



แนวทางการลดจำนวนลูกค้าที่ยกเลิกการใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile

Guidelines for reducing the number of customers who cancel using

BAAC A-Mobile application service

สมภพ จีบเกาะ¹ และ ธนธร วชิรขจร²

¹ บัณฑิตวิทยาลัย กลุ่มวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, kengsama999@gmail.com

² สาขาการจัดการธุรกิจบริการ คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, thanathorn_vaj@utcc.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวทางการลดจำนวนลูกค้าที่ยกเลิกการทำธุรกรรมทางการเงิน และนำผลการศึกษาที่ได้ ให้ธนาคารไปใช้ในการปรับปรุง Mobile banking แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น โดยใช้การสอบถามจากแบบสอบถามออนไลน์ กับลูกค้าผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 ราย ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2564 ผลการศึกษพบว่า สาเหตุที่ลูกค้ายกเลิกการใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile คือ การปิดบัญชีเงินฝาก จำนวนเงินฝากในบัญชีน้อย และขั้นตอนยุ่งยาก ด้านประสบการณ์ใช้บริการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile และ ด้านความพึงพอใจต่อการทำธุรกรรมผ่าน แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการเปรียบเทียบบริการ Mobile Banking แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile กับบริการแบบเดียวกันของธนาคารอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน/พอๆ กัน และความสะดวกในการใช้งานเป็นประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking)

คำสำคัญ: ธ.ก.ส., แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile, Mobile banking

ABSTRACT

The purpose of this research were to study the guidelines for reducing the number of customers who cancel using BAAC A-Mobile application service in order to improve mobile banking applications BAAC A-Mobile to meet the needs of customers who use more services. Data was collected using online questionnaires with customers who use BAAC A-Mobile application service in Nakhon Ratchasima province amount 400 persons during February 2021. The finding of this research found that the reasons of customers cancellations of the BAAC A-Mobile application are: deposit account closure, the less amount of deposit in the account and tricky procedure. Experience of using transaction services the satisfaction via BAAC A-Mobile applications was at the medium level. Comparison of Mobile Banking service, BAAC A-Mobile application with similar services of other banks Not different / equally. Ease of use is an added benefit of using a mobile banking service.

Keywords: BAAC, Application BAAC A-Mobile, Mobile banking



1. บทนำ

ตามที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ได้เปิดให้บริการ Mobile banking แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ให้บริการธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ผ่านสมาร์ตโฟน ทั้งระบบ IOS และ Android เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ และทันต่อเทคโนโลยีทางการเงินที่เปลี่ยนแปลงไป จากข้อมูลในปี 2563 ณ วันที่ 31 ตุลาคม 2563 ของสำนักงาน ธ.ก.ส.จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ผู้ใช้บริการ Mobile banking แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile มีการยกเลิกการใช้บริการเป็นจำนวนมาก รวมอีกทั้ง 7 จังหวัด ได้แก่ ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี ยโสธร และอำนาจเจริญ ในสังกัดฝ่ายกิจการสาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (ผอ.ล.) มีแนวโน้มยกเลิกการใช้บริการเพิ่มมากขึ้น เช่นเดียวกัน (ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร) ดังนั้นจึงควรทำการศึกษาถึงสาเหตุ และแนวทางการสนับสนุนให้ลูกค้าผู้ใช้บริการ Mobile banking แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ให้บริการธุรกรรมทางการเงินอย่างต่อเนื่อง

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการลดจำนวนลูกค้าที่ยกเลิกการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile
2. เพื่อช่วยให้ธนาคารนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุง Mobile banking แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น

