



การยอมรับเทคโนโลยีระบบงานบริการด้วยตนเองของลูกค้าสำหรับการใช้งานศูนย์บริการลูกค้า  
กรณีศึกษาของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร  
Acceptance of customer self-service technology for customer service applications: A case study  
of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC) in Bangkok

จิรันธนิน คงตะนะ<sup>1</sup> และ ลัดดาวัลย์ เลขมาต<sup>2</sup>

<sup>1</sup> บัณฑิตวิทยาลัย กลุ่มวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, jirantanin0508@gmail.com

<sup>2</sup> กลุ่มวิชาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, llakmasi@gmail.com

บทคัดย่อ

ปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น เพื่อให้ได้รับความสะดวกสบาย รวดเร็วและมีความปลอดภัย การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการการทำธุรกรรมรายย่อยอัตโนมัติและตรวจสอบยอดเงินฝาก (2) ความพึงพอใจในการใช้บริการ (3) ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีและการตัดสินใจใช้บริการ และ (4) กำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับการให้บริการให้เป็นช่องทางเลือก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นลูกค้า ธ.ก.ส. ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ คือ ผู้ที่เคยใช้บริการ จำนวน 204 ราย กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ คือ ผู้ที่เคยใช้บริการและผู้ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 12 ราย เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ การกำหนดขนาดตัวอย่างตามสูตรของ เทโร ยามาเน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ส่วนด้านความพึงพอใจของลูกค้า ระบบเข้าใจง่าย ไม่ทำรายการหลายขั้นตอน ง่ายต่อการใช้บริการ ทั้งนี้ หากลูกค้ารับทราบข้อมูลการประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการทำธุรกรรมเพิ่มขึ้น จะนำไปสู่การตัดสินใจของลูกค้า และยังสามารถใช้เป็นแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มช่องทางการให้บริการมากขึ้น และเกิดการยอมรับเทคโนโลยีระบบงานบริการด้วยตนเองของศูนย์บริการลูกค้า ธ.ก.ส. ต่อไป

คำสำคัญ: ระบบงานบริการด้วยตนเอง, การยอมรับเทคโนโลยี, การตัดสินใจใช้บริการ, ศูนย์บริการลูกค้า, ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร



## ABSTRACT

Currently, technology plays more roles in daily life for obtaining convenience, rapidity, and safety. The objectives of this research are: (1) to study technology acceptance factors affecting decision making to use electronic card cancellation and account balance inquiry services; (2) to study satisfaction towards services; (3) to study relationship between technology acceptance and decision making to use service; and (4) to create marketing strategy to make this service as another option. The sample used in this studies is group of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives Bank's customers in Bangkok, Thailand. The quantitative sample consist of 204 who have used the service. The qualitative sample consist of 12 users who have used the service and never used the service. this used Data were collected by using of questionnaires responded by the sample group who used and interview. The sample size is determined by using Taro Yamane's formula and research tool is questionnaire. Statistics for analyzing data are frequency, percentage, mean, Standard Deviation and multiple regression analysis. The results reveal that Technology Acceptance Perceived usefulness and Perceived ease of Use decision making affect the decision to use the service. The Customer satisfaction is reachable convenient self – service esystem. The result represents that if customers perceive Pr information on transaction procedures, that will lead to decision making of customers. In addition, the results are also applied as the guidelines for creating marketing strategy in order to increase service providing channels and lead to self-service technology acceptance of Customer Service Center of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives.

**Key words:** Self-Service System, Technology Acceptance, Decision Making to Use Service, Customer Service Center, Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives

### 1. บทนำ

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เป็นสถาบันการเงิน ซึ่งยุคปัจจุบันมีการแข่งขันในด้านการให้บริการที่ค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการการทำธุรกรรมผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร และการทำธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเองผ่านระบบอัตโนมัติ รวมถึงถูกขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้สถาบันการเงินจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการให้มีความทันสมัย ของเทคโนโลยี ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2563 เป็นต้นมา ธ.ก.ส. จึงเพิ่มช่องทางในการใช้บริการลดภาระงานของพนักงานรับโทรศัพท์และแก้ไขปัญหาด้านการติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้ากับพนักงาน ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ โดยพัฒนาการให้บริการในรูปแบบระบบงานบริการด้วยตนเอง จำนวน 2 บริการ คือ การทำธุรกรรมรายฉบับตรีอิเล็กทรอนิกส์ และตรวจสอบยอดเงินฝาก โดยมุ่งเน้นการติดต่อสะดวก รวดเร็ว เพื่อให้ทันต่อการดำเนินชีวิต และพบว่า มีปริมาณลูกค้าทำธุรกรรมผ่านระบบงานบริการด้วยตนเองเพิ่มขึ้น แต่จำนวนลูกค้าทำธุรกรรมผ่านพนักงานรับโทรศัพท์ยังมีปริมาณมาก เนื่องจากยังไม่เชื่อมั่นในการทำธุรกรรมผ่านระบบงานบริการด้วยตนเอง จากปัญหาดังกล่าว จึงส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของธนาคารไม่ได้ตามเป้าหมาย รวมไปถึงโอกาสที่จะเพิ่มช่องทางการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในการศึกษาถึงสาเหตุและแนวทางแก้ไขปัญหาข้างต้น โดยศึกษา การยอมรับเทคโนโลยีระบบงานบริการด้วยตนเอง การทำธุรกรรมรายฉบับตรีอิเล็กทรอนิกส์ และตรวจสอบยอดเงินฝาก เพื่อ



