



## รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application ธ.ก.ส.A-Mobile  
ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร  
CUSTOMER SATISFACTION ON BAA A-MOBILE APPLICATION  
OF BANK FOR AGRICULTURE AND AGRICULTURAL COOPERATIVES,  
CHUMPHON BRANCH

นางสาวจันทร์เพ็ญ อินทะโก  
รหัสนักศึกษา 61551006

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 11536617 สหกิจศึกษา CO-OPERATIVE EDUCATION

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์

ปีการศึกษา 2564

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



CO-OPERATIVE REPORT

CUSTOMER SATISFACTION ON BAAC A-MOBILE APPLICATION  
OF BANK FOR AGRICULTURE AND AGRICULTURAL COOPERATIVES,  
CHUMPHON BRANCH

MISS JANPEN INTAKO  
STUDENT ID 61551006

A REPORT SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENT  
FOR A CO-OPERATIVE EDUCATION  
IN BUSINESS ADMINISTRATION  
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG  
PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS 2021

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



**COPYRIGHT 2021**

**KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

**PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ใบรับรองสหกิจศึกษา

หัวข้อสหกิจศึกษา

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application ช.ก.ส.  
A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์  
การเกษตร สาขาชุมพร  
CUSTOMER SATISFACTION ON BAAC A-MOBILE  
APPLICATION OF BANK FOR AGRICULTURE AND  
AGRICULTURAL COOPERATIVES, CHUMPHON  
BRANCH

ชื่อนักศึกษา

นางสาวจันทร์เพ็ญ อินทะโก

รหัสประจำตัว

61551006

ปริญญา

บริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา

ดร.ชุติมันต์ บุญนวล

อาจารย์ผู้ควบคุมสหกิจศึกษา	ลายมือชื่อ
ดร.ชุติมันต์ บุญนวล	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษณีย์ เสวกวีศรี	
รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ	

วัน/เดือน/ปีที่สอบ 21 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 เวลา 09.00 – 15.00 น.

สถานที่สอบ ณ อาคารสำนักวิชาการ ห้อง BA 208

เห็นชอบ/รับรอง



(ดร.ชุติมันต์ บุญนวล)

ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

วันที่ 21 เดือน พค พ.ศ. 65

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา  
ประจำปีการศึกษา 2564

ชื่อเรื่องการศึกษา	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application อ.ก.ส. A-Mobile
ชื่อผู้จัดทำรายงาน	ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร
ชื่อสถานที่ประกอบการ	นางสาวจันทร์เพ็ญ อินทะโก
ที่อยู่	ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร
ชื่อพนักงานที่ปรึกษา	175 ถ.ศาลาแดง ต.ท่าตะเภา อ.เมืองชุมพร จ.ชุมพร
	นางสาวนิยมพร ผลทรัพย์
	ตำแหน่ง พนักงานธุรการ 8



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## หนังสือส่งรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรื่อง ขอส่งรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรียน อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา สาขาบริหารธุรกิจ

ตามที่ข้าพเจ้า นางสาวจันทร์เพ็ญ อินทะโก นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาระหว่างวันที่ 2 สิงหาคม 2564 ถึง วันที่ 30 พฤศจิกายน 2564 ในตำแหน่งนักศึกษาสหกิจธุการและการเงิน ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร และได้รับมอบหมายจากเจ้าหน้าที่ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา ให้ศึกษาและจัดทำรายงานเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการ เกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร

บัดนี้ การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้เสร็จสิ้นลงแล้ว จึงขอส่งรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาดังกล่าวมาพร้อม จำนวน 1 เล่ม เพื่อให้เกิดความครบถ้วนถูกต้องตามเงื่อนไขและกฎเกณฑ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์

ขอแสดงความนับถือ

นางสาวจันทร์เพ็ญ อินทะโก  
นักศึกษาสหกิจศึกษา  
สาขาบริหารธุรกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อรายงานสหกิจศึกษา	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application อ.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร
ชื่อนักศึกษา	นางสาวจันทร์เพ็ญ อินทะโก
รหัสประจำตัว	61551006
ปริญญา	บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2564
อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา	ดร.ชุตินันต์ บุญนวล

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ Application อ.ก.ส.A-Mobile 2) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application อ.ก.ส.A-Mobile ตามหลักการส่วนประสมทางการตลาด 7'Ps ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้บริการ Application อ.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร จำนวน 384 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่เป็นช่วงอายุ 21-40 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร มีวุฒิการศึกษาส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีรายได้ส่วนใหญ่ในช่วง 10,001-15,000 บาท ผลการศึกษาความคิดเห็นพฤติกรรมการใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาการเป็นลูกค้าส่วนใหญ่ 1-5 ปี ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการฝาก/ถอน ส่วนใหญ่ลูกค้าใช้บริการ Application อ.ก.ส.A-Mobile และลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการน้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน ผลการศึกษาของความพึงพอใจตามหลักการตลาด 7'Ps ที่ประกอบด้วย 7 ด้าน คือ 1.ด้านผลิตภัณฑ์ 2.ด้านราคา 3.ด้านช่องทางการให้บริการ 4.ด้านการส่งเสริมการตลาด 5.ด้านบุคคลากร 6.ด้านลักษณะทางกายภาพ 7.ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<b>Co-operative Topics</b>	CUSTOMER SATISFACTION ON BAAC A-MOBILE APPLICATION OF BANK FOR AGRICULTURE AND AGRICULTURAL COOPERATIVES, CHUMPHON BRANCH
<b>Student's</b>	Miss Janpen Intako
<b>Student ID</b>	61551006
<b>Degree</b>	Bachelor of Business Administration
<b>Program</b>	Business Administration
<b>Year</b>	2021
<b>Co-operative Advisors</b>	Dr. Chutimant Boonnual.

### Abstract

The purpose of this study is to study (1) the behavior of using BAAC A-Mobile Application service of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives' customer, Chumphon branch, and (2) their satisfaction, based on the 7'Ps marketing. This study was planned to use a questionnaire as an instrument to collect data from a sample of 384 people, and analyzed by using the Descriptive statistics. These are frequency, percentage, Mean, and Standard Deviation (S.D.).

According to the results of the study, have found that most of the respondents were males, the age range is between 21-40 years old. They hold Bachelor's degrees and have income in the range of 10,000-15,000 Baht. The study also has found that the respondents have been customers for 1-5 years, and use deposit/withdrawal services from BAAC A-Mobile Application with less than 5 times per month. Moreover, it also has found that there are 7 areas of the 7'Ps marketing that could satisfy the customer with the overall result is at high level. These are (1) Product, (2) Price, (3) Service Channel, (4) Marketing Promotion, (5) People, (6) Physical Characteristics, and (7) Service Process.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กิตติกรรมประกาศ

รายงานสหกิจศึกษาเล่มนี้สามารถลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความอนุเคราะห์ใน การให้คำปรึกษา ดูแล แก้ไข ปรับปรุงและความช่วยเหลือจากทุกฝ่าย ซึ่งผู้ศึกษาขอขอบคุณ ดร.ชุตินันต์ บุญนวล ได้กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษารายงานสหกิจศึกษา ชี้แนะแนวทางในการทำการศึกษาให้เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้องและได้เสียสละเวลาในการตรวจงาน การศึกษาและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ อีกทั้งยังดูแลเอาใส่ใจและให้กำลังใจในการทำรายงานสหกิจศึกษา ด้วยดีเสมอมา ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการสอบ รองศาสตราจารย์ดร.ชนทัต บุญรัตน์กิจติภูมิ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษณีย์ เสวกวัชรีย์ และดร.ชุตินันต์ บุญนวล นอกจากนี้ผู้ศึกษาขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชรระ ศิลป์เสวตร์ นายทัศนชัย จันทน์ธนฤเบศ และนายวิษณุพงศ์ สุวรรณชาติ ที่ได้เสียสละเวลาในการตรวจงานการศึกษา และให้คำแนะนำในการทำรายงานสหกิจศึกษาด้วยดีเสมอมา

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา และรวมทั้งเพื่อนๆ ที่เป็นกำลังใจผลักดันให้การศึกษาลุล่วงไปได้ด้วยดีพร้อมทั้งช่วยหาแนวทางในการแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นด้วยความรักและความเข้าใจเสมอ

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาขอขอบคุณประโยชน์และความดีอันพึงมีคุณค่าจากโครงการพิเศษเล่มนี้ ผู้ศึกษาขอมอบให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพยิ่ง ที่ให้รายงานสหกิจศึกษาเล่มนี้ สำเร็จลงได้ตลอดจนครูบาอาจารย์ทุกท่าน ซึ่งเป็นผู้มอบวิชาความรู้เป็นพื้นฐานที่สำคัญยิ่งแก่ผู้ศึกษา หากมีข้อผิดพลาดประการใดผู้ศึกษาขออภัยไว้ ณ ที่นี้

จันทร์เพ็ญ อินทะโก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญภาพ.....	VIII
ส่วนที่ 1 รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	1
1.1 บทนำ.....	2
1.2 การปฏิบัติงาน.....	4
ส่วนที่ 2 หัวข้อรายงานสหกิจศึกษา.....	8
บทที่ 1 บทนำ.....	9
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	9
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	11
1.3 ประโยชน์ของการศึกษา.....	11
1.4 ขอบเขตของการศึกษา.....	11
1.5 กรอบแนวคิดการศึกษา.....	12
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	13
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	14
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ.....	17
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ.....	19
2.4 แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมการตลาด 7'Ps.....	22
2.5 ประวัติการก่อตั้งธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.....	24
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกรรมโมบายแบงคิง แอปพลิเคชัน.....	27
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษา.....	32
3.1 รูปแบบการศึกษา.....	32
3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	32
3.3 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง.....	32
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	34
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	36