3. การดำเนินการวิจัย

กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ใน จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 50,611 ราย (สถานะใช้งาน (Activate) ณ เดือนตุลาคม 2563) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของทาโร่ ยามาเนะ (Taro Yamane, 1970 อ้างถึงใน วุฒิ สุขเจริญ, 2561: 98) มาใช้ในการคำนวณหาขนาดตัวอย่างโดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น (Confidence Level) ที่ร้อยละ 95 หรือมีระดับความคลาดเคลื่อน ± 5 เปอร์เซ็นต์ เท่ากับ 400 ราย ด้วยการตอบแบบสอบถามออนไลน์โดยใช้แพลตฟอร์ม Google form ส่ง Link :<https://docs.google.com/forms/d/1nsEk6kbApNLxKMVgjAvWbem1DjcHKla1xv8d7XXsrEc/edit> ด้วย QR Code ผ่านแอปพลิเคชัน LINE ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2564 ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ภูมิลำเนา เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานะ การใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile

ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวประสบการณ์ใช้บริการทำธุรกรรมผ่าน แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile โดยมีการกำหนดระดับความคิดเห็น ค่า 5 ระดับมากที่สุด และค่า 1 ระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการทำธุรกรรมผ่าน แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile โดยมีการกำหนดระดับความพึงพอใจ ค่า 5 ระดับมากที่สุด และค่า 1 ระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับจำนวนแอปพลิเคชัน ธนาคารบนมือถือ จำนวนแอปพลิเคชัน ธนาคารบนมือถือที่ใช้งาน เปรียบเทียบแอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ



ข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ค่าสถิติ โดยใช้โปรแกรม Microsoft Excel เพื่อนำค่าสถิติที่ได้มาทำการประเมินและสรุปผล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อใช้อธิบายคุณลักษณะต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ 1. ค่าร้อยละ (Percent) 2. ค่าเฉลี่ย (Mean) 3. ค่าความถี่ (Frequency) 4. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD)

4. ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	152	38
หญิง	236	59
ทางเลือกอื่นๆ	12	3
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	156	39
20 - 29 ปี	44	11
30 - 39 ปี	148	37
40 - 49 ปี	28	7
50 - 59 ปี	20	5
60 ปีขึ้นไป	4	1
3. การศึกษา		
ประถมศึกษา	8	2
มัธยมศึกษาตอนต้น / ปวช.	32	8
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวส.	64	16
ปริญญาตรี	244	61
สูงกว่าปริญญาตรี	52	13
4. อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	192	48
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	100	25
พนักงานบริษัทเอกชน	40	10
นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ	16	4
รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ	20	5
เกษตรกรรวม	12	3
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	4	1
อื่นๆ	16	4
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 5,000 บาท	180	45
5,001 - 10,000 บาท	44	11
10,001 - 15,000 บาท	16	4
15,001 - 20,000 บาท	20	5
20,001 - 25,000 บาท	12	3
25,001 - 30,000 บาท	36	9
มากกว่า 30,000 บาท	92	23



ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
6. เคยยกเลิกการใช้บริการ Mobile Banking		
ใช่	64	16
ไม่ใช่	336	84
7. สาเหตุที่ยกเลิกใช้บริการ Mobile Banking		
ปิดบัญชีเงินฝาก	20	31.25
เปลี่ยนโทรศัพท์มือถือ(สมาร์ตโฟน)	4	6.25
จำนวนเงินฝากในบัญชีน้อย	12	18.75
ไม่มั่นใจในความปลอดภัย	-	-
ขั้นตอนยุ่งยาก	12	18.75
ไม่มีสัญญาณ Internet	8	12.50
ไม่มีการแนะนำการใช้บริการ	-	-
อื่นๆ	8	12.50

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาศัยอยู่ในจังหวัดนครราชสีมาจำนวน 400 ราย เป็นเพศชาย จำนวน 152 ราย คิดเป็นร้อยละ 38 เป็นเพศหญิง จำนวน 236 ราย คิดเป็นร้อยละ 59 และเป็นเพศทางเลือกอื่นๆ จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3 อายุของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดอยู่ในช่วงต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 156 ราย คิดเป็นร้อยละ 39 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 244 ราย คิดเป็นร้อยละ 61 ประกอบอาชีพพนักงานเรียน / นักศึกษา จำนวน 192 ราย คิดเป็นร้อยละ 48 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 180 ราย คิดเป็นร้อยละ 45 เคยยกเลิกการใช้บริการ Mobile Banking จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 16 สาเหตุที่ยกเลิกใช้บริการ Mobile Banking คือปิดบัญชีเงินฝาก จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.25