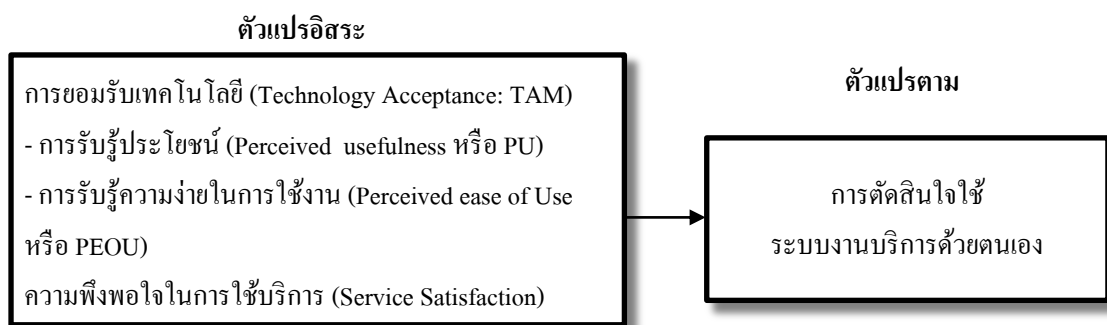
นำไปพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันและอนาคต และยังสามารถใช้เป็นแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้เกิดการยอมรับการทำธุรกรรมออนไลน์ อีเล็กทรอนิกส์ และตรวจสอบยอดเงินฝากผ่านระบบอัตโนมัติ นอกจากนี้ผลจากการศึกษาสามารถสนับสนุนการทำงานของส่วนงานที่เกี่ยวข้องใน ธ.ก.ส. พร้อมทั้งสนับสนุนพันธกิจอื่นของ ธ.ก.ส. อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีในการตัดสินใจใช้ระบบงานบริการด้วยตนเองของลูกค้า สำหรับการใช้งานศูนย์บริการลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้ระบบงานบริการด้วยตนเองของลูกค้า สำหรับการใช้งานศูนย์บริการลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบบริการด้วยตนเองของลูกค้าสำหรับการใช้งาน ศูนย์บริการลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับการใช้บริการ ให้เป็นช่องทางเลือกการใช้บริการการทำธุรกรรมออนไลน์ อีเล็กทรอนิกส์ และตรวจสอบยอดเงินฝาก

## กรอบแนวคิดงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยีระบบงานบริการด้วยตนเองของลูกค้าสำหรับการใช้งานศูนย์บริการลูกค้า กรณีศึกษาของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ได้กรอบแนวคิดในการวิจัยในการศึกษา ดังนี้



## 3. การดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบผสม แบ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งกำหนดเป็นเครื่องมือแบบสำรวจเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม กลุ่มที่เคยใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เคยใช้และผู้ที่ไม่เคยใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง การทำธุรกรรมออนไลน์ อีเล็กทรอนิกส์ และตรวจสอบยอดเงินฝาก



**ประชากรกลุ่มตัวอย่าง** คือ ลูกค้า ธ.ก.ส. ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง จำนวน 795,198 ราย ข้อมูล ณ เดือนเมษายน – มีนาคม 2562 กลุ่มตัวอย่างโดยการใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane (Yamane, 1967) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 93 และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าไม่เกินร้อยละ 7 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 204 คน

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 204 ตัวอย่าง ซึ่งแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษาสูงสุด ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี แบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ส่วนที่ 3 ข้อมูลสอบถามความพึงพอใจใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง ส่วนที่ 4 ข้อมูลการตัดสินใจใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง

การวิจัยในเชิงคุณภาพ โดยการใช้แบบสัมภาษณ์ (Interview Form) จำนวน 12 ตัวอย่าง ซึ่งแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ได้แก่ ชื่อ – นามสกุล เพศ อายุ อาชีพ รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และพฤติกรรมการใช้บริการ / ไม่ใช้บริการ ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบงานบริการด้วยตนเองของ ธ.ก.ส.