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล.....	37
4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการ.....	40
4.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7'Ps.....	42
บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	46
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	46
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	47
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	48
บรรณานุกรม.....	50
ภาคผนวก.....	53
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	54
ภาคผนวก ข รายนามผู้ทรงคุณวุฒิและจดหมายต่างๆ.....	58
ภาคผนวก ค ค่าคุณภาพของแบบสอบถาม.....	66
ภาคผนวก ง ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ.....	71
ภาคผนวก จ เอกสารที่เกี่ยวข้อง.....	80
ประวัติของผู้ศึกษา.....	82

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	37
4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	38
4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	38
4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	39
4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	39
4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของระยะเวลาการเป็นลูกค้า ธ.ก.ส.....	40
4.7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ ธ.ก.ส.....	40
4.8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของช่องทางในการทำธุรกรรมทางการเงิน.....	41
4.9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของจำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการ ธ.ก.ส.....	41
4.10 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ด้านผลิตภัณฑ์.....	42
4.11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ด้านราคา.....	43
4.12 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ด้านช่องทางให้บริการ.....	43
4.13 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ด้านส่งเสริมการตลาด.....	44
4.14 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ด้านบุคลากร.....	44
4.15 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ด้านลักษณะทางกายภาพ.....	45
4.16 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ด้านกระบวนการให้บริการ.....	45

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ภาพสถานประกอบการ.....	2
1.2 ลักษณะการให้บริการ.....	2
1.3 การดาวน์โหลดและการลงทะเบียน จ.ก.ส.A-Mobile ปี 2562-2563.....	10
1.4 กรอบแนวคิดของการศึกษา.....	12
2.1 Application A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.....	27
2.2 ขั้นตอนการลงทะเบียนการใช้งาน.....	29



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทนำ



ภาพที่ 1.1 ภาพสถานประกอบการ

### ชื่อและสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ

ชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร

ที่อยู่ 175 ถ.ศาลาแดง ต.ท่าตะเภา อ.เมืองชุมพร จ.ชุมพร

### ลักษณะสถานประกอบการ/ผลิตภัณฑ์/การให้บริการหลัก



ภาพที่ 1.2 ลักษณะการให้บริการ

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) จัดตั้งขึ้นภายใต้พระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร เพื่อเพิ่มรายได้ยกระดับคุณภาพชีวิตเกษตรกรและครอบครัวตลอดจนการเป็นสถาบันการเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นธนาคารพัฒนาชนบทที่ยั่งยืน มุ่งสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชนบท

### พันธกิจ (Mission)

1. เป็นศูนย์กลางทางการเงินที่ให้บริการทางการเงินครบวงจรและทันสมัยในภาคชนบท
2. พัฒนาการบริหารและจัดการทรัพยากร เพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรประสิทธิภาพสูงอย่างมีธรรมาภิบาล
3. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนและเพิ่มรายได้ของคนในชนบท
4. สนับสนุนให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจในชุมชน โดยให้ความรู้และเงินทุนที่คำนึงถึงคุณค่าร่วมที่สมดุลด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

### ตำแหน่งและลักษณะงานที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบ

ตำแหน่ง นักศึกษาฝึกสหกิจธุรการและการเงิน

ลักษณะงาน รับลงทะเบียน Application A-Mobile รับ-ส่งเอกสาร ตรวจสอบเอกสาร จัดเตรียมโฉนดที่ดิน ตรวจสอบบัญชี จัดทำรายงานบัญชี และต้อนรับและให้บริการผู้เข้าใช้บริการ

### บุคลากรที่ปรึกษาและตำแหน่งของบุคลากรที่ปรึกษา

นางสาวนิยมพร ผลทรัพย์ ตำแหน่ง พนักงานธุรการ 8

### ระยะเวลาปฏิบัติงาน

วันที่ 2 สิงหาคม 2564 – 30 พฤศจิกายน 2564

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**การปฏิบัติงาน**  
**เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2564**

รายละเอียดงานที่ได้รับมอบหมายหลัก	ปัญหาที่พบเจอ/วิธีการแก้ไข	ประโยชน์ที่ได้รับ
- ลงทะเบียนเช็คที่รับมาจากหน่วยงานต่างๆ	<b>ปัญหาที่พบเจอ</b> - เขียนข้อมูลของเช็ค ลงแฟ้มทะเบียนเช็คไม่ครบ <b>วิธีการแก้ไข</b> - สอบถามพี่ที่ปรึกษา ว่าต้องเขียนรายละเอียดอะไรบ้าง - ตรวจสอบเช็คข้อมูลให้รอบคอบ	- มีความรู้เพิ่มเติมจากสิ่งที่ไม่เคยทำมาก่อน
- จัดเก็บเอกสารโดนดที่ดินและหนังสือค้ำประกัน	<b>ปัญหาที่พบเจอ</b> - เอกสารมีจำนวนมาก มีหลายประเภท ทำให้ไม่สามารถจัดเก็บตามคำสั่งได้ทั้งหมด <b>วิธีการแก้ไข</b> - นำสมุดมาจะโน้ตไว้ว่าเอกสารแต่ละประเภทต้องเก็บตรงไหนบ้าง	- เรียนรู้ในสิ่งที่ผิดพลาดและรู้จักแก้ไขปัญหา
- คัดแยกสติปเงินและคดียอดรวมทั้งหมดของทุกวัน	<b>ปัญหาที่พบเจอ</b> - ผลรวมของตัวเลขไม่ตรงกันจึงทำให้ต้องคิดซ้ำหลายครั้ง <b>วิธีการแก้ไข</b> - ดูเลขให้แน่ชัด คิดแบบซ้ำๆ แต่ละเอียดรอบคอบ	- ได้เรียนรู้และฝึกความรอบคอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การปฏิบัติงาน  
เดือนกันยายน พ.ศ. 2564

รายละเอียดงานที่ได้รับมอบหมายหลัก	ปัญหาที่พบเจอ/วิธีการแก้ไข	ประโยชน์ที่ได้รับ
- รับลงทะเบียน Application A-Mobile	<u>ปัญหาที่พบเจอ</u> - ผู้ที่มาลงทะเบียนทำ Application A-Mobile เซ็นเอกสารลายมือชื่อไม่เหมือนกับหลังสมุดบัญชีตนเอง เอกสารนั้นจึงไม่สามารถใช้งานได้ <u>วิธีการแก้ไข</u> - เช็ข้อมูลหลังสมุดของลูกค้าก่อนให้ลูกค้าเซ็นเอกสาร เพื่อความถูกต้อง	- การสังเกตข้อผิดพลาดของตนเอง แล้วนำมาแก้ไข
- ลงทะเบียนบัญชีเงินฝากออมทรัพย์	<u>ปัญหาที่พบเจอ</u> - เขียนข้อมูล ลงเพิ่มทะเบียนเช็คไม่ครบ <u>วิธีการแก้ไข</u> - สอบถามพี่ที่ปรึกษา ว่าต้องเขียนรายละเอียดอะไรบ้าง - ตรวจสอบเช็คข้อมูลให้รอบคอบ	- มีความรู้เพิ่มเติมจากสิ่งที่ไม่เคยทำมาก่อน
- คัดแยกสลิปเงินและคดียอดรวมทั้งหมดของทุกวัน	<u>ปัญหาที่พบเจอ</u> - ผลรวมของตัวเลขไม่ตรงกันจึงทำให้ต้องคิดซ้ำหลายครั้ง <u>วิธีการแก้ไข</u> - ดูเลขให้แน่ชัด คิดแบบซ้ำๆแต่ละเอียดรอบคอบ	- ได้เรียนรู้และฝึกความรอบคอบ
- จัดเก็บเอกสารโหนดที่ดินและหนังสือค้ำประกัน	<u>ปัญหาที่พบเจอ</u> - เอกสารมีจำนวนมาก มีหลายประเภท ทำให้ไม่สามารถจัดเก็บตามคำสั่งได้ทั้งหมด <u>วิธีการแก้ไข</u> - จัดข้อมูลใส่สมุดโน้ตทุกอย่างตามที่พี่บอก	- เรียนรู้ในสิ่งที่ผิดพลาดและรู้จักแก้ไขปัญหา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**การปฏิบัติงาน**  
**เดือนตุลาคม พ.ศ. 2564**

รายละเอียดงานที่ได้รับมอบหมายหลัก	ปัญหาที่พบเจอ/วิธีการแก้ไข	ประโยชน์ที่ได้รับ
- กรอกแบบฟอร์มการหักเงินจากบัญชีเพื่อชำระค่าไฟฟ้าและค่าประปา	<u>ปัญหาที่พบเจอ</u> - รายละเอียดเยอะ จำไม่ได้ว่าต้องกรอกอะไรตรงไหนบ้าง <u>วิธีการแก้ไข</u> - จัดข้อมูลใส่สมุดโน้ตทุกอย่างตามที่ที่บอก	- ได้เรียนรู้ และฝึกความรอบคอบ - มีความรู้เพิ่มเติมจากสิ่งที่ไม่เคยทำมาก่อน
- ลงทะเบียนเช็คที่รับมาจากหน่วยงานต่างๆ	<u>ปัญหาที่พบเจอ</u> - เขียนข้อมูลของเช็ค ลงแฟ้มทะเบียน เช็คไม่ครบ <u>วิธีการแก้ไข</u> - สอบถามพี่ที่ปรึกษา ว่าต้องเขียนรายละเอียดอะไรบ้าง - ตรวจสอบเช็คข้อมูลให้รอบคอบ	- มีความรู้เพิ่มเติมจากสิ่งที่ไม่เคยทำมาก่อน
- รับลงทะเบียน Application A-Mobile	<u>ปัญหาที่พบเจอ</u> - ผู้ที่มาลงทะเบียนทำ Application A-Mobile เช่น เอกสารลายมือชื่อไม่เหมือนกับหลังสมุดบัญชีตนเอง เอกสารนั้นจึงไม่สามารถใช้งานได้ <u>วิธีการแก้ไข</u> - เช็คข้อมูลหลังสมุดของลูกค้าก่อนให้ลูกค้าเซ็นเอกสาร เพื่อความถูกต้อง	- การสังเกตข้อผิดพลาดของตนเอง แล้วนำมาแก้ไข
- คัดแยกสลิปเงินและคดียอดรวมทั้งหมดของทุกวัน	<u>ปัญหาที่พบเจอ</u> - ผลรวมของตัวเลขไม่ตรงกัน จึงทำให้ต้องคิดซ้ำหลายครั้ง <u>วิธีการแก้ไข</u> - ดูเลขให้แน่ชัด คิดแบบซ้ำๆ แต่ละเอียดรอบคอบ	- ได้เรียนรู้ และฝึกความรอบคอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**การปฏิบัติงาน**  
**เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2564**