ส่วนที่ 2 ความเห็นด้วยกับประสบการณ์ใช้บริการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile

ประสบการณ์ใช้บริการทำ ธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile	ระดับความเห็นด้วย					รวม	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. จากประสบการณ์ โดยรวมที่ท่านได้ใช้ บริการธนาคารเพื่อ การเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร (ธ.ก.ส.) ท่าน จะแนะนำบริการให้กับ เพื่อนหรือคนในครอบครัว	120	112	128	28	12	400	3.75	1.05	ปานกลาง
	(30%)	(28%)	(32%)	(7%)	(3%)	(100%)			
2. จากประสบการณ์การ ทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile บนมือถือท่านจะให้ คะแนนความพึงพอใจ โดยรวม	84	152	132	24	8	400	3.70	0.93	ปานกลาง
	(21%)	(38%)	(33%)	(6%)	(2%)	(100%)			



ประสบการณ์ใช้บริการทำ ธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile	ระดับความเห็นด้วย						\bar{X}	S.D.	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม			
3. ท่านเห็นด้วยมาก-น้อย เพียงใด หากกล่าวว่าการ ทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile เป็นเรื่องง่าย	108 (27%)	136 (34%)	116 (29%)	28 (7%)	12 (3%)	400 (100%)	3.75	1.02	ปานกลาง

ผลการศึกษาพบว่าจากประสบการณ์โดยรวมที่ท่านได้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จะแนะนำบริการให้กับเพื่อนหรือคนในครอบครัว เห็นด้วยระดับปานกลาง จำนวน 128 ราย คิดเป็นร้อยละ 32 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 (ปานกลาง) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.05 จากประสบการณ์การทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile บนมือถือท่านจะให้คะแนนความพึงพอใจโดยรวม เห็นด้วยระดับมาก จำนวน 152 ราย คิดเป็นร้อยละ 38 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 (ปานกลาง) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.93 การทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile เป็นเรื่องง่าย เห็นด้วยระดับมากที่สุด จำนวน 136 ราย คิดเป็นร้อยละ 34 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 (ปานกลาง) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.02

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการทำธุรกรรมผ่าน แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile

ความพึงพอใจต่อการทำ ธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile	ระดับความพึงพอใจ						\bar{X}	S.D.	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม			
1. การแสดงผลบนหน้าจอ	120 (30%)	160 (40%)	104 (31%)	12 (3%)	4 (1%)	400 (100%)	3.95	0.88	ปานกลาง
2. ความหลากหลายของ ธุรกรรมที่ให้บริการ	72 (18%)	188 (47%)	120 (30%)	16 (4%)	4 (1%)	400 (100%)	3.77	0.82	ปานกลาง
3. จำนวนขั้นตอนการทำ ธุรกรรม	84 (21%)	176 (44%)	124 (31%)	12 (3%)	4 (1%)	400 (100%)	3.81	0.83	ปานกลาง
4. ความรวดเร็วของระบบ ในการทำธุรกรรม	80 (20%)	176 (44%)	128 (32%)	12 (3%)	4 (1%)	400 (100%)	3.79	0.83	ปานกลาง
5. ความเสถียรของระบบ	60 (15%)	132 (33%)	172 (43%)	32 (8%)	4 (1%)	400 (100%)	3.53	0.88	ปานกลาง
6. ความราบรื่นตลอดการ ใช้งาน	84 (21%)	148 (37%)	148 (37%)	16 (4%)	4 (1%)	400 (100%)	3.73	0.87	ปานกลาง
7. มีระบบป้องกันความ ปลอดภัยผ่าน PIN 6 หลัก	148 (37%)	144 (36%)	92 (23%)	12 (3%)	4 (1%)	400 (100%)	4.05	0.90	มาก