2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการอธิบายข้อมูลและ การนำเสนอในรูปแบบการแจกแจงความถี่ (Frequency) หาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) จากนั้นนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย

ในการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบงานบริการด้วยตนเองของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95

#### 4. ผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง จำนวน 204 คน ในการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 52.90 อายุระหว่าง 35 - 44 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70 ประกอบอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 71.60 รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน มีรายได้ 15,000 - 30,000 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 และระดับการศึกษาสูงสุดมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 76.00

4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) ในการตัดสินใจใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง ของลูกค้า สำหรับการใช้งานศูนย์บริการลูกค้า ธ.ก.ส. ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

4.1.1 ผลการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีในการตัดสินใจใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceive Usefulness)



ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceive Usefulness : PU) ระบบงานบริการด้วยตนเอง ของ ธ.ก.ส. ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceive Usefulness : PU)	N = 204		ระดับการรับรู้
	Mean	Std.	
1) การใช้ระบบ ทำให้ได้รับบริการเร็วกว่าเดิม ประหยัดเวลาได้มากกว่า	4.81	0.39	มากที่สุด
2) การใช้ระบบ ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย เช่น ค่าโทรศัพท์, ค่าเดินทาง มาทำธุรกรรมที่ธนาคาร	4.55	0.50	มากที่สุด
3) การใช้ระบบ ช่วยลดเวลาในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร	4.64	0.48	มากที่สุด
4) การใช้ระบบ มีประโยชน์ต่อชีวิตประจำวันของท่าน	4.49	0.60	มากที่สุด
5) การใช้ระบบ ช่วยลดระยะเวลาการรอสายในการสนทนากับพนักงานรับโทรศัพท์	4.48	0.60	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.59</b>	<b>0.33</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 1 พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceive Usefulness) ระบบงานบริการด้วยตนเอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.59, S.D. = 0.33) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การใช้ระบบทำให้ได้รับบริการเร็วกว่าเดิม ประหยัดเวลาได้มากกว่า (Mean = 4.81, S.D. = 0.39) รองลงมา คือ การใช้ระบบช่วยลดเวลาในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร (Mean = 4.64, S.D. = 0.48) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การใช้ระบบช่วยลดระยะเวลาการรอสายในการสนทนากับพนักงานรับโทรศัพท์ (Mean = 4.48, S.D. = 0.60)

4.1.2 ผลการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีในการตัดสินใจใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceive Ease of Use : PEU)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceive Ease of Use : PEU) ระบบงานบริการด้วยตนเอง ของ ธ.ก.ส. ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceive Ease of Use : PEU)	N = 204		ระดับการรับรู้
	Mean	Std.	
1) ท่านสามารถเรียนรู้การใช้ระบบได้ถึงแม้ว่า ท่านอาจจะไม่เคยเรียนรู้มาก่อนเลย	4.33	0.58	มากที่สุด
2) ท่านสามารถทำธุรกรรมผ่านระบบได้ถึงแม้ว่า ท่านอาจจะไม่เคยใช้มาก่อนเลย	4.26	0.66	มากที่สุด
3) ท่านคิดว่า ระบบมีขั้นตอนที่ใช้บริการที่ง่าย	4.23	0.66	มากที่สุด
4) ท่านสามารถเรียนรู้การใช้ระบบได้ไม่ยาก	4.44	0.57	มากที่สุด
5) ท่านสามารถทำธุรกรรมผ่านระบบโดยไม่คิดขัด	4.25	0.71	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.30</b>	<b>0.53</b>	<b>มากที่สุด</b>



จากตารางที่ 2 พบว่า กัับการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceive Ease of Use : PEU) ระบบงานบริการด้วยตนเอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.30, S.D. = 0.53) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านสามารถเรียนรู้การใช้ระบบได้ไม่ยาก (Mean = 4.44, S.D. = 0.57) รองลงมา คือ ท่านสามารถเรียนรู้การใช้ระบบได้ถึงแม้ว่าท่านอาจจะไม่เคยเรียนรู้มาก่อนเลย (Mean = 4.33, S.D. = 0.58) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านคิดว่าระบบมีขั้นตอนที่ใช้บริการที่ง่าย (Mean = 4.23, S.D. = 0.66)