รายละเอียดงานที่ได้รับมอบหมายหลัก	ปัญหาที่พบเจอ/วิธีการแก้ไข	ประโยชน์ที่ได้รับ
- ตรวจสอบเงินที่ลูกค้านำมาทำธุรกรรม	<u>ปัญหาที่พบเจอ</u> - ตรวจสอบซ้ำและผิดพลาด <u>วิธีการแก้ไข</u> - ขอวิธีที่การนับเงินที่รวดเร็วและแม่นยำ	- การสังเกตข้อผิดพลาดของตนเอง แล้วนำมาแก้ไข
- ลงทะเบียนเช็คที่รับมาจากหน่วยงานต่างๆ	<u>ปัญหาที่พบเจอ</u> - เขียนข้อมูลของเช็ค ลงทะเบียนเช็คไม่ครบ <u>วิธีการแก้ไข</u> - สอบถามพี่ที่ปรึกษา ว่าต้องเขียนรายละเอียดอะไรบ้าง - ตรวจสอบเช็คข้อมูลให้รอบคอบ	- มีความรู้เพิ่มเติมจากสิ่งที่ไม่เคยทำมาก่อน
- รับลงทะเบียน Application A-Mobile	<u>ปัญหาที่พบเจอ</u> - ผู้ที่ลงทะเบียนทำ Application A-Mobile เซ็นเอกสารลายมือชื่อไม่เหมือนกับหลังสมุดบัญชีตนเอง เอกสารนั้นจึงไม่สามารถใช้งานได้ <u>วิธีการแก้ไข</u> - เช็คข้อมูลหลังสมุดของลูกค้าก่อนให้ลูกค้าเซ็นเอกสาร เพื่อความถูกต้อง	- การสังเกตข้อผิดพลาดของตนเอง แล้วนำมาแก้ไข
- คัดแยกสลิปเงินและคดียอดรวมทั้งหมดของทุกวัน	<u>ปัญหาที่พบเจอ</u> - ผลรวมของตัวเลขไม่ตรงกัน จึงทำให้ต้องคิดซ้ำหลายครั้ง <u>วิธีการแก้ไข</u> - ดูเลขให้แน่ชัด คิดแบบซ้ำๆ แต่ละเอียงรอบคอบ	- ได้เรียนรู้และฝึกความรอบคอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology : IT) มีความสำคัญไปยิ่งการดำเนินชีวิตเป็นอย่างมากในการเข้ามาเสริมปัจจัยพื้นฐานการดำรงชีวิตผ่านคอมพิวเตอร์ เช่น การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสืบค้นข้อมูลทางการศึกษา การติดต่อสื่อสารหรือรับส่งข้อมูลในภาคธุรกิจ ตลอดจนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือที่เรียกกันว่า สมาร์ทโฟน (Smart Phone) ส่งผลให้เกิดการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีตามนโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมการขับเคลื่อนประเทศไทยเข้าสู่ยุคดิจิทัล (Digital) ผ่านนโยบายดิจิทัล และแผนยุทธศาสตร์ทำให้ผู้บริโภคตอบรับเทคโนโลยีสารสนเทศที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับบริการด้านการเงินซึ่งส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของ ธนาคารในปัจจุบัน ก่อให้เกิดการแข่งขันในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในสังคมยุคใหม่ให้ ได้มากขึ้น

ในการแข่งขันของภาคธุรกิจทางการเงินเมื่อเทคโนโลยีและความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยน ธนาคารจึงจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ในยุคไร้พรมแดนที่ลูกค้านั้นเข้ามาทำธุรกรรมเกี่ยวกับการเงินได้ตลอดเวลาที่ต้องการส่งผลให้หลายธนาคารในประเทศไทยมีการพัฒนาเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อเปิดให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินนั้นผ่าน Mobile Banking เพื่อให้เกิดความสะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าและตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด โดยการให้บริการ Mobile Banking ของแต่ละธนาคารได้ให้บริการหลัก ได้แก่ ตรวจสอบยอดเงินคงเหลือ โอนเงิน ชำระค่าสินค้าและบริการ เติมเงินมือถืออื่นๆ เป็นต้น นอกจากนี้แต่ละธนาคารได้พัฒนาบริการและนำเสนอกลยุทธ์เพื่อสร้างความแตกต่างของบริการ เช่น การโอนเงินข้ามเขต การโอนเงินข้ามเขตและการโอนเงินต่างธนาคารโดยไม่เรียกเก็บ ค่าธรรมเนียมจากลูกค้าทั้งนี้เพื่อให้ทันต่อการแข่งขันทางธุรกิจและสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าที่ใช้บริการ

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในฐานะที่เป็นธนาคารของรัฐที่ตอบสนองความต้องการทางการเงิน เพื่อบริการขยายตัวทางเศรษฐกิจ จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์การดำเนินงานในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าได้มีโอกาสเลือกใช้บริการที่หลากหลาย ในกระบวนการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์การดำเนินงานของธนาคาร บุคลากรถือเป็นบุคคลสำคัญ โดยเฉพาะในด้านการบริการและความพึงพอใจโดยตรงต่อลูกค้าของธนาคาร ทั้งนี้เพื่อรักษาฐานธนาคารและเพิ่มจำนวนลูกค้าของธนาคารในอนาคต

ดังนั้นเพื่อให้เข้าใจลูกค้าที่มีลักษณะเฉพาะของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร ดังกล่าวและเพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันในการขยายฐานลูกค้าใหม่ของ ธ.ก.ส.สาขาชุมพร ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Applications.ก.ส. A-Mobile โดยเลือกศึกษากลุ่มลูกค้า ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร เพื่อที่จะนำไปสู่การเพิ่มปริมาณของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application ธ.ก.ส.A-Mobile ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะส่งผลให้ธนาคารมีศักยภาพเท่าทันต่อพัฒนา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร ในการให้บริการ ธ.ก.ส.A-Mobile

ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์การให้บริการ ธ.ก.ส.A-Mobile สาขาชุมพร ได้มีการพัฒนาการให้บริการผลิตภัณฑ์ผ่าน ช่องทางออนไลน์ผ่าน Mobile Banking ตั้งแต่ปี 2562 ภายใต้อชื่ ธ.ก.ส.A-Mobile มีการให้บริการ หลัก ได้แก่ เช็คยอด โอนเงิน ถอนเงิน ซื้อสลาก ตรวจสอบสลาก จ่ายชำระค่าสินค้า บริการ และอื่นๆ โดย การให้บริการ ธ.ก.ส.A-Mobile ทำให้ลูกค้าเกิดความสะดวกรวดเร็ว ซึ่งนับว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้ทันต่อการแข่งขันธุรกิจทางการเงินในปัจจุบัน โดยในปี 2562 มีการดาวน์โหลด ธ.ก.ส.A-Mobile จำนวน 284,180 ครั้ง มีการลงทะเบียน ธ.ก.ส.A-Mobile 250,020 ราย และในปี 2563 ที่ผ่านมามีการดาวน์โหลด ธ.ก.ส.A-Mobile จำนวน 383,580 ครั้ง และมีการลงทะเบียน ธ.ก.ส.A-Mobile 362,350 ราย ซึ่งเป็นการใช้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นดังภาพที่ 1.3



ภาพที่ 1.3 การดาวน์โหลดและการลงทะเบียน ธ.ก.ส.A-Mobile ปี 2562-2563  
ที่มา จากการศึกษา (2564)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application ธ.ก.ส A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

1.1.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ Application ธ.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร

1.2.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application ตามหลักการตลาด 7'Ps ของผู้ให้บริการ Application ธ.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร

## 1.3 ประโยชน์ของการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application ธ.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร ประโยชน์ของการศึกษา ดังนี้

1.3.1 ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ Application ธ.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร

1.3.2 ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application ตามหลักการตลาด 7'Ps ที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application ธ.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร

## 1.4 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ ดังนี้

### 1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

#### 1.4.1.1 ตัวแปร ได้แก่

- ด้านพฤติกรรมการใช้บริการ ประกอบด้วย ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ธ.ก.ส. ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ ธ.ก.ส. ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงิน จำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการ ธ.ก.ส.

- ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด 7'Ps ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ

### 1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4.2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เข้าใช้บริการ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร

1.4.2.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ จำนวนผู้ให้บริการ Application ธ.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร กรณีไม่ทราบสัดส่วนจำนวนประชากร ใช้สูตรคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ของ Cochran จำนวน 384 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 1.4.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร

#### 1.4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาในช่วงระยะเวลา ตั้งแต่ วันที่ 2 สิงหาคม 2564 – 30 พฤศจิกายน 2564

### 1.5 กรอบแนวคิดการศึกษา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

ธ.ก.ส. หมายถึง ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ธ.ก.ส. A-Mobile หมายถึง Mobile Banking ของ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

**ระบบอิเล็กทรอนิกส์ electronic system** หมายถึง (Mobile Banking) การทำธุรกรรมการชำระเงินผ่านเครือข่ายของระบบโทรศัพท์มือถือเป็นสื่อในการโอนเงินหรือชำระเงินให้แก่ร้านค้ารวมทั้งการชำระค่าสินค้าหรือบริการต่างๆบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

1. **ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง สินค้า/บริการที่ธุรกิจได้สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ธุรกิจที่ผลิตสินค้าและบริการต้องคำนึงถึงความต้องการและความต้องการของลูกค้า เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งจะทำให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด รวมถึงสิ่งที่มีมูลค่าการขายหรือผลประโยชน์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

2. **ด้านราคา (Price)** หมายถึง จำนวนเงินที่ลูกค้าต้องจ่ายในรูปของเงินหรือราคาต้นทุน (Cost) ของบริษัท ธุรกิจควรกำหนดราคาที่ลูกค้าสามารถซื้อได้ ในการวางแผนราคา นอกเหนือจากต้นทุนการผลิตและต้นทุนของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการควรพิจารณาในการทำธุรกิจนั้น ซึ่งธุรกิจจะต้องพยายามลดต้นทุนและภาระของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบมูลค่า (Value) ของสินค้ากับราคาและคุณภาพของการบริการของสินค้า

3. **ด้านช่องทางการให้บริการ (Place)** หมายถึง ช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมต่างๆ คลังสินค้าและการจัดเก็บสินค้าคงคลัง

4. **ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมทางการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อ (Non personal Selling) การประชาสัมพันธ์การให้ข่าว การลด แลก แจก แถม การตลาดทางตรง

5. **ด้านบุคลากร (People)** หมายถึง บุคคลทุกคนในองค์กรที่ให้บริการนั้น ทั้งเจ้าของ ผู้บริหาร พนักงานทุกระดับ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและพนักงาน ซึ่งพวกเขาพัฒนาและฝึกอบรม กระตุ้นให้พนักงานสร้างความพึงพอใจของผู้บริโภคให้แตกต่างกันมาก

6. **ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment)** หมายถึง ส่วนที่เป็นรูปธรรมของการบริการและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งอาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือและอุปกรณ์ เช่น คอมพิวเตอร์ เอทีเอ็ม เครื่อง เคาน์เตอร์ เซอร์วิส สถานที่ ตกแต่ง ล็อบบี้ ที่จอดรถ สวนหย่อม ป้ายตกแต่งห้องน้ำ แบบฟอร์มเหล่านี้คือสิ่งที่ลูกค้าใช้ทำเครื่องหมายคุณภาพการบริการ ส่งผลต่อความประทับใจของลูกค้า

7. **ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)** หมายถึง การวางแผนที่ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพ หรือเครื่องมือทันสมัย เพื่ออำนวยความสะดวกที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไป มักจะมีหลายขั้นตอนซึ่งในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันอย่างดี หากมีขั้นตอนใดไม่ดีแม้แต่ขั้นตอนเดียวย่อม ทำให้การบริการเป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร จังหวัดชุมพร” โดยผู้ศึกษาได้ศึกษาวิเคราะห์ แนวคิด ทฤษฎีจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางเพื่อการทำการศึกษา โดยมีรายละเอียดแต่ละประเด็นตามลำดับ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
  - 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ
  - 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ
  - 2.4 แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมการตลาด 7’Ps
  - 2.5 ประวัติการก่อตั้งธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
  - 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกรรมโมบายแบงก์กิง แอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application)
  - 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นเรื่องความรู้สึกภายในจิตใจที่มาจากสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง ที่แสดงทัศนคติในเชิงประเมินค่าต่อบุคคล ต่อสถานการณ์บนพื้นฐานของการได้รับการตอบสนองความต้องการความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันขึ้นกับค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับ ถ้าบุคคลใดมีทัศนคติต่องานบริการดีก็จะให้ความสำคัญต่องานบริการและปฏิบัติอย่างเต็มที่ที่เป็นผลให้งานบริการมีคุณค่าและนำไปสู่ความเป็นเลิศในการบริการ

##### ความหมายของความพึงพอใจ

สรชัย พิศาลบุตร (2559, หน้า 8) กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหรือลูกค้า หมายถึง ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าได้รับสิ่งที่ต้องการ แต่ในขอบเขตที่ผู้ให้บริการสามารถให้หรือทำได้โดยไม่ขัดต่อวัตถุประสงค์หรือความถูกต้องของบริการ

อุทัยวรรณ สุดใจ (2559 : ออนไลน์) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเป็นการประเมินค่า คล้ายกับ Wolman ที่กล่าวว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความมีความสุขเมื่อรู้สึกบรรลุความต้องการและแรงจูงใจตามวัตถุประสงค์

โวลแมน (Wolman อ้างถึงใน บังอร ปรัชญกุล 2560 : 17) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายของความต้องการหรือ แรงจูงใจของตนได้รับการตอบสนอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2559 : 295) ได้กล่าวไว้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหลังการซื้อหรือรับบริการของบุคคล ซึ่งเป็นผลจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อ การปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ หรือประสิทธิภาพของสินค้ากับการให้บริการที่เขาคาดหวัง

ความพึงพอใจ (2561. ออนไลน์) หมายถึง ความรู้สึกรัก ชอบ ยินดีเต็มใจหรือมีเจตคติต่อบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เมื่อได้รับผลตอบแทนทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมด้วยการตอบสนองความต้องการทั้งด้านวัตถุจิตใจ ความพึงพอใจเป็นเรื่องของอารมณ์ความรู้สึกและทัศนคติของบุคคล อันเนื่องมาจากสิ่งเร้าและจิตใจ ซึ่งปรากฏออกมาทางพฤติกรรม โดยเป็นองค์ประกอบสำคัญในการทากิจกรรมต่างๆ ของบุคคล

ความพอใจในความหมายของพจนานุกรมจิตวิทยา (2019 Online) คือความรู้สึกของผู้มาใช้บริการตามประสบการณ์ที่ได้รับจากการติดต่อสถานบริการ

จากคำจำกัดความของความพอใจ สรุปได้ว่า ความพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งเป็นการรับรู้ของผู้รับบริการซึ่งได้รับการตอบรับจากบริการของผู้ให้บริการว่าผู้รับมีความสุขและเกิด ความพอใจเมื่อรับบริการและบรรลุผลที่ตรงตามหรือเกินความคาดหวัง แต่ระดับความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของบริการ และไม่ชอบเกิดขึ้นเมื่อความต้องการไม่ตรงตามความต้องการ

#### แนวคิดการสร้างความพึงพอใจ

นิคม เอี่ยมสะอาด (2559, หน้า27) กล่าวว่าไว้ว่า การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้าและผู้ขายต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย แต่ผู้ให้บริการต้องได้รับการฝึกอบรมและชี้แจงนโยบายและแนวทางปฏิบัติเพื่อความสัมพันธ์ที่ดี มีแนวทางการพัฒนาลูกค้าสัมพันธ์ 11 แนวทาง ดังนี้

1. รักษาสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้าธุรกิจใดๆ อย่างไม่หักห้ามใจ มักจะจำเป็นต้องนัดหมายเพื่อรับบริการ เช่น บริการหลังการขาย หรือบางครั้ง หากผลิตภัณฑ์นั้นเป็นเรื่องของการบริการที่จับต้องไม่ได้ หากลูกค้ามีปัญหาใดๆ องค์กรหรือผู้ให้บริการต้องใส่ใจในการบริการ เมื่อมีการนัดหมายได้ตลอดเวลาหรืออย่างไรก็ตามองค์กรต้องปฏิบัติตามการนัดหมายหรือข้อตกลง โดยไม่ต้องกระพ้อปอกและควรเสร็จอย่างรวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นกันเองด้วยใบหน้ายิ้มแย้มอ่อนน้อมถ่อมตนโดยไม่บ่นว่าทำงานหนักหรือสิ้นเปลือง กระทำการเช่นนี้ เป็นกฎข้อแรกของผู้ให้บริการต้องยึดถือหลักในการบริการลูกค้า

2. รับสายเรียกเข้าได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาไม่ถึง 5 นาที การรับโทรศัพท์สายถือเป็นการเสียภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของบริษัท

3. การรับเอกสารหรือหลักฐานภายใน 2 วัน เอกสารบางฉบับที่ส่งถึงบริษัทอาจไม่จำเป็นต้องตอบ แต่เอกสารใด ที่เกี่ยวข้องกับการขอรับบริการหรือการขอรับบริการหรือคำแนะนำ ควรได้รับคำตอบจากบริษัททันทีภายใน 2 วัน อาจมีเอกสารบางอย่างที่ไม่สามารถตอบได้ภายใน 2 วัน ผู้ให้บริการต้องกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนว่าจะเสร็จเมื่อใด เจ้าของหรือบุคคลที่อ้างถึงในจดหมายหรือเอกสาร ควรเป็นผู้ตอบหรือลงนามโดยระบุว่าได้รับคำตอบแล้วไม่ใช่บุคคลอื่นตอบกลับ

4. ไม่อนุญาตให้ลูกค้ารอนานเกิน 5 นาที การรักษาลูกค้าให้รอเป็นเวลานานสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เป็นความสูญเสียทางเศรษฐกิจของลูกค้าเพราะลูกค้าจะรู้สึกว่าบริการมีราคาแพงแม้จะไม่มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไมอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงินเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นความสามารถของผู้ให้บริการในการให้บริการที่รวดเร็วจึงเป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้างความพึงพอใจ