ผลการศึกษาพบว่าผลการแสดงผลบนหน้าจอ มีระดับความพึงพอใจมาก จำนวน 160 ราย คิดเป็นร้อยละ 40 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 (ปานกลาง) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.88 ความหลากหลายของธุรกรรมที่ให้บริการมีระดับความพึงพอใจมาก จำนวน 188 ราย คิดเป็นร้อยละ 47 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 (ปานกลาง) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.82 จำนวนขั้นตอนการทำธุรกรรมมีระดับความพึงพอใจมาก จำนวน 176 ราย คิด



เป็นร้อยละ 44 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 (ปานกลาง) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.83 ความรวดเร็วของระบบในการทำธุรกรรมมีระดับความพึงพอใจมาก จำนวน 176 ราย คิดเป็นร้อยละ 44 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 (ปานกลาง) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.83 ความเสถียรของระบบมีระดับความพึงพอใจปานกลาง จำนวน 172 ราย คิดเป็นร้อยละ 43 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 (ปานกลาง) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.88 ความราบรื่นตลอดการใช้งาน มีระดับความพึงพอใจมาก และปานกลางแต่ละระดับเท่าๆ กัน จำนวน 148 ราย คิดเป็นร้อยละ 37 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 (ปานกลาง) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.87 ระบบป้องกันความปลอดภัยผ่าน PIN 6 หลัก มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด จำนวน 148 ราย คิดเป็นร้อยละ 37 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 (มาก) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.90

ส่วนที่ 4 จำนวนแอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือ / จำนวนแอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือที่ใช้งานเพื่อเปรียบเทียบแอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือ

เปรียบเทียบแอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือ	จำนวน	ร้อยละ
1. การใช้บริการ Mobile Banking (แอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือ) ทั้งหมดที่ธนาคาร โดยนับรวมบริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ด้วย		
1 ธนาคาร (ใช้เฉพาะ แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile)	64	16
2 ธนาคาร	156	39
3 ธนาคาร	104	26
4 ธนาคาร	44	11
5 ธนาคารหรือมากกว่า	32	8
2. ปัจจุบันนอกเหนือจากแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ท่านใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของธนาคารใด		
ธนาคารกสิกรไทย	100	25
ธนาคารไทยพาณิชย์	80	20
ธนาคารกรุงไทย	80	20
ธนาคารออมสิน	52	13
ธนาคารกรุงเทพ	16	4
ธนาคารทหารไทย	8	2
ไม่มี	64	16
3. เมื่อเปรียบเทียบบริการ Mobile Banking (แอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือ) ของ ธ.ก.ส. A-Mobile กับบริการแบบเดียวกันของธนาคารอื่นๆ ที่ท่านใช้บริการแล้ว ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร		
ธ.ก.ส. A-Mobile ดีกว่ามาก	28	7
ธ.ก.ส. A-Mobile ดีกว่าเล็กน้อย	16	4
ไม่แตกต่าง / พอๆกัน	244	61
ธ.ก.ส. A-Mobile แย่กว่าเล็กน้อย	80	20
ธ.ก.ส. A-Mobile แย่กว่ามาก	32	8



เปรียบเทียบแอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือ	จำนวน	ร้อยละ
4. ประโยชน์ที่ท่านได้รับจากการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) คืออะไร		
ความสะดวกในการใช้งาน	208	52
ความรวดเร็วในการใช้งาน	40	10
ประหยัดค่าใช้จ่าย	36	9
ประหยัดเวลา	88	22
มีความแม่นยำ	8	2
มีความถูกต้องในการใช้งาน	-	-
มีข้อมูล/ความรู้	16	4
ปลอดภัย	4	1