4.2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการด้วยตนเองของลูกค้า สำหรับการใช้งานศูนย์บริการลูกค้า ธ.ก.ส. ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความพึงพอใจใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง ของ ธ.ก.ส. ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)	N = 204		ระดับความ พึงพอใจ
	Mean	Std.	
1) ระบบเข้าใจง่าย ไม่ทำรายการหลายขั้นตอน	4.30	0.60	มากที่สุด
2) การใช้ระบบ สะดวก ง่ายต่อการใช้บริการ	4.37	0.58	มากที่สุด
3) ใช้ระบบได้เร็วขึ้นเพราะไม่ต้องรอสาขานาน	4.48	0.54	มากที่สุด
4) ระบบมีความทันสมัย	4.32	0.59	มากที่สุด
5) ระบบมีความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลบัญชีเงินฝากของลูกค้า	4.36	0.58	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.37</b>	<b>0.48</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 3 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้า เกี่ยวกับการใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.37, S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ใช้ระบบได้เร็วขึ้นเพราะไม่ต้องรอสาขานาน (Mean = 4.48, S.D. = 0.54) รองลงมา คือ การใช้ระบบสะดวก ง่ายต่อการใช้บริการ (Mean = 4.37, S.D. = 0.58) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ระบบเข้าใจง่าย ไม่ทำรายการหลายขั้นตอน (Mean = 4.30, S.D. = 0.60)

4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจเลือกใช้ระบบงานบริการด้วยตนเองของ ธ.ก.ส. ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับการตัดสินใจใช้ระบบงานบริการด้วยตนเองของ ธ.ก.ส. ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า (Customer decision)	N = 204		ระดับการตัดสินใจ
	Mean	Std.	
1) การรับทราบข้อมูลจากการประชาสัมพันธ์ทำให้ท่านตัดสินใจใช้ระบบได้เร็วขึ้น	4.35	0.50	มากที่สุด
2) ท่านจะยังคงเลือกใช้ระบบอย่างต่อเนื่อง	4.57	0.51	มากที่สุด
3) ท่านพิจารณาถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้ระบบ ก่อนเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจใช้ระบบ	4.53	0.52	มากที่สุด



การตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า (Customer decision)	N = 204		ระดับการตัดสินใจ
	Mean	Std.	
4) ท่านพิจารณาถึงการใช้งบง่าย ก่อนเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจใช้ระบบ	4.47	0.51	มากที่สุด
5) ท่านจะแนะนำคนอื่นให้ใช้ระบบ	4.49	0.55	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.48</b>	<b>0.42</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4 พบว่า การตัดสินใจใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.48, S.D. = 0.42) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านจะยังคงเลือกใช้ระบบอย่างต่อเนื่อง (Mean = 4.57, S.D. = 0.51) รองลงมา คือ ท่านพิจารณาถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้ระบบ ก่อนเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจใช้ระบบ (Mean = 4.53, S.D. = 0.52) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การรับทราบข้อมูลจากการประชาสัมพันธ์ทำให้ท่านตัดสินใจใช้ระบบได้เร็วขึ้น (Mean = 4.35, S.D. = 0.50)

4.4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง ของ ลูกค้า สำหรับการใช้งานศูนย์บริการลูกค้า ธ.ก.ส. ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) และตัวแปรตาม การตัดสินใจเลือกใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง ของ ธ.ก.ส. ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

Coefficients <sup>a</sup>					
ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance)	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig. (p – value)
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.168	0.330		3.537	0.000
การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceive Usefulness : PU)	0.293	0.080	0.228	3.667	0.000
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceive Ease of Use : PEU)	0.134	0.067	0.165	1.997	0.047
ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)	0.319	0.075	0.360	4.246	0.000

a. Dependent Variable : การตัดสินใจใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง

จากตารางที่ 5 พบว่า ตัวแปรอิสระ การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง ทั้งนี้ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceive Usefulness : PU) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามมากที่สุด (B = 0.293) ปรากฏค่า Sig = .000 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceive Ease of Use : PEU) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (B = 0.134) ปรากฏค่า Sig = 0.047 และ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจ (Customer Satisfaction) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (B=.319)



ปรากฏค่า Sig = .000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ (p-value) เท่ากับ .05 สาเหตุ เกิดจากช่วงอายุที่แตกต่าง ทำให้ไม่เข้าใจขั้นตอนในการทำรายการผ่านระบบอัตโนมัติ แสดงว่า ตัวแปรอิสระ คือ การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) มีอย่างน้อย 1 ตัว ที่สามารถทำนายผลการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกใช้ระบบงานบริการด้วยตนเองของลูกค้า ธ.ก.ส. ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