5. ผู้ให้บริการทุกคนต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า การติดต่อหรือทำธุรกิจกับผู้ให้บริการทั้งหมดต้องให้เกียรติลูกค้าของตน แสดงมารยาทที่ดีกับลูกค้า และต้องแสดงความอ่อนโยนและความนุ่มนวลในทุกรวมทั้งขอบคุณลูกค้าที่พบว่ามีความดีหลังในการติดต่อให้กลับมาอีก

6. เมื่อเกิดข้อบกพร่อง ให้ไปรับลูกค้าก่อนที่ลูกค้าจะมาหาข้อบกพร่องหรือข้อบกพร่องนั้นเป็นไปได้เสมอ ตัวอย่างเช่น บริษัทสัญญาว่าลูกค้าว่าสินค้าจะถูกจัดส่งภายในระยะเวลาหนึ่ง หรือสัญญาว่าจะซ่อมแซมสินค้าที่ซื้อภายในเวลาที่กำหนดแต่ไม่สามารถทำได้เนื่องจากเหตุสุดวิสัยต่างๆ ในสถานการณ์เช่นนี้ ผู้ให้บริการจะต้องได้รับการติดต่อและแจ้งให้ลูกค้าทราบโดยทันทีก่อนที่ลูกค้าจะพบหรือทราบว่า ผู้ให้บริการไม่สามารถตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าได้ ซึ่งสามารถลดความรู้สึกไม่ดีของลูกค้าได้

7. ระบบการทำงานต้องมีความน่าเชื่อถือ หมายถึง ระบบการบริการ ต้องอยู่ในสภาพใช้งานได้ตลอดเวลา เช่น เครื่องรับโทรศัพท์ เครื่องทำน้ำอุ่น หรือ ลิฟต์โรงแรมต้องอยู่ในสภาพการทำงานตลอดเวลา ต้องมีการจัดการ Audit ตลอดเวลา หากมีปัญหาให้จัดการและแก้ไขทันที หากเกิดปัญหาด้านลบเหล่านี้ มาจากความไม่ไว้วางใจของระบบก็จะส่งผลเสียต่อองค์กรและยังสร้างความไม่พอใจให้กับลูกค้าหรือผู้รับบริการอีกด้วย

8. แก้ไขปัญหาหรือข้อบกพร่องในทุกด้านอย่างรวดเร็ว ความหมาย ไม่ควรทำให้เกิดข้อผิดพลาดซ้ำกันเป็นครั้งที่สอง โดยเฉพาะกับลูกค้ารายเดิม เช่น ลูกค้าแจ้งยอดเงินฝากผิดหรือสะกดชื่อผิด หรือนามสกุลผิด ธนาคารไม่ได้แก้ไขปัญหานั้น นอกจากนี้นี้ยังมีปัญหาของข้อผิดพลาดนั้น เกิดขึ้นตามปกติ

9. พนักงานทุกคนต้องทราบรายละเอียด นั่นคือ ข้อมูลที่จำเป็นและสำคัญทั้งหมดสำหรับผลิตภัณฑ์

10. พนักงานที่ทำงานและให้บริการลูกค้าต้องสามารถตัดสินใจได้ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการอดทนจากโทษของฝ่ายบริหาร ต้องใช้ความระมัดระวังเพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด

11. สิ่งเล็กๆ หรือบริการพิเศษเล็กๆ น้อยๆ ยังสร้างทั้งความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้าที่มาใช้บริการ เช่น ของแถม ของแจก เมื่อซื้อสินค้าภายในวงเงินที่กำหนด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ

แนวคิดคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) จากแนวคิดคุณภาพการให้บริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ 2559: ออนไลน์) ได้กล่าวว่าคุณภาพการให้บริการสิ่งสำคัญคือต้องสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจบริการของคุณ ซึ่งก็คือการรักษาระดับการบริการให้กับลูกค้าเหนือคู่แข่งด้วยการนำเสนอคุณภาพการบริการที่ลูกค้าคาดหวัง เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ จากประสบการณ์ที่ผ่านมาทั้งแบบปากต่อปากและโฆษณา ลูกค้าจะพึงพอใจหากได้สิ่งที่ต้องการในเวลาที่เขาต้องการในสถานที่ที่เขาต้องการ

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) เป็นบริการที่ลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกทั้งในด้านเวลาและสถานที่ให้กับลูกค้า กล่าวคือ ไม่อนุญาตให้ลูกค้ารอนาน สถานที่ที่ตั้งมีความเหมาะสมและแสดงถึงความสามารถในการเข้าถึงลูกค้า
2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) อธิบายได้อย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่ลูกค้าสามารถเข้าใจได้ง่าย เช่น ป้ายรูปภาพแสดงวิธีใช้โทรศัพท์สาธารณะสำหรับผู้ที่ไม่เคยใช้บริการซึ่งแม้แต่ผู้ที่ไม่ออกหรือชาวต่างชาติก็รู้วิธีใช้งาน
3. ความสามารถ (Competence) บุคลากรหรืออุปกรณ์ที่ให้บริการต้องมีความชำนาญและมีความสามารถในงานหรือทำงานโดยไม่มีข้อผิดพลาด
4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรหรืออุปกรณ์ที่ให้บริการต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่เป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นตัวของตัวเอง มีวิจารณ์ญาณหรือสามารถตรวจสอบข้อผิดพลาดจากการสั่งการของผู้ใช้บริการและแจ้งให้ทราบชัดเจน
5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและผู้คนสามารถสร้างความไว้วางใจและความไว้วางใจในบริการได้ ด้วยการนำเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า ค่าบริการถูกต้องแล้ว
6. ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้แก่ลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง
7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานต้องกรให้บริการและแก้ไขปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
8. ความปลอดภัย (Security) การบริการต้องปราศจากภัยอันตราย ความเสี่ยงและปัญหา
9. ทำให้บริการเป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดการณ์คุณภาพของบริการดังกล่าวได้
10. เข้าใจ/รู้จักลูกค้า พนักงานบริการหรืออุปกรณ์ต้องได้รับการออกแบบมาเพื่อให้เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและให้ความสนใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### องค์ประกอบของความสำเร็จในการให้บริการมี 7 ประการ ดังนี้

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction) การให้บริการที่ดีต้องมีเป้าหมายหลักในการรับบริการหรือลูกค้า ผู้ให้บริการต้องถือเป็นหน้าที่โดยตรงที่พยายามทำสิ่งหนึ่งให้ผู้รับบริการพึงพอใจมากที่สุด เพราะผู้ใช้บริการจะมีจุดมุ่งหมายในการรับบริการและคาดว่าจะได้รับการตอบสนองที่ต้องการ

2. ความคาดหวังของผู้รับบริการ (Expectation) ผู้ให้บริการจำเป็นต้องทราบและเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังขั้นพื้นฐาน ตลอดจนการสำรวจความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการเพื่อตอบสนองความคาดหวังในบริการ ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจ

3. ความพร้อมในการให้บริการ (Readiness) ประสิทธิภาพของบริการขึ้นอยู่กับความพร้อมของผู้ให้บริการในการให้บริการที่ต้องการ ภายในเวลาและรูปแบบที่ต้องการ

4. ความมีคุณค่าของการบริการ (Values) คุณภาพของการบริการที่ตรงไปตรงมาไม่ได้เอาเปรียบลูกค้า รวมถึงความพยายามที่จะทำให้ลูกค้าชอบและพอใจกับบริการที่ได้รับ แสดงถึงคุณค่าของการบริการที่คุ้มค่าต่อลูกค้า บริการที่มีให้แตกต่างกันไปตามลักษณะและวิธีการ ดังนั้นมูลค่าของบริการจึงขึ้นอยู่กับสิ่งที่ลูกค้าได้รับและความพึงพอใจ

5. ความสนใจต่อการให้บริการ (Interest) การเอาใจใส่ลูกค้าทุกระดับอย่างจริงจังและทุกคนด้วยความเป็นธรรมชาติหรือเสมอภาคเป็นสิ่งสำคัญที่สุดและลูกค้าทุกคนต้องการได้รับบริการที่ดี

6. ความสุภาพในการให้บริการ (Courtesy) ให้การต้อนรับและให้บริการลูกค้าด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มและทัศนคติที่สุภาพของผู้ให้บริการ แสดงถึงความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และบรรยากาศการบริการที่เป็นมิตรและเป็นกันเอง ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจกับบริการที่ได้รับ

7. ความมีประสิทธิภาพในการให้บริการ (Efficiency) ความสำเร็จของการบริการขึ้นอยู่กับความเป็นระบบ มีขั้นตอนการบริการที่ชัดเจน เพราะการบริการเป็นงานที่เกี่ยวข้องกันระหว่างบุคคลกับบุคคล การกำหนดปรัชญาหรือแผนงานและการพัฒนากลยุทธ์การบริการเพื่อให้บริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอจะแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของบริการ

แนวความคิดด้านคุณภาพการบริการ นั้นเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่ง ความแตกต่างขึ้นอยู่กับบริการ ความแตกต่างก็เหมือนการบริการที่ผูกคูกับลูกค้าอย่างเป็นกันเอง มีการเสนอส่วนลด หากธุรกิจใดที่แตกต่างจากคู่แข่งมาก ความแตกต่างสามารถสนองความพึงพอใจของลูกค้า ธุรกิจนั้นจะเป็นที่จดจำของลูกค้า ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกครั้ง จะส่งผลดีต่อองค์กร ในแนวความคิดนี้ นักศึกษาได้นำแนวคิดเรื่องคุณภาพการบริการมาประยุกต์ใช้ ช่วยออกแบบคำถามสำหรับพนักงานบริการและขั้นตอนการบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ

### ความหมายของการบริการ

อันเนื่องมาจากการปฏิรูประบบราชการตามนโยบายของรัฐบาลซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักในการให้บริการแก่ประชาชนที่ติดต่อมาเรียกว่า ผู้รับบริการเอง หน่วยงานของรัฐต้องสนองความต้องการของคนกลุ่มต่างๆ

การให้บริการขององค์กรหรือหน่วยงานในภาครัฐเป็นงานประเภทหนึ่งที่ต้องมีการประชาสัมพันธ์กับผู้สมัครใช้บริการโดยตรง เพื่อให้ผู้ที่ขอรับบริการสะดวกและรวดเร็ว มีแนวความคิดการบริการทางวิชาการ โดยยกตัวอย่างพอสังเขป ดังนี้

จากการศึกษาความหมายของคำว่า ให้บริการได้มีผู้ให้ความหมายในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ดังต่อไปนี้

สุนันทา ทวีผล (2559, หน้า 13) กล่าวถึงการให้บริการ ดังนี้

1. หลักการของการปฏิบัติตามความต้องการของคนส่วนใหญ่ กล่าวคือ ผลประโยชน์และบริการที่องค์กรจัดให้ต้องเป็นไปตามความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่หรือทั้งหมด และไม่ได้มอบให้กับคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ มิเช่นนั้นนอกจากจะไม่ได้รับประโยชน์และบริการอย่างเต็มที่แล้ว ก็ไม่คุ้มที่จะทำอย่างนั้น
2. หลักความสม่ำเสมอ คือ การบริการต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ไม่หยุดที่ความพึงพอใจของผู้ให้บริการหรือผู้ดำเนินการ
3. หลักความเท่าเทียมกัน จะต้องให้บริการแก่ผู้ใช้บริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกันและเท่าเทียมกัน
4. หลักเศรษฐกิจ ต้นทุนที่จำเป็นสำหรับการบริการจะต้องไม่เกินผลที่คาดหวัง
5. หลักการอำนวยความสะดวก การให้บริการแก่ลูกค้าต้องอยู่ในลักษณะที่ง่ายต่อการนำไปใช้และสะดวก ไม่เปลืองทรัพยากรมากนัก อีกทั้งยังไม่สร้างภาระให้ผู้ให้บริการหรือผู้ใช้บริการมากเกินไป

### ความสำคัญของการให้บริการ

การให้บริการเป็นกิจกรรมที่สำคัญสำหรับงานต่างๆ เพราะการบริการคือการให้ความช่วยเหลือหรือดำเนินการใดๆ ทั้งในภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชน การขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใดๆ จะต้องจัดให้มีธุรกิจบริการอยู่เสมอ การบริการเองนั้น ตัวสินค้าเอง การขายจะประสบความสำเร็จต้องได้รับการบริการที่ดี ธุรกิจที่การค้าจะอยู่รอดต้องทำให้เกิด "การขายซ้ำ" กล่าวคือต้องรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่ การให้บริการที่ดีจึงช่วยให้ธุรกิจเพิ่มลูกค้าใหม่ได้ (สมิต สัชฌุกร, 2560, ออนไลน์)

### หลักการให้บริการ

สมิต สัชฌุกร บอกว่าบริการต้องยึดถือ ไม่ใช่การให้ความช่วยเหลือหรือให้ประโยชน์แก่ผู้อื่น จะต้องเป็นไปตามความต้องการของผู้ให้บริการ โดยทั่วไป หลักการบริการควรพิจารณา ดังนี้

1. ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลัก ผู้ให้บริการต้องนำความต้องการของผู้ให้บริการมาเป็นเงื่อนไขการบริการ แม้ว่าจะเป็นการให้ความช่วยเหลือที่ผู้ให้บริการเห็นว่าดีและเหมาะสมกับผู้รับบริการก็ตาม แต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจและไม่ให้ความสำคัญกับบริการก็อาจดูไร้ค่าในความรู้สึกของผู้รับบริการ

### 2. ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ

คุณภาพ คือ ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก ดังนั้นการบริการจึงต้องเน้นที่ความพึงพอใจของผู้รับบริการ และถือเป็นหลักการสำคัญในการประเมินการบริการ ไม่ว่าจะผู้ให้บริการจะตั้งใจให้มากเพียงใดก็เป็นเพียงปริมาณ ต่างจากคุณภาพการบริการที่สามารถวัดความพึงพอใจของลูกค้าได้

### 3. ปฏิบัติถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน

การให้บริการที่จะสามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าได้ชัดเจนเป็นแนวทางปฏิบัติที่ต้องตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วน เพราะหากมีข้อผิดพลาดหรือข้อบกพร่องจะทำให้ยาก ลูกค้าพึงพอใจแม้จะขอโทษ ก็อาจไม่มีประโยชน์

### 4. เหมาะสมแก่สถานการณ์

สิ่งสำคัญคือต้องให้บริการที่รวดเร็ว ส่งมอบผลิตภัณฑ์ หรือส่งมอบตรงเวลา ทำให้เป็นบริการที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ นอกจากการส่งมอบตรงเวลาแล้ว

### 5. ไม่ทำความเสียหายให้คนอื่น

การให้บริการใดๆ จะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ ล้วนแต่เน้นแต่ผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้น กับลูกค้าและผู้ให้บริการเท่านั้นไม่เพียงพอ ผู้ให้บริการต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ มากมาย รวมถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นผู้ให้บริการควรวัดหลักการให้บริการด้วยความระมัดระวังและไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่บุคคลอื่น

### ประเภทของงานบริการ

งานบริการสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่

#### 1. การให้บริการโดยตรง

เป็นการให้ความช่วยเหลือหรือดำเนินการที่เป็นประโยชน์แก่ผู้รับบริการเฉพาะหน้า เช่น ขายให้ การทำบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

#### 2. การให้บริการทางอ้อม

เป็นการดำเนินการที่เป็นประโยชน์โดยไม่ต้องติดต่อกับผู้รับบริการโดยตรง แต่ผู้รับบริการอาจได้รับประโยชน์จากการที่ไม่เคยเห็นผู้ให้บริการเลย เช่น ผู้ออกแบบและตกแต่งห้องบริการให้สวยงาม

### มาตรฐานการให้บริการ

สมิต สัจฉกร กล่าวไว้ว่า การให้มาตรฐานการบริการจะสร้างความเข้าใจที่ดีขึ้นระหว่างผู้บังคับบัญชากับลูกน้องและกับบุคคลอื่น สิ่งสำคัญคือมาตรฐานการบริการเปรียบเสมือนเป้าหมายที่ผู้บังคับบัญชามุ่งหวังให้ลูกน้องบรรลุผล และในขณะเดียวกัน นั่นก็เป็นการตั้งเป้าหมายให้กับพนักงานนั้นพยายามทำให้สำเร็จ เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาตรฐานการบริการเป็นสิ่งที่ทำนายสำหรับพนักงานในการปฏิบัติงานเพื่อแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพ แม้จะไม่กำหนดมาตรฐานการบริการหรือใช้วิธีเปรียบเทียบผลงานกับผลงานในปีที่ผ่านมาก็ตาม แต่การทำเช่นนั้นไม่ได้เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

การกำหนดมาตรฐานการบริการจึงเป็นกลไกที่ช่วยให้ผู้บังคับบัญชาสามารถติดตามและรักษาไว้ได้ ผลงานการบริการอยู่ในระดับดี นอกจากนี้ การมีมาตรฐานการบริการทำให้พนักงานทุกคนตระหนักถึงความรับผิดชอบของตนเองและวิธีที่พวกเขาต้องปฏิบัติภารกิจ

มาตรฐานการให้บริการสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ ลักษณะทางบวกลักษณะทางลบและลักษณะเป็นศูนย์

- ลักษณะทางบวก กำหนดความสมบูรณ์ของบริการให้มีลักษณะตรงตามข้อกำหนดที่ผู้รับบริการพอใจกับวิธีการที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องยอมรับ

- ลักษณะทางลบ เป็นการกำหนดข้อผิดพลาดที่ผู้รับบริการสามารถจะยอมรับได้

- ลักษณะเป็นศูนย์ เป็นการกำหนดว่าผลการบริการไม่ได้ผิดพลาดเลย ข้อบกพร่องจะต้องเป็นศูนย์เท่านั้น

การกำหนดมาตรฐานการให้บริการที่ดี ควรคำนึงถึงลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. เป็นมาตรฐานของคณงาน ไม่ใช่มาตรฐานของบุคคล หมายความว่า ไม่จำเป็นต้องพิจารณาว่าใครเป็นผู้ปฏิบัติงาน

2. บรรลุได้ หมายความว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่สามารถบรรลุมาตรฐานได้ แต่อาจมีข้อยกเว้นสำหรับตัวดำเนินการใหม่ ซึ่งต้องศึกษาจนสอบผ่านภาคปฏิบัติก่อน

3. เข้าใจได้ หมายถึง มีความหมายชัดเจนที่ทั้งผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาเข้าใจอย่างชัดเจน

4. ตกลง หมายถึง ทั้งผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาคกลงว่ามาตรฐานนั้นยุติธรรม เนื่องจากเป็นสิ่งสำคัญที่ยอมรับพวกเขา และต้องประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นฐาน

5. มีความเฉพาะเจาะจงและสามารถวัดได้ หมายความว่าต้องสามารถกำหนดเป็นเปอร์เซ็นต์หรือหน่วยวัดได้

6. เน้นเวลา การกำหนดระยะเวลาอย่างชัดเจนเมื่อสามารถบรรลุมาตรฐานได้ในเวลาที่กำหนดไว้ล่วงหน้า