ผลการศึกษาพบว่า มีการใช้บริการ Mobile Banking (แอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือ) ทั้งหมด 2 ธนาคาร โดยนับรวมบริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ด้วย จำนวน 156 ราย คิดเป็นร้อยละ 39 ปัจจุบันนอกเหนือจากแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของธนาคารกสิกรไทย จำนวน 100 ราย คิดเป็นร้อยละ 25 เมื่อเปรียบเทียบบริการ Mobile Banking (แอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือ) ของ ธ.ก.ส. A-Mobile กับบริการแบบเดียวกันของธนาคารอื่นๆ ที่ท่านใช้บริการมีความคิดเห็นว่า ไม่แตกต่าง/พอๆ กัน จำนวน 244 ราย คิดเป็นร้อยละ 61 ความสะดวกในการใช้งาน เป็นประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) จำนวน 208 ราย คิดเป็นร้อยละ 52

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ผลการศึกษาพบว่า ควรปรับปรุงระบบ ธ.ก.ส. A-Mobile ให้มีความเสถียร สะดวกต่อการใช้งาน และเพิ่มความหลากหลายในการทำธุรกรรม

5. การอภิปรายผล

การศึกษาแนวทางการลดจำนวนลูกค้าที่ยกเลิกการใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ผู้ตอบแบบสอบถามในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ที่ใช้ Mobile Banking แอปพลิเคชัน จำนวน 400 คน ทั้งเพศชาย เพศหญิง และเพศทางเลือกอื่นๆ ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 30-39 ปี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ การศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรชมศึกษาตอนปลาย/ปวส. มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท และส่วนมากไม่เคยยกเลิกการใช้บริการ Mobile Banking ร้อยละ 84 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความภักดีต่อตราสินค้า ที่สะท้อนให้เห็นถึงระดับความสัมพันธ์ที่ลูกค้ามีต่อบริษัท โดยมีความเชื่อพื้นฐานที่ว่าลูกค้าที่มีความภักดีต่อบริษัทจะไม่สนใจสินค้าหรือบริการจากคู่แข่งรายอื่น ไม่ว่าจะคู่แข่งจะมีสินค้าหรือบริการเป็นเช่นไร (อรประภา อัศดาชาติฤฎ และคณะ, 2554) เช่นเดียวกับการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) ของกลุ่มผู้ใช้งาน ที่มีอายุ 40-60 ปี พบว่า เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ มีการยอมรับนวัตกรรมและการได้รับข่าวสารข้อมูลใหม่ๆ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งการยอมรับโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน มาจากความคาดหวัง การรับรู้และประสบการณ์การใช้งานของแอปพลิเคชัน ที่ง่าย สะดวก เป็นประโยชน์ หากมีประสบการณ์ที่ดีจะส่งผลให้การใช้งานเพิ่มสูงขึ้น (ปวีตรา สอนดี ,2561) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ยกเลิกการใช้บริการ Mobile Banking ร้อยละ 16 มีสาเหตุมาจากการปิดบัญชีเงินฝาก จำนวน



เงินฝากในบัญชีน้อย ขึ้นตอนยุ่งยาก ไม่มีสัญญาณ Internet สอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) เป็นการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อ และใช้สินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของตน ดังนั้น การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและบริโภคจึงจำเป็น เพื่อจะได้นำไปใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงใจกลุ่มเป้าหมาย และช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย (ฉัฐพล ไยไพโรจน์, 2559)