#### 4.5 ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับการใช้ระบบงานบริการด้วยตนเองของ ธ.ก.ส. ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับการใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง ของ ธ.ก.ส. ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับการใช้ระบบงานบริการ (Marketing strategy)	N = 204		ระดับกลยุทธ์ทาง การตลาด
	Mean	Std.	
1) ท่านมีช่องทางการให้บริการเพิ่มมากขึ้น	4.41	0.63	มากที่สุด
2) ท่านมีความสะดวกต่อการใช้บริการมากยิ่งขึ้น	4.55	0.55	มากที่สุด
3) ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ครอบคลุม	4.52	0.56	มากที่สุด
4) การใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.42	0.56	มากที่สุด
5) การประชาสัมพันธ์เป็นที่รับรู้อย่างทั่วถึง	4.33	0.52	มากที่สุด
รวม	4.45	0.47	มากที่สุด

จากตารางที่ 6 พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับการใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.45, S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านมีความสะดวกต่อการใช้บริการมากยิ่งขึ้น (Mean = 4.55, S.D. = 0.55) รองลงมา คือ ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ครอบคลุม (Mean = 4.52, S.D. = 0.56) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การประชาสัมพันธ์เป็นที่รับรู้อย่างทั่วถึง (Mean = 4.33, S.D. = 0.52)

#### ผลจากแบบสัมภาษณ์

ผลการศึกษาข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้ และไม่เคยใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง จำนวน 12 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 75 และที่ไม่เคยใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 25 มีความเห็นว่า สาเหตุที่ไม่ใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง คือ ไม่เข้าใจขั้นตอนการทำรายการผ่านระบบอัตโนมัติ (IVR) จำนวน 1 คน มีช่องทางอื่นในการตรวจสอบยอดเงินฝาก และไม่มีบัตรอิเล็กทรอนิกส์กับ ธ.ก.ส. จำนวน 1 คน และใช้บริการผ่าน Application ธ.ก.ส. Amobile / Line : baacfamily ของ ธ.ก.ส. เพื่อตรวจสอบยอดเงินฝาก จำนวน 1 คน

จากข้อมูลแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างของลูกค้า ธ.ก.ส. ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบสาเหตุและปัญหาการใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. จากข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง พบว่า ลูกค้าที่ไม่เคยใช้ระบบส่วนใหญ่ยังคงใช้บริการผ่านช่องทางเคาน์เตอร์ธนาคารเป็นหลัก ซึ่งเป็นลูกค้าของ ธ.ก.ส. ส่วนใหญ่ที่มีอายุค่อนข้างสูงวัยไม่เข้าใจขั้นตอนในการทำรายการผ่านระบบอัตโนมัติ





2. การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางอื่น ที่มีความสะดวก สบาย และรวดเร็วกว่า เช่น การใช้บริการผ่าน Application ธ.ก.ส. Amobile / Line : baacfamily ของ ธ.ก.ส. เพื่อตรวจสอบยอดเงิน เนื่องจากเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการทางการเงินของธนาคาร ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น ซึ่งได้รับความสะดวกสบาย สามารถทำธุรกรรมทางการเงินเองได้ทุกที่ทุกเวลา

สรุปเพิ่มเติมนอกเหนือจากแบบสัมภาษณ์ พบว่า ปัจจุบันความต้องการของผู้ใช้บริการยังให้ความเชื่อมั่นกับการรับบริการจากพนักงานรับโทรศัพท์โดยตรงมากกว่าการรับบริการจากระบบตอบรับอัตโนมัติ (IVR) และควรเพิ่มการพัฒนากระบวนการตอบรับอัตโนมัติ ให้ผู้ให้บริการสามารถทำธุรกรรมได้ในรูปแบบระบบงานบริการด้วยตนเอง อาจมีข้อจำกัดด้านประเภทการให้บริการที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ครบถ้วนตามความต้องการ และไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลบัญชีเงินฝากได้ เช่น ข้อจำกัดประเภทบัญชีเงินฝาก ไม่สามารถตรวจสอบยอดเงินได้ทุกประเภท ทุกบัญชี

## 5. การอภิปรายผล

ผลการศึกษาเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบสอบถามผู้ที่เคยใช้บริการ จำนวน 204 ราย

1. ผลการศึกษการยอมรับเทคโนโลยีในการตัดสินใจใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง กรณีลูกค้า ธ.ก.ส. ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 2 ด้าน

1.1 ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่ระดับการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceive Usefulness : PU) ช่วยให้ตัดสินใจใช้ระบบงานบริการด้วยตนเองมากที่สุด

1.2 ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ช่วยให้ตัดสินใจใช้ระบบงานบริการด้วยมากที่สุด

