่สุดของโทรศัพท์เคลื่อนที่และเป็นอินเทอร์เน็ตเพจที่จะได้เห็นเว็บไซต์ที่มีการบีบอัดของข้อมูลมากขึ้น ด้วยคุณสมบัติการออกแบบการใช้งานและระบบนำทางที่ช่วยให้เว็บไซต์ที่ดูได้จากหน้าจอมือถือ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดพิษณุโลก โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 307 คน จากประชากรจำนวน 1,322 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยแบบสอบถาม 1 ชุด โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check – List) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check – List)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile เป็นคำถามชนิดมาตราวัดแบบ (Rating Scale)

วิธีสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง ตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาหลักการทฤษฎีจากตำรา เอกสาร บทความทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. นำข้อมูลที่ได้มากำหนดเป็นข้อคำถามในการออกแบบสอบถาม
3. สร้างเครื่องมือเป็นแบบสอบถามตามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ แล้วเสนอให้

ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และหาดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถาม โดยเลือกข้อที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป แล้วนำมาพิจารณาความเหมาะสมของสำนวนภาษา การใช้ถ้อยคำ และนำแบบสอบถามไปปรับปรุงแก้ไข

การเก็บรวบรวมข้อมูล

สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จากกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile มีรายละเอียดของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังแสดงในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลจำนวนในจังหวัดพิษณุโลกกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งตามอำเภอ

ลำดับ	อำเภอในจังหวัดพิษณุโลก	จำนวนประชากรผู้ใช้งาน A-Mobile ธ.ก.ส. (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
1	เมือง	364	84
2	นครไทย	135	31
3	ชาติตระการ	72	17
4	บางระกำ	151	35
5	บางกระพุ่ม	66	15
6	พรหมพิราม	166	39
7	วัดโบสถ์	59	14
8	วังทอง	230	54
9	เนินมะปราง	78	18
รวม		1,322	307

1. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ เครื่องมือและขั้นตอนที่ใช้สำหรับการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง คือ แบบสอบถามโดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

- 1.1 ศึกษาค้นคว้าจากหนังสือวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดคำถาม รวมทั้งการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
- 1.2 นำแบบสอบถามเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้อง ครอบคลุมเนื้อหา ความชัดเจนและความเหมาะสมทางภาษาของข้อความและนำมาปรับปรุงแก้ไข โดยการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ มีค่า IOC มากกว่า 0.6
- 1.3 นำแบบสอบถามไปทำการทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบว่าคำถามในแต่ละข้อสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยต้องการหรือไม่
- 1.4 นำแบบสอบถามที่กลุ่มตัวอย่างทำแล้วมาตรวจสอบและลงรหัส เพื่อกำหนดหาคุณภาพของแบบสอบถาม ซึ่งเป็นการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ด้วยวิธีครอนบาค โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปด้วยคอมพิวเตอร์ จากการทดสอบแบบสอบถามได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.897

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการรวบรวมจากแบบสอบถาม คณะผู้วิจัยจะนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์เพื่อหาค่าสถิติต่างๆ ตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สำหรับวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมและความพึงพอใจการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของลูกค้าธนาคารในจังหวัดพิษณุโลก

การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดพิษณุโลก

สำหรับการวัดระดับความพึงพอใจต่างๆ จะใช้มาตราส่วนแบบประเมินค่า (Likert Scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ พอใจมากที่สุด พอใจมาก พอใจปานกลาง พอใจน้อย พอใจน้อยที่สุด

และในเกณฑ์การแปลความหมาย เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลความหมายมี 5 ตัวเลือกช่วงคะแนน ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ

4.21-5.00	มีความพอใจมากที่สุด
3.41-4.20	มีความพอใจมาก
2.61-3.40	มีความพอใจปานกลาง
1.81-2.60	มีความพอใจน้อย
1.00-1.80	มีความพอใจน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 307 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง จำนวน 204 คน (ร้อยละ 66.4) เพศชาย จำนวน 103 คน (ร้อยละ 33.6) มีอายุช่วง 31-40 ปี มากที่สุด จำนวน 103 คน (ร้อยละ 33.6) มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 208 คน (ร้อยละ 67.8) มีอาชีพ พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 257 คน (ร้อยละ 83.7) 40,001 บาทขึ้นไป มากที่สุด จำนวน 126 คน (ร้อยละ 41) ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobileประเภทการโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ มากที่สุดจำนวน 174 คน (ร้อยละ 56.7) รองลงมาโอนเงินในประเทศและต่างประเทศ จำนวน 94 คน (ร้อยละ 30.6) การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ทำให้เกิดความสะดวกในการใช้งาน จำนวน 174 คน (ร้อยละ 56.7) รองลงมาคือ ประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 48 คน (ร้อยละ 15.6) และใช้บริการมากที่สุดคือ 3-5 ครั้ง/เดือน จำนวน 137 คน (ร้อยละ 44.6) รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	103	33.6
	หญิง	204	66.4
อายุ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4	1.3
	21 – 30 ปี	60	19.5
	31 – 40 ปี	103	33.6
	41 – 50 ปี	78	25.4
	51 ปีขึ้นไป	62	20.2

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	3	1.0
มัธยมศึกษา/ปวช.	16	5.2
อนุปริญญา/ปวส.	8	2.6
ปริญญาตรี	208	67.8
สูงกว่าปริญญาตรี	72	23.5
อาชีพ		
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	17	5.5
พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	257	83.7
เกษตรกร	10	3.3
พนักงานบริษัทเอกชน	12	3.9
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	6	2.0
อื่น ๆ	4	1.3
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	28	9.1
10,001 – 25,000 บาท	110	35.8
25,001 – 40,000 บาท	43	14.0
40,001 บาทขึ้นไป	126	41.0
ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ		
รับข่าวสารธนาคาร	11	3.6
Update ราคาสินค้าเกษตร	3	1.0
โอนเงินในประเทศและต่างประเทศ	94	30.6
ตรวจสอบเช็คสลากออมทรัพย์ ธ.ก.ส.	7	2.3
การให้ความรู้เกี่ยวกับการป้องกันภัยทางการเงิน	0	0.0
ทีวี ธ.ก.ส.	0	0.0
การโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์	174	56.7
อื่นๆ	18	5.9
ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการ		
สะดวกในการใช้งาน	174	56.7%
ประหยัดค่าใช้จ่าย	48	15.6%
มีความแม่นยำ ถูกต้องในการใช้งาน	1	0.3%
รวดเร็วในการใช้งาน	28	9.1%
ประหยัดเวลา	41	13.4%
อื่นๆ	15	4.9%

การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดพิษณุโลก

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน		
1 – 2 ครั้ง/เดือน	93	30.3
3 – 5 ครั้ง/เดือน	137	44.6
6 – 10 ครั้ง/เดือน	46	15.0
มากกว่า 10 ครั้ง/เดือน	30	9.8
รวม	307	100

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ผลการวิเคราะห์เพื่อหาระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ทั้ง 6 ด้านและภาพรวม ได้แก่ ด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ด้านต้นทุน ด้านความสะดวกสบาย ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านรูปแบบทางกายภาพ ด้านความปลอดภัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น ด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ($\bar{X}$ = 3.97, S.D. = 0.801) ด้านต้นทุน ($\bar{X}$ = 4.39, S.D. = 0.672) ด้านความสะดวกสบาย ($\bar{X}$ = 3.77, S.D. = 0.899) ด้านการติดต่อสื่อสาร ($\bar{X}$ = 4.0, S.D. = 0.842) ด้านรูปแบบทางกายภาพ ($\bar{X}$ = 3.98, S.D. = 0.845) ด้านความปลอดภัย ($\bar{X}$ = 4.18, S.D. = 0.763) รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 3-8

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความคิดเห็นของปัจจัยทางด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ

ด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การให้บริการทางการเงินที่หลากหลาย	3.83	0.992	ดี
ความแม่นยำ ถูกต้องของข้อมูล	3.92	1.042	ดี
การให้บริการที่สามารถรู้ทันทีที่ทำข้อมูลเสร็จ	4.17	0.952	ดี
รวม	3.97	0.801	ดี