การศึกษาด้านประสบการณ์ใช้บริการทำธุรกรรมผ่าน แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile สอดคล้องกับ สูดาพร คุณทลบุตร (2557) เกี่ยวกับทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ ทั้งปัจจัยทางจิตวิทยา ได้แก่ การจูงใจ (Motivation) ด้วยการแนะนำบริการให้กับเพื่อนหรือคนในครอบครัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75(ปานกลาง) การรับรู้ (Perception) ความพึงพอใจโดยรวมจากการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70(ปานกลาง) และการเรียนรู้ (Learning) ด้วยการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile เป็นเรื่องง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75(ปานกลาง) และปัจจัยทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ วัฒนธรรม (culture), วัฒนธรรมของกลุ่มย่อย (sub-culture), ชั้นทางสังคม (social class), กลุ่มอ้างอิง (reference group) และครอบครัว (family) โดยเฉพาะครอบครัว เป็นกลุ่มที่มีบทบาทต่อการใช้จ่ายหลาย ๆ ชนิดของผู้บริโภค เพราะเป็นแหล่งของการอบรมเลี้ยงดู ทั้งอบรมสั่งสอนโดยตรง หรือถ่ายทอดประสบการณ์ในชีวิตประจำวัน มนุษย์ได้รับการถ่ายทอดจากครอบครัว แม้บางส่วนเปลี่ยนไปเมื่อเติบโตขึ้น แต่หลายส่วนก็ติดตัวไปจนถ่ายทอดให้บุตรหลานในลำดับต่อมา

การศึกษาความพึงพอใจต่อการทำธุรกรรมผ่าน แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile มีระดับความพึงพอใจมาก คือมีระบบป้องกันความปลอดภัยผ่าน PIN 6 หลัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ส่วนการแสดงผลบนหน้าจอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ความหลากหลายของธุรกรรมที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 จำนวนขั้นตอนการทำธุรกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ความรวดเร็วของระบบในการทำธุรกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ความเสถียรของระบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และความราบรื่นตลอดการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับคุณภาพการบริการที่ถูกคาดหวังกับบริการที่ลูกค้าได้รับจริง ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546 อ้างถึงใน พนิตสุภา ธรรมประมวล, 2563) นำมาซึ่งความสำเร็จในการให้บริการคือ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (satisfaction) การให้บริการที่ดีต้องมีเป้าหมายที่ผู้รับบริการเป็นหลัก โดยเป็นหน้าที่โดยตรงที่ผู้ให้บริการจะต้องพยายามกระทำกิจกรรมใดๆ ให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด และงานวิจัยของ ศุภิสรา คุณรัตน์ (2562) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน แอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความสามารถของระบบ มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน แอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครมากที่สุด

การศึกษาเปรียบเทียบแอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือ มีการใช้บริการ Mobile Banking จำนวน 2 ธนาคาร คือแอปพลิเคชันของธนาคารกสิกรไทย และแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile เมื่อเปรียบเทียบบริการแบบเดียวกันแล้ว มีการให้บริการที่ไม่แตกต่างกัน/พอๆกัน ซึ่งการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ(Mobile Banking) มีประโยชน์ด้านความสะดวกในการใช้งาน มากที่สุด รวมทั้งความต้องการและข้อเสนอแนะอื่นๆ เช่น การรักษาความปลอดภัยในการใช้งานแอปพลิเคชัน ความเสถียรของระบบ สะดวกต่อการใช้งาน และเพิ่มธุรกรรมทางการเงินให้มีความหลากหลาย สอดคล้องกับปราณี เอี่ยมล่อภักดี (2562) ด้านคุณภาพการบริการด้วยแบบจำลองคุณภาพการบริการบนพื้นฐานองค์ประกอบคุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความไว้วางใจได้ (Assurance) ความเป็นรูปธรรม (Tangibles) การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) และการตอบสนอง (Responsiveness) สามารถนำไป



ประยุกต์ใช้วัดคุณภาพการบริการเพื่อทราบถึงคุณภาพบริการ ในมุมมองของลูกค้า และใช้เป็นแนวทางปรับปรุงคุณภาพบริการให้ตรงกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์และความพึงพอใจในการใช้บริการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) โดยการเก็บข้อมูลการตอบแบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้แพลตฟอร์ม Google ฟอรัม ส่ง Link ด้วย QR Code ผ่าน แอปพลิเคชัน LINE ให้แก่ลูกค้าผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ในจังหวัดนครราชสีมา ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2564 จำนวน 400 คน ผลจากการแบบสอบถามดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดมีอยู่ในช่วงต่ำกว่า 20 ปี กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่เคยยกเลิกการใช้บริการ Mobile Banking และสาเหตุที่ยกเลิกใช้บริการ Mobile Banking คือปัญหิวินิจฉัยเงินฝาก จำนวนเงินฝากในบัญชีมีน้อย และขั้นตอนยุ่งยาก