2. ผลการศึกษความพึงพอใจของลูกค้าในการตัดสินใจใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง ที่มีต่อการตัดสินใจใช้ระบบงานบริการด้วยตนเองของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) กรณีลูกค้า ธ.ก.ส. ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า การใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง ใช้บริการเข้าใจง่าย ไม่ทำรายการหลายขั้นตอน สะดวก ง่ายต่อการให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจใช้ระบบงานบริการด้วยตนเองมากที่สุด ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้ระบบงานบริการด้วยตนเองมากขึ้นในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

3. ผลการศึกษความสัมพันธ์ของการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) ที่มีต่อการตัดสินใจใช้ระบบงานบริการด้วยตนเองของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) กรณีลูกค้า ธ.ก.ส. ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) ทั้ง 2 ด้าน ไม่ว่าจะเป็น ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) และด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบงานบริการด้วยตนเองของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) กรณีลูกค้า ธ.ก.ส. ในจังหวัดกรุงเทพมหานครนั้นหมายความว่า หากผู้ใช้ระบบงานบริการด้วยตนเองมีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) ทั้ง 2 ด้าน ในระดับที่มาก การตัดสินใจใช้ระบบงานบริการด้วยตนเองมากขึ้นในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การอภิปรายผลปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีในการตัดสินใจใช้ระบบงานบริการด้วยตนเองของลูกค้า สำหรับการใช้งานศูนย์บริการลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยทั้ง 2 ด้าน การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) และ



การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ผลจากการสัมภาษณ์สอดคล้องกับผลจากแบบสอบถามพบว่าสาเหตุที่ไม่เคยใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง เนื่องจากยังคงใช้บริการผ่านช่องทางเคาน์เตอร์ธนาคารเป็นหลัก ซึ่งเป็น ลูกค้าของ ธ.ก.ส. ส่วนใหญ่ ที่มีอายุค่อนข้างสูงวัย ไม่เข้าใจขั้นตอนในการทำรายการผ่านระบบอัตโนมัติ ทำให้ลูกค้าไปทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางอื่น ที่มีความสะดวก สบาย และรวดเร็วกว่า เช่น การใช้บริการผ่าน Application ธ.ก.ส. A-mobile / ช่องทาง Line : baacfamily ของ ธ.ก.ส. เพื่อตรวจสอบยอดเงิน ดังนั้น ความง่ายในการใช้ระบบจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการเพิ่มการใช้งานของคนกลุ่มนี้ ได้อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกันกับแนวคิดและทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) จากกลุ่มตัวอย่าง มีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ นพเดช อยู่พร้อม (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีระบบการเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ของบุคลากรทางการศึกษาในจังหวัดจันทบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อมั่นในระบบถือว่าอยู่ในระดับที่สูงที่สามารถช่วยบุคลากรทางการศึกษาที่อยู่ตามชุมชนห่างไกลในการเข้าถึงสื่อการเรียนการสอนในรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นการพัฒนาให้เด็กรุ่นใหม่ก้าวทันเทคโนโลยีใหม่ ๆ เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งและทำให้ผู้ใช้งานสามารถทบทวนบทเรียนได้ทุกที่ทุกเวลา และสอดคล้องกับ พรชนก พลานุลย์ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่องการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีการใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการ ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน ระบบพร้อมเพย์ของรัฐบาลไทย พบว่า การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการ ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การอภิปรายผลความพึงพอใจในการ ใช้ระบบงานบริการด้วยตนเองของลูกค้า สำหรับการ ใช้งานศูนย์บริการลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร พบว่า มีความพึงพอใจในการ ใช้ระบบงานบริการด้วยตนเองในระดับมากที่สุด เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า การใช้บริการเข้าใจง่าย ไม่ทำรายการหลายขั้นตอน สะดวก ง่ายต่อการใช้บริการมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ปิยะ พนาเวชกิจกุล (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการ ใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าอิทธิพลต่อความพึงพอใจปัจจัยด้านความคาดหวังในเรื่องของความรวดเร็วและการติดตามผลปัจจัยด้านคุณภาพระบบ และความรวดเร็วในการ ใช้บริการ ปัจจัยด้านการตรวจสอบคุณภาพการให้บริการในส่วนของคุณภาพทางประชากรศาสตร์ ผู้ใช้บริการที่มีความแตกต่างกันในด้านอายุอาชีพและรายได้เฉลี่ยมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการ ใช้บริการสูงที่สุด และสอดคล้องกับ พรรณนิภา เกลาธุ และ ณัฐพันธ์ บัววรารักษ์ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของ Call Center ธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่า ส่วนมากผู้ใช้บริการโทรติดต่อ Call Center ด้วยตนเอง