7. เป็นลายลักษณ์อักษร หมายความว่า ควรมีสำเนาต่างกัน เพื่อเป็นการเตือนความจำและข้อกำหนดในการปฏิบัติงาน

8. เปลี่ยนแปลงได้ หมายถึง การประเมินเป็นระยะ และเปลี่ยนแปลงความจำเป็นเพราะจำเป็นต้องเปลี่ยนมาตรฐานเนื่องจากวิธีปฏิบัติใหม่ อุปกรณ์ใหม่ วัสดุใหม่ หรือองค์ประกอบที่เปลี่ยนแปลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.4 แนวคิดและทฤษฎีสวนประสมการตลาด 7'Ps

ในปัจจุบันนี้ กลยุทธ์ 4'Ps นั้นไม่พอสำหรับธุรกิจบริการอีกต่อไป ซึ่งจะเห็นได้ว่า P ทั้ง 3 ตัวที่เพิ่มเข้ามาทั้งหมด มีความสำคัญกับธุรกิจบริการ แต่อย่างไรก็ตาม 7'Ps ก็ยังสามารถนำไปปรับใช้กับธุรกิจที่ขายสินค้าได้เช่นเดียวกัน

### ทฤษฎีสวนประสมการตลาด 7'Ps

จากการศึกษาค้นคว้าแนวคิดปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมาย ดังนี้

Philip Kotler (2012, อ้างอิงใน พัชรนันท์ ศุภภาคิน และคณะ, 2562) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาดนั้นมีประโยชน์ทางธุรกิจและช่วยให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยประกอบด้วย (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) (2) ด้านราคา (Price) (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (5) ด้านบุคลากร (People) (6) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และ (7) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) โดยแต่ละด้านมีความดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้า/บริการที่ธุรกิจได้สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ธุรกิจที่ผลิตสินค้าและบริการต้องคำนึงถึงความต้องการและความต้องการของลูกค้า เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งจะทำให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด รวมถึงสิ่งที่มีมูลค่าการขายหรือผลประโยชน์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่ลูกค้าต้องจ่ายในรูปของเงินหรือราคาต้นทุน (Cost) ของบริษัท ธุรกิจควรกำหนดราคาที่ลูกค้าสามารถซื้อได้ ในการวางแผนราคานอกเหนือจากต้นทุนการผลิตและต้นทุนของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการควรพิจารณาในการทำธุรกิจนั้น ซึ่งธุรกิจจะต้องพยายามลดต้นทุนและภาระของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบมูลค่า (Value) ของสินค้ากับราคาและคุณภาพของการบริการของสินค้า

3. ด้านช่องทางการให้บริการ (Place) หมายถึง ช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมต่างๆ ใช้ในการขนสินค้า และจากองค์กรสู่ตลาด

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อการติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อ (Non personal Selling) การประชาสัมพันธ์การให้ข่าว การลด แลก แจก แถม การตลาดทางตรง

5. ด้านบุคลากร (People) หมายถึง บุคคลทุกคนในองค์กรที่ให้บริการนั้น ทั้งเจ้าของ ผู้บริหาร พนักงานทุกระดับ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและพนักงาน ซึ่งพวกเขาพัฒนาและฝึกอบรม กระตุ้นให้พนักงานสร้างความพึงพอใจของผู้บริโภคให้แตกต่างกันมาก

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) หมายถึง ส่วนที่เป็นรูปธรรมของการบริการและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งอาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือและอุปกรณ์ เช่น คอมพิวเตอร์ เอทีเอ็ม เครื่อง เคาน์เตอร์ เซอร์วิส สถานที่ ตกแต่ง ล็อบบี้ ที่จอดรถ สวนหย่อม ป้ายตกแต่งห้องน้ำ แบบฟอร์มเหล่านี้คือสิ่งที่ลูกค้าใช้ทำเครื่องหมายคุณภาพการบริการ ส่งผลต่อความประทับใจของลูกค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง การวางแผนที่ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพ หรือเครื่องมือทันสมัย เพื่ออำนวยความสะดวกที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไป มักจะมีหลายขั้นตอนซึ่งในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันอย่างดี หากมีขั้นตอนใดไม่ดีแม้แต่ขั้นตอนเดียวย่อม ทำให้การบริการเป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า

นภาพรณ คณานุรักษ์ (2559) ได้กล่าวไว้ว่า การส่งเสริมการตลาด แต่ถ้าขาดการสื่อสารเพื่อให้ลูกค้าทราบถึงประโยชน์และคุณสมบัติของสินค้า ระดับราคา และช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ และกระตุ้นความต้องการของลูกค้า จะไม่สามารถเป็นเหตุให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ ดังนั้น การส่งเสริมการขาย เช่น การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการส่งเสริมการขายด้วยกิจกรรมต่างๆ เช่น ส่วนลด แลกของแถม ของแถม เป็นต้น จึงนับเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญในส่วนประสมทางการตลาด การส่งเสริมการตลาดควรมีความสอดคล้องไปในทิศทางที่ดำเนินงานเดียวกันจึงจะมีโอกาสสร้างความน่าเชื่อถือ และชักจูงใจผู้บริโภคให้เกิดความต้องการที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ ในที่สุด แต่หากนักการตลาดไม่สามารถที่จะจัดวางส่วนประสมทางการตลาดเหล่านี้ให้มีความกลมกลืนกันในแผนงานทางการตลาด อาจมีผลให้การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดขององค์กรมีประสิทธิผลลดลงหรือประสบความล้มเหลวได้ ยกตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นชั้นนำจากฝรั่งเศส ที่มีผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนคือ ผู้ที่มีรายได้สูง และมีระดับฐานะทางสังคมเป็นคนชั้นสูง ดังนั้น การกำหนดราคาจำหน่ายจึงควรกำหนดให้อยู่ในระดับราคาสูง และบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีวางจำหน่ายเฉพาะสถานที่ที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้มีความนิยมและเชื่อมั่นถึงมาตรฐานของสินค้าที่จำหน่ายที่เหมาะสมกับตัวเอง นอกจากนี้ในส่วนของการส่งเสริมการตลาดทั้งการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ยังคงมุ่งเน้นการสื่อสารด้วยวิธีต่างๆ ที่จะเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้มีความเด่นชัดยิ่งขึ้นอีกด้วย ทั้งนี้ หากการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นชั้นนำจากฝรั่งเศสเหล่านี้ให้ได้ระดับราคาที่ต่ำ และวางจำหน่ายที่บิกซีหรือแผงลอยแถวประตูน้ำ ย่อมจะเป็นการทำลายภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายจะเกิดความไม่แน่ใจในคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ขึ้นได้ซึ่งหมายถึงโอกาสทางการตลาดที่องค์กรต้องสูญเสียไปจากกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายในตลาด

Me Carthy and Perreault (1990, อ้างถึงใน นวัตกรรม เนียมหอม, 2560) ได้อธิบายถึงความหมายของส่วนประสมทางการตลาดหมายถึงปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทต่างๆ ต้องใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย

จากแนวคิดข้างต้น พบว่า ส่วนประสมการตลาดประกอบด้วยกลยุทธ์ทางการตลาด 7 ด้าน ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพ ราคา ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมายที่เหมาะสมของธุรกิจและตอบสนองความต้องการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้พึงพอใจสูงสุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.5 ประวัติการก่อตั้งธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

### ประวัติความเป็นมา

จุดเริ่มต้น ธ.ก.ส.พ.ศ. 2509 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ได้จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีวัตถุประสงค์ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกรและสหกรณ์การเกษตร สำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกร เพื่อเพิ่มรายได้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร

นายจำเนียร สารนาท ผู้จัดการ ธ.ก.ส. คนแรกได้วางรากฐานการดำเนินงานพร้อมทั้งอุดมการณ์การทำงานให้พนักงาน ธ.ก.ส. ทุกคนละเว้นการอันควรต่างๆ โดยได้อบรมสั่งสอนให้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรวดเร็ว ซื่อสัตย์ สุจริต และไม่เบียดเบียนลูกค้า เพราะงานสินเชื่อเพื่อการเกษตร เป็นงานที่กว้างขวางและซับซ้อน ต้องศึกษาและค้นคว้าเพิ่มเติมอยู่เสมอ เพื่อให้มีความรู้ ความชำนาญยิ่งขึ้น ขอให้ท่านละเว้นการอันควรละเว้น ไม่เบียดเบียนเกษตรกรลูกค้า งานท่งานหนัก เร่งรัด ฉับไว ถูกต้องและแม่นยำ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ซึ่งพนักงาน ธ.ก.ส. ถือปฏิบัติมาจนถึงปัจจุบัน

### ปรับบทบาท สู่ธนาคารพัฒนาชนบท

มุ่งลดบทบาทเงินกู้ในระบบทศวรรษที่ 1 (พ.ศ.2509-2519)

ในทศวรรษแรก ธ.ก.ส. ให้ความสำคัญกับการให้สินเชื่อเพื่อการผลิตระยะสั้น และระยะปานกลางแก่เกษตรกรให้ทั่วถึงอย่างรวดเร็ว เพื่อลดบทบาทของเงินกู้ในระบบ โดยสร้างนวัตกรรมทางการเงินใหม่ที่ให้สินเชื่อแก่เกษตรกรรายคน โดยใช้นักคิดในกลุ่มค้าประกันรับรองรับผิดชอบอย่างลูกหนี้ร่วมกัน สร้างรากฐานความพร้อมของเกษตรกรเพื่อสร้างรายได้และฐานะทางการเงินที่มั่นคงให้แก่เกษตรกร

มีพัฒนาการให้กับสินเชื่อและบริการครบวงจร ทศวรรษที่ 2 (พ.ศ.2520-2529)