ส่วนที่ 2 การทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile เป็นเรื่องง่าย เห็นด้วยระดับมากที่สุด ประสบการณ์การทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile บนมือถือท่านจะให้คะแนนความพึงพอใจโดยรวมเห็นด้วยระดับมาก และ ประสบการณ์โดยรวมที่ท่านได้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จะแนะนำบริการให้กับเพื่อนหรือคนในครอบครัว เห็นด้วยระดับปานกลาง

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการทำธุรกรรมผ่าน แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือมีระบบป้องกันความปลอดภัยผ่าน PIN 6 หลัก ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือความหลากหลายของธุรกรรมที่ให้บริการ, ขั้นตอนการทำธุรกรรม, ความรวดเร็วของระบบในการทำธุรกรรม และความราบรื่นตลอดการใช้งาน ส่วนความเสถียรของระบบมีระดับความพึงพอใจปานกลาง

ส่วนที่ 4 มีการใช้บริการ Mobile Banking (แอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือ) ทั้งหมด 2 ธนาคาร ส่วนมากใช้บริการแอปพลิเคชันของธนาคารกสิกรไทย ร่วมบริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ด้วย เมื่อเปรียบเทียบบริการ Mobile Banking (แอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือ) ของ ธ.ก.ส. A-Mobile กับบริการแบบเดียวกันของธนาคารอื่นๆ ที่ท่านใช้บริการมีความคิดเห็นว่า ไม่แตกต่าง/พอๆกัน และเป็นประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) คือความสะดวกในการใช้งาน

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ผลการศึกษาพบว่า ควรปรับปรุงระบบ ธ.ก.ส. A-Mobile ให้มีความเสถียรสะดวกต่อการใช้งาน และเพิ่มความหลากหลายในการทำธุรกรรม

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ตามที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ได้กำหนดทิศทางการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ ระยะ 5 ปี (ปีบัญชี 2563-2567) เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ โดยสามารถเร่งการลงทุนและสร้างความแข็งแกร่งทางการเงินตามแผน Digital Roadmap เน้นการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาพัฒนางาน และเพิ่มประสิทธิภาพภายใต้ระบบธรรมาภิบาลที่โปร่งใส มีคุณธรรม และการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มาใช้เพื่อการพัฒนาในการสร้างโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงแหล่งเงินทุนอย่างทั่วถึง ควบคู่กับการให้ความรู้ทางการเงินเพื่อสนับสนุนความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานราก พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ลดความเหลื่อมล้ำใน



สังคมภายใต้การบริหารจัดการองค์กรที่มั่นคง โปร่งใส และยั่งยืนโดยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการและให้บริการทางการเงินครบวงจร และทันสมัยในภาคชนบท พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการครอบคลุมความต้องการลูกค้าทุกกลุ่มแบบเชิงรุก ด้วยแผนการพัฒนา Smart banking โดยธนาคารควรให้การสนับสนุนการพัฒนาระบบให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-mobile อย่างต่อเนื่อง ให้ทันสมัย สอดคล้องกับการดำเนินชีวิต เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีอย่างไม่สิ้นสุด