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความคิดเห็นของปัจจัยทางด้านต้นทุน

ด้านต้นทุน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในแต่ละรายการ	4.25	0.825	ดีมาก
ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการธุรกรรมการเงินผ่าน A-Mobile ประหยัดกว่าการใช้ช่องทางอื่น	4.32	0.831	ดีมาก
การใช้บริการธุรกรรมการเงินผ่าน A-Mobile ช่วยประหยัดเวลาการใช้ช่องทางอื่น	4.40	0.904	ดีมาก
รวม	4.39	0.672	ดีมาก

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความคิดเห็นของปัจจัยทางด้านความสะดวกสบาย

ด้านความสะดวกสบาย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ระยะเวลาในการใช้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	4.20	1.043	ดีมาก
สามารถใช้บริการได้ทุกสถานที่	4.21	1.057	ดีมาก
ความรวดเร็วในการโหลดข้อมูล	3.43	1.187	ดี
ไม่มีความขัดข้องในการโหลดข้อมูล	3.10	1.234	ปานกลาง
สามารถใช้กับโทรศัพท์มือถือได้หลายรุ่น	3.90	1.010	ดี
รวม	3.77	0.899	ดี

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความคิดเห็นของปัจจัยทางการสื่อสาร

ด้านการสื่อสาร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การแนะนำการใช้บริการของพนักงานอย่างละเอียดชัดเจน และถูกต้อง	4.18	0.934	ดี
พนักงานสามารถตอบปัญหาการใช้งานและให้ความช่วยเหลือ หลังการสมัครใช้งานได้อย่างชัดเจน	4.08	0.931	ดี
การแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	3.80	1.007	ดี
มีศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ (Call Center) ให้บริการ	3.93	0.975	ดี
รวม	4.0	0.842	ดี

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความคิดเห็นของปัจจัยทางด้านรูปแบบทางกายภาพ

ด้านรูปแบบทางกายภาพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
รูปแบบที่ปรากฏบนหน้าจอมีความน่าสนใจ	3.77	1.023	ดี
การอธิบายการใช้งานอย่างเป็นลำดับ ขั้นตอน มีความชัดเจน เข้าใจง่าย	3.96	0.956	ดี
ภาษาที่ใช้สามารถอ่านแล้วเข้าใจได้ง่าย	4.17	0.844	ดี
จำนวนขั้นตอนการใช้บริการในแต่ละครั้ง	4.02	0.896	ดี
รวม	3.98	0.845	ดี

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความคิดเห็นของปัจจัยทางด้านความปลอดภัย

ด้านความปลอดภัย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การมีรหัสผ่านก่อนเข้าใช้บริการในแต่ละครั้ง	4.42	0.777	ดีมาก
การลงทะเบียนใช้งานครั้งแรกผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร	4.01	1.035	ดี
การมีระบบป้องกันการขโมยรหัสผ่านที่นำเชื่อถือ	4.12	0.860	ดี
รวม	4.18	0.763	ดี

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด ส่วนใหญ่จบการศึกษา ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รองลงมาเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 40,0001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและความพึงพอใจการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของลูกค้าธนาคารในจังหวัดพิษณุโลก

ด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในระดับดี ในเรื่องการให้บริการที่สามารถรู้ผลได้ทันทีที่ทำข้อมูลเสร็จ รวมถึงความแม่นยำ ความถูกต้องของข้อมูล และการให้บริการทางการเงินที่หลากหลาย

ด้านต้นทุน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในระดับดีมาก ในเรื่องการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ช่วยทุ่นแรงในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารหรือ ตู้ ATM การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ช่วยประหยัดเวลากว่าการใช้ช่องทางอื่น ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ประหยัดกว่าการใช้ช่องทางอื่น และความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในแต่ละรายการที่ไม่สูงจนเกินไป

ด้านความสะดวกสบาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในระดับดี ในเรื่องที่สามารถใช้บริการได้ทุกสถานที่ และมีระยะเวลาในการใช้บริการตลอด 24 ชั่วโมง สามารถใช้กับโทรศัพท์มือถือได้หลายรุ่น ความรวดเร็วในการโหลดข้อมูลก็อยู่ระดับดีไม่ล่าช้าไม่ต้องรอคิวเหมือนการไปใช้บริการที่ธนาคารโดยตรง และไม่มี ความขัดข้องในการโหลดข้อมูล