ช่วงทศวรรษที่ 2 ธ.ก.ส.ได้พัฒนาแนวทางปฏิบัติงานให้รวดเร็วยิ่งขึ้นโดยการให้บริการสินเชื่อแก่เกษตรกรรายคน ในรูปแบบของสัญญาเครดิตเงินสด เพื่อให้เกษตรกรเบิกรับเงินกู้โดยสะดวก และเริ่มดำเนินงานบนพื้นฐานความร่วมมือกับส่วนราชการและเอกชน ในการช่วยหาปัจจัยพื้นฐานต่างๆ ที่อำนวยความสะดวกการพัฒนาการเกษตรอย่างครบวงจร ในรูปของวัสดุอุปกรณ์การเกษตร และเชื่อมโยงการตลาด โดยการจัดตลาดกลางพืชผลการเกษตรตลอดจนการรับจำนำข้าวเปลือก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ช่วยเหลือเกษตรกรชั้นเล็กและยากจน-จัดตั้งสถาบันเกษตรกร ทศวรรษที่ 3 (พ.ศ.2530-2539)

ช่วงทศวรรษที่ 3 ได้พยายามขยายการให้บริการเกษตรกรให้ทั่วถึงและครอบคลุมยิ่งขึ้นโดยเฉพาะเกษตรกรชั้นเล็กและยากจน ซึ่งปกติจะไม่สามารถขอใช้บริการสินเชื่อจากสถาบันการเงินได้ ธ.ก.ส. จึงกำหนดหลักเกณฑ์เป็นการเฉพาะเพื่อให้บริการสินเชื่อแก่เกษตรกรดังกล่าว อาทิ การแปรรูปผลผลิตช่วยสร้างงานและรายได้ให้แก่เกษตรกร ขณะเดียวกันยังสนับสนุนให้เกษตรกรลูกค้ารวมตัวกันจัดตั้งสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. (สกต.) เพื่อเป็นองค์กรของเกษตรกรลูกค้าในการสร้างอำนาจต่อรองทางการตลาดและได้ริเริ่มโครงการวิวัฒนธรมบริการ เพื่อพัฒนาพนักงานให้มีทักษะความรู้และตระหนักถึงความสำคัญในการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า

น้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การพัฒนาชนบท ทศวรรษที่ 4 (พ.ศ.2540-2549)

ช่วงทศวรรษที่ 4 ธ.ก.ส. ได้ปรับบทบาทและกลยุทธ์การดำเนินงานครั้งสำคัญเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยขอแก้ไข พ.ร.บ. ธ.ก.ส. ให้ครอบคลุมการให้สินเชื่อเพื่อประกอบอาชีพอื่นเพื่อเสริมรายได้ รวมทั้งการพัฒนาความรู้และคุณภาพชีวิตตลอดจนได้น้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับเกษตรกรลูกค้า เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างพอเพียงและมั่นคง สร้างความเข้มแข็งสู่ชุมชนควบคู่ไปกับการส่งเสริมและสนับสนุนการรักษาสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังปลูกฝังให้พนักงานดูแล และให้บริการลูกค้าอย่างใกล้ชิดและทั่วถึง นอกจากนี้ ในปี 2542 ธ.ก.ส. ได้จัดตั้งกองทุนขึ้นโดยใช้ชื่อว่า กองทุนธนาคารอิสลาม (Islamic Banking Fund) เพื่อทำหน้าที่ให้บริการทางการเงินตามหลักศาสนาอิสลาม และสามารถดำเนินการได้ภายใต้กรอบ พ.ร.บ. ธ.ก.ส

ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกรรายย่อยและให้บริการสินเชื่อที่หลากหลาย ทศวรรษที่ 5 (พ.ศ. 2550-ปัจจุบัน)

เข้าสู่ทศวรรษที่ 5 ธ.ก.ส. ยังคงมุ่งมั่นกับภารกิจพัฒนาชนบทภายใต้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยเฉพาะการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกรรายย่อย อีกทั้งขยายการให้บริการสินเชื่อไปสู่บุคคล กลุ่มบุคคล ผู้ประกอบการ กองทุนหมู่บ้านหรือชุมชน องค์กรที่เกี่ยวข้อง และสหกรณ์ทุกประเภท ให้สามารถเข้าถึงแหล่งทุนในระบบ พร้อมทั้งสนับสนุนสินเชื่อเพื่อสร้างรายได้เพิ่ม เพื่อให้เกษตรกรลูกค้ามีฐานะและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อีกทั้งสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้พนักงานทำงานเป็นทีม มีความซื่อสัตย์ มีสำนึกรับผิดชอบ และใช้ชีวิตพอเพียงบนมาตรฐานเดียวกัน ทุกช่วงเวลาที่ผ่านมา ธ.ก.ส. มุ่งมั่นต่อพันธกิจที่มีต่อเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนเกษตรกร และเศรษฐกิจภาคเกษตรในชนบทให้เติบโตได้อย่างมั่นคงยั่งยืน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มุ่งสู่การเป็นสถาบันการเงินเพื่อพัฒนาชนบทและภาคเกษตรครบวงจร ทศวรรษที่ 6 (พ.ศ. 2560-ปัจจุบัน)

ธ.ก.ส. ก้าวสู่ทศวรรษที่ 6 ด้วยการเป็นศูนย์กลางทางการเงินภาคเกษตรและภาคชนบท มุ่งสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) ใช้กระบวนการสหกรณ์และผู้ประกอบการ เป็นแกนสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถภาคการเกษตรไทย เพื่อเพิ่มมูลค่าภาคการผลิตแบบบูรณาการ พร้อมทั้งยกระดับเกษตรกรและทายาทเป็น Smart Farmer ให้มีความสำคัญกับนโยบาย Go Green สนับสนุนสินเชื่อสีเขียว (Green Credit) เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในการให้บริการ และพฤติกรรมตามความต้องการของลูกค้า เพื่อร่วมขับเคลื่อนภารกิจต่างๆ ไปสู่เป้าหมายในการสร้าง

- Better Life สร้างคุณภาพชีวิตของคนในชนบทให้ดีขึ้น
  - Better Community สร้างชุมชนไทยให้เข้มแข็งขึ้น
  - Better Pride สร้างความภาคภูมิใจในอาชีพเกษตรกรให้มากยิ่งขึ้น
- "เพื่อมุ่งมั่นยกระดับชีวิตเกษตรกรไทย สู่สังคมที่ภาคภูมิใจ"

#### วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นธนาคารพัฒนาชนบทที่ยั่งยืน มุ่งสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชนบท

#### พันธกิจ (Mission)

1. เป็นศูนย์กลางทางการเงินที่ให้บริการทางการเงินครบวงจรและทันสมัยในภาคชนบท
2. พัฒนาการบริหารและจัดการทรัพยากร เพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรประสิทธิภาพสูงอย่างมีธรรมาภิบาล
3. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนและเพิ่มรายได้ของคนในชนบท
4. สนับสนุนให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจในชุมชน โดยให้ความรู้และเงินทุนที่คำนึงถึงคุณค่าร่วมที่สมดุลด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.6 ธุรกรรมโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application)

Mobile Banking Application คือ ตัวช่วยสำคัญในยุคดิจิทัลที่อำนวยความสะดวกทางด้านการเงิน มันสามารถเกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลาและทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม พฤติกรรมผู้บริโภคกับเศรษฐกิจโลก



ภาพที่ 2.1 Application A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร  
ที่มา : [www.baac.or.th](http://www.baac.or.th)

### ด้านการให้บริการ

ธ.ก.ส.A-Mobile ช่องทางการที่จะช่วยให้ธุรกรรมทางการเงินต่างๆ พร้อมด้วยบริการที่มากกว่าการเป็นธนาคาร ดังนี้

1. ดูข้อมูลผลิตภัณฑ์เงินฝาก สินเชื่อ เงินฝากคุ้มครองชีวิต
2. ตรวจสอบยอดเงินคงเหลือในบัญชี
3. ตรวจสอบรายการเคลื่อนไหวในบัญชีย้อนหลัง 3 เดือน
4. ขอรายการเคลื่อนไหวในบัญชีย้อนหลังผ่านอีเมล (สูงสุด 12 เดือน)
5. บริการโอนเงินระหว่างบัญชี ธ.ก.ส. และต่างธนาคาร ด้วยเลขที่บัญชี หรือ พร้อมเพย์
6. การโอนเงินพร้อมเพย์ผ่าน QR Code
7. ชำระค่าสินค้าและบริการและชำระผ่าน QR code
8. ตรวจสอบรางวัลสลากทวีสิน และสลากออมทรัพย์ ธ.ก.ส.
9. บริการเติมเงินโทรศัพท์มือถือ
10. ค้นหาสาขา หรือตู้เอทีเอ็ม ที่ใกล้ที่สุด
11. แจ้งข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวของธนาคาร ขาวทั่วไป ราคาสินค้าเกษตร
12. แนะนำสินค้าและผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ SME
13. บริการให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### คุณสมบัติผู้สมัคร

1. บุคคลธรรมดา อายุ 15 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป ทั้งชาวไทยและต่างชาติ
2. มีบัญชีของ ธ.ก.ส
3. บัญชีออมทรัพย์ใช้สมุด
4. บัญชีออมทรัพย์รักษาทรัพย์
5. บัญชีออมทรัพย์ทวีโชค
6. มีโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ตโฟน รองรับบริการเชื่อมต่อ Internet GPRS,EDGE,3G,4G,WIFI

### เอกสารการสมัครใช้บริการ (กรณีสมัครผ่านสาขา)

1. แบบฟอร์มใบคำขอใช้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile
2. บัญชีเงินฝากออมทรัพย์ หรือ บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน
3. บัตรประชาชน