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. ควรมีการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์ม ให้มีความเสถียรของระบบ สามารถใช้งานได้สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ทุกที่ ทุกเวลา เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ ต่อการใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ
2. มีการสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับลูกค้าควบคู่ไปกับการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยเฉพาะหน้าจอการใช้งานที่ง่าย รวดเร็ว ไม่ซับซ้อน ลดขั้นตอนการทำรายการ และสามารถปรับเปลี่ยนการแสดงผลของข้อมูลเพื่อให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของลูกค้า
3. ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-mobile และการให้ข้อมูลความรู้ทางการเงิน ทางด้านเกษตรกรรม การตลาด การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ชุมชนท่องเที่ยว) เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและเกิดภาพลักษณ์ที่ดี
4. ตระหนักถึงความพึงพอใจของลูกค้า โดยการทำแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-mobile เก็บข้อมูลเป็นรายเดือน รายไตรมาส รายปี กับลูกค้าที่ใช้บริการ เพื่อเป็นการติดตามและประเมินผลความพึงพอใจของการให้บริการของระบบ ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการให้บริการและเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
5. Mobile banking เป็นบทบาทหนึ่งของการใช้โทรศัพท์มือถือในชีวิตประจำวัน ควรสร้างการรับรู้ผ่านทาง Social media การโฆษณาประชาสัมพันธ์ โปรโมชันการใช้บริการ และสิทธิพิเศษต่างๆ สำหรับลูกค้ารายใหม่เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการ และสำหรับลูกค้ารายเดิมได้กลับมาใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้อิสระเรื่องนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก ผศ.ดร.ชนธ วัชรขจร อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่ได้ให้ความกรุณาแนะนำ ตรวจสอบและแก้ไขเนื้อหาตลอดจนให้กำลังใจในการทำการศึกษาค้นคว้าอิสระ ขอขอบคุณธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรที่สนับสนุนทุนการศึกษา ขอขอบคุณครอบครัวที่สนับสนุนการศึกษา ให้กำลังใจ ตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา ขอขอบคุณ พี่ๆ เพื่อนๆ นักศึกษาปริญญา และผู้บริหาร พี่ๆ เพื่อนๆ ที่ทำงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สังกัดฝ่ายกิจการสาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่างทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือตลอดเวลาที่ศึกษาอยู่ ให้กำลังใจ และสนับสนุนในการทำการศึกษาค้นคว้าอิสระตลอดมา



เอกสารอ้างอิง

- คุณธรรม สิทธิศักดิ์. (2562). การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดพิษณุโลก. *บทความวิจัยคณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*. สืบค้นจาก <https://ThaiJOso03.tci-thaijo.org › jmspsru › article › download/>
- ณัฐพล ไยไพโรจน์. (2559). *Digital Marketing* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ไอดีซี พรีเมียร์.
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. ธนาคาร. (ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร). สืบค้นจาก <https://www.baac.or.th>
- ปราณี เข็มมลออภักดี. (2563). *กลยุทธ์การตลาดบริการ*. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. สืบค้นจาก <http://lms.utccmbaonline.com/course/view.php?id=351>
- ปวีตรา สอนดี. (2561). *การยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) ของกลุ่มผู้ใช้งาน ที่มีอายุ 40-60 ปี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ). เข้าถึงจาก <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3149/1/pawitra.sorn.pdf>
- วุฒิ สุขเจริญ. (2561). *วิจัยการตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา
- ศุภิสรา คุณรัตน์. (2561). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน แอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม). สืบค้นจาก <https://e-research.siam.edu/kb/factors-that-influence-to-accept-financial-technology-mobile-banking-application-of-service-users-in-bangkok/>
- สุดาพร คุณทนต์. (2557). *หลักการตลาดสมัยใหม่* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรประภา อัคราชาตรีกุล, อรพรรณ สิริวงษ์ไพบูลย์, พรพรรณ จงอรุณงามแสง, ศรีนทร์ ภัทรพงศ์วัฒนา, มรกต เตชะภักดีวงศ์, ภาวิต วายจุต, และวรสุดา เพิ่มแพงพันธุ์. (2554). *การวัดความพึงพอใจผู้บริโภค ระดับชาติ*. ใน นกมล ร่มโพธิ์ (บ.ก.), *หนังสือรวมบทความการวัดความพึงพอใจลูกค้าและความพึงพอใจพนักงาน* (น. 118-141). กรุงเทพฯ: อีเมจเนียร์.