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การอภิปรายผลความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบบริการด้วยตนเองของลูกค้าสำหรับการ ใช้งาน ศูนย์บริการลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยปัจจัยทั้ง 2 ด้าน การรับรู้ถึงประโยชน์ในการ ใช้งาน (Perceived Usefulness) และการรับรู้ถึงความง่ายในการ ใช้งาน (Perceived Ease of Use) หากเรียงลำดับ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการ ใช้งาน (Perceived Usefulness) มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ซึ่งแนวคิดและทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) มีความสอดคล้องกันกับผลการศึกษา ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่าง



มีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ นวรัตน์ ช่วยบุญชู (2562) ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านความคาดหวังในความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความบันเทิง มูลค่าตามราคา และอุปนิสัยส่วนบุคคล มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 การอภิปรายผลกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับการใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง ให้เป็นช่องทางเลือกการใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง การทำธุรกรรมรายฉบับอิเล็กทรอนิกส์และตรวจสอบยอดเงินฝาก พบว่า คำตอบที่ได้จากการสำรวจช่วยให้สามารถใช้เป็นแนวทางกำหนดกลยุทธ์การตลาด เพื่อเพิ่มช่องทางการให้บริการครอบคลุมครบทุกวงจร และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ทำให้เกิดการยอมรับและเลือกใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง การทำธุรกรรมรายฉบับอิเล็กทรอนิกส์ และตรวจสอบยอดเงินฝาก ศูนย์บริการลูกค้า ของ ธ.ก.ส. ซึ่งสอดคล้องกับ ธวัชพร ส่งาขาวเหนือ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความคาดหวัง การรับรู้และความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การให้ข้อมูลทางโทรศัพท์ ของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพสารสนเทศ ด้านความเข้าใจง่าย คุณภาพพระระบบ ด้านเวลาที่ใช้ในการตอบสนองและคุณภาพบริการ ด้านความเอาใจใส่ มีคุณภาพบริการสูงหรือผู้รับบริการรู้สึกประทับใจในคุณภาพของการบริการ ส่วนคุณภาพสารสนเทศ ด้านความปลอดภัย คุณภาพพระระบบ ด้านความน่าเชื่อถือและคุณภาพบริการด้านความมั่นใจ

#### อภิปรายผลการสัมภาษณ์

ผลการศึกษาของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่เคยใช้และไม่เคยใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง จำนวน 12 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำนวน 9 คน ที่เคยใช้บริการ มีความเห็นว่า การใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง มีความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยในการใช้บริการ ช่วยให้สามารถตัดสินใจใช้บริการ เป็นในทิศทางเดียวกัน และที่ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 3 คน มีความเห็นว่า สาเหตุที่ไม่ใช้เคยใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง เนื่องจากยังคงใช้บริการผ่านช่องทางเคาน์เตอร์ธนาคารเป็นหลัก ซึ่งเป็นลูกค้าของ ธ.ก.ส. ส่วนใหญ่ ที่มีอายุค่อนข้างสูงวัย ไม่เข้าใจขั้นตอนการทำรายการผ่านระบบงานบริการด้วยตนเอง ทำให้ลูกค้าไปทำธุรกรรมผ่านช่องทางอื่น ที่มีความสะดวก สบาย และรวดเร็วกว่า เช่น การใช้บริการผ่าน Application ธ.ก.ส. A-mobile / ช่องทาง Line : baacfamily ของ ธ.ก.ส. เพื่อตรวจสอบยอดเงิน

#### 6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในทางสถิติการยอมรับเทคโนโลยีระบบงานบริการด้วยตนเองของลูกค้าสำหรับการใช้งานศูนย์บริการลูกค้า ธ.ก.ส. ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ศึกษาจึงพิจารณาข้อมูลที่เก็บรวบรวมด้วยแบบสอบถาม ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) โดยใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ใช้บริการด้วยตนเอง จำนวน 204 คน สามารถประเมินน้ำหนักความสัมพันธ์ของการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง การทำธุรกรรมรายฉบับอิเล็กทรอนิกส์ และตรวจสอบยอดเงินฝาก พบว่า ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ยรวม 4.59) รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ยรวม 4.30) ด้านความพึงพอใจในการใช้บริการด้วยตนเอง (ค่าเฉลี่ยรวม 4.37) ด้านการตัดสินใจเลือกใช้ระบบงานบริการบริการด้วยตนเอง (ค่าเฉลี่ยรวม 4.48) และด้าน



กลยุทธ์การตลาดสำหรับการใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง (ค่าเฉลี่ยรวม 4.45) ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการ ได้รับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีดังกล่าว จะทำให้มีผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

จากการรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสัมภาษณ์ ผู้ที่เคยใช้บริการและผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 12 คน พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ มีความต้องการใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง มีความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยในการใช้บริการ ช่วยให้สามารถตัดสินใจใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง เป็นในทิศทางเดียวกัน และผู้ที่ไม่เคยใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง สาเหตุที่ไม่ใช้เคยใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง เนื่องจากยังคงใช้บริการผ่านช่องทางเคาน์เตอร์ธนาคารเป็นหลัก ซึ่งเป็นลูกค้าของ ธ.ก.ส. ส่วนใหญ่ ที่มีอายุค่อนข้างสูงวัย ไม่เข้าใจขั้นตอนในการทำรายการผ่านระบบอัตโนมัติ จากผลการศึกษานำข้อมูลมากำหนดเนื้อหาในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้เป็นช่องทางการเลือกใช้บริการเพิ่มมากขึ้น เพื่อสามารถทำธุรกรรมด้วยตนเองได้ทุกที่ทุกเวลา

### ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. จัดทำแผ่นพับ โบว์ชัวร์ และสื่อประชาสัมพันธ์อธิบายขั้นตอนการทำรายการ ผ่านระบบงานบริการด้วยตนเอง และตามจุดให้บริการต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าผู้ใช้บริการสามารถศึกษาขั้นตอน การทำรายการธุรกรรมได้อย่างสะดวก และง่าย เพื่อให้เกิดความคุ้นเคยและจดจำขั้นตอนการทำรายการ จะช่วยทำให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจและมีความต้องการใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง
2. จัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ Application ธ.ก.ส. A-mobile / ช่องทาง Line : baacfamily สื่อวิทยุท้องถิ่น เพื่อช่วยเพิ่มฐานลูกค้า ใช้ระบบงานบริการด้วยตนเองให้มากยิ่งขึ้น
3. จัดให้มีการอบรมพนักงานธนาคารทุกคนให้มีความรู้ความเข้าใจในการใช้ระบบงานบริการด้วยตนเอง เพื่อที่จะสามารถตอบคำถาม ข้อสงสัย ให้ความช่วยเหลือและ / หรือข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง รวมถึงจัดให้มีพนักงานคอยให้คำแนะนำ บริการ วับริการให้แก่ลูกค้าบริเวณสาขาของธนาคาร โดยเฉพาะลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุ ที่ไม่มีความชำนาญในการใช้ระบบงานบริการด้วยตนเองเพื่อให้เกิดความคุ้นเคยและจดจำขั้นตอนการทำรายการ จะช่วยทำให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจและมีความต้องการใช้บริการ และช่วยเพิ่มฐานลูกค้าใช้บริการให้มากยิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. กลุ่มตัวอย่าง การศึกษารั้งต่อไปควรขยายพื้นที่เก็บแบบสอบถาม เพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างนำมาเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลแต่ละพื้นที่ เพื่อให้การวิจัยมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. ตัวแปร การศึกษารั้งต่อไปควรที่จะศึกษาตัวแปรต้นตัวอื่น ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ระบบงานบริการด้วยตนเองของลูกค้าสำหรับการใช้งานศูนย์บริการลูกค้า เช่น คุณภาพการบริการ อิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ความเสี่ยง เป็นต้น
3. การเก็บข้อมูล การศึกษาในครั้งต่อไปควรที่จะเก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์ การสังเกต พฤติกรรม เป็นต้น เพื่อให้ทราบสาเหตุจริง ๆ ของปัญหา และช่วยให้แก้ไขปัญหาลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ



## เอกสารอ้างอิง

- ชวัลพร ส่างขาวเหนือ. (2555). ความคาดหวัง การรับรู้และความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การให้ข้อมูลทางโทรศัพท์ (Call Center) ของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- นพเดช อยู่พร้อม. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีระบบ eDLTV ของบุคลากรทางการศึกษาในจังหวัดจันทบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร).
- นวรรตน์ ช่างบุญชู. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยทักษิณ).
- ปิยะ พนาเวชกิจกุล. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ (Call Center) ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- พรชนก พลาบุญย์. (2560). การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีการใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ของรัฐบาลไทย (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- พรธนิภา เกลาชู และณัฐพันธ์ บัววารกรณ์. (2562). ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของ Call Center ธนาคารอาคารสงเคราะห์. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติครั้งที่ 14 ปีการศึกษา 2562, วันที่ 2 สิงหาคม 2562 (น. 1281-1289). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- Yamane, Taro. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis* (2<sup>nd</sup> ed.). New York: Harper and Row.