ด้านการติดต่อสื่อสาร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในระดับดี ในเรื่องคำแนะนำการใช้บริการของพนักงานอย่างละเอียด ชัดเจน และถูกต้อง พนักงานสามารถตอบปัญหาด้านการใช้งานและให้ความช่วยเหลือ หลังการสมัครใช้งานได้อย่างชัดเจน สามารถใช้กับโทรศัพท์มือถือได้หลายรุ่น และการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่างๆของทางธนาคาร ก็ทำให้ลูกค้าประทับใจอย่างยิ่งมากขึ้น

ด้านรูปแบบทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในระดับดี ในเรื่องภาษาที่ใช้ในการให้บริการสามารถอ่านแล้วเข้าใจได้ง่าย จำนวนขั้นตอนการให้บริการในแต่ละครั้งไม่เยิ่นเย้อจนเกินไป การอธิบายการใช้งานอย่างเป็นลำดับ ขั้นตอน มีความชัดเจน เข้าใจง่าย รวมถึงรูปแบบที่ปรากฏบนหน้าจอก็มีความน่าสนใจ

ด้านความปลอดภัย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในระดับดี ในเรื่องมีการใส่รหัสผ่านก่อนเข้าใช้บริการในแต่ละครั้งป้องกันการปลอมแปลงต่างๆ มีระบบป้องกันการขโมยรหัสผ่านที่น่าเชื่อถือได้ อีกทั้งยังมี การลงทะเบียนใช้งานครั้งแรกผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านความสะดวกสบาย ผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเสนอแนะในเรื่องการทำงานของระบบให้มีความคล่องตัว ไม่ให้เกิดการขัดข้องในการทำธุรกรรม
2. ด้านรูปแบบทางกายภาพ ผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเสนอแนะในเรื่องขั้นตอนในการทำธุรกรรมให้ดียิ่งขึ้น และใช้ภาษาที่อ่านให้ง่ายขึ้น
3. ควรมีการวิจัยถึงแนวทางการพัฒนาระบบการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรที่ให้ความสะดวกสบาย และทำให้เข้าใจง่ายขึ้น
4. การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาเพียงจังหวัดพิษณุโลกเพียงจังหวัดเดียว จึงควรทำการศึกษาแต่ละสาขาของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่เจาะลึกถึงผู้ใช้บริการ A-Mobile มากขึ้น และเป็นแนวทางในการพัฒนา A-Mobile ในอนาคตต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจ. (2561). 'ธ.ก.ส.' เปิดตัวธุรกรรมบนมือถือ. สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com/>
- ขวัญใจ อุณหวัฒน์ไพบุลย์. (2560). ความพึงพอใจผู้ใช้บริการโบบายแบงกิ้งของธนาคารออมสินในกรุงเทพมหานคร(ฝั่งธนบุรี). *วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา*, 11(2), 46-58.
- ณัฐคุณค์ ดองยังไพร. (2556). ส่วนประสมทางการตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ M-Commerce ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- นพพร พลายวงษ์. (2544). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนบริการลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- พรพรรณ ช้างงานเนียม. (2553). ลักษณะบุคคล ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของลูกค้าธนาคารในกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- วรรณพร หวลมานพ. (2558). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโบบายแบงกิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วารสารศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ศุภชัยวิจัยกสิกร. (2559). แผน National e-Payment. สืบค้นจาก <https://www.kasikornresearch.com/>
- สุชาติ พลาชัยภิมยศิลป์. (2556). แนวโน้มการใช้โบบายแบงกิ้ง. *วารสารนักบริหาร*, 31(4), 110-115.
- Jon, A. (1996). Customer relationship management: Making hard decisions with soft numbers. *Journal of Leisure Research*, 29(3), 355-358.
- Mangozero. (2017). *The Future of Mobkle Banking*. Retrieved from <https://www.mangozero.com/the-future-of-mobile-banking-in-thailand-by-kbank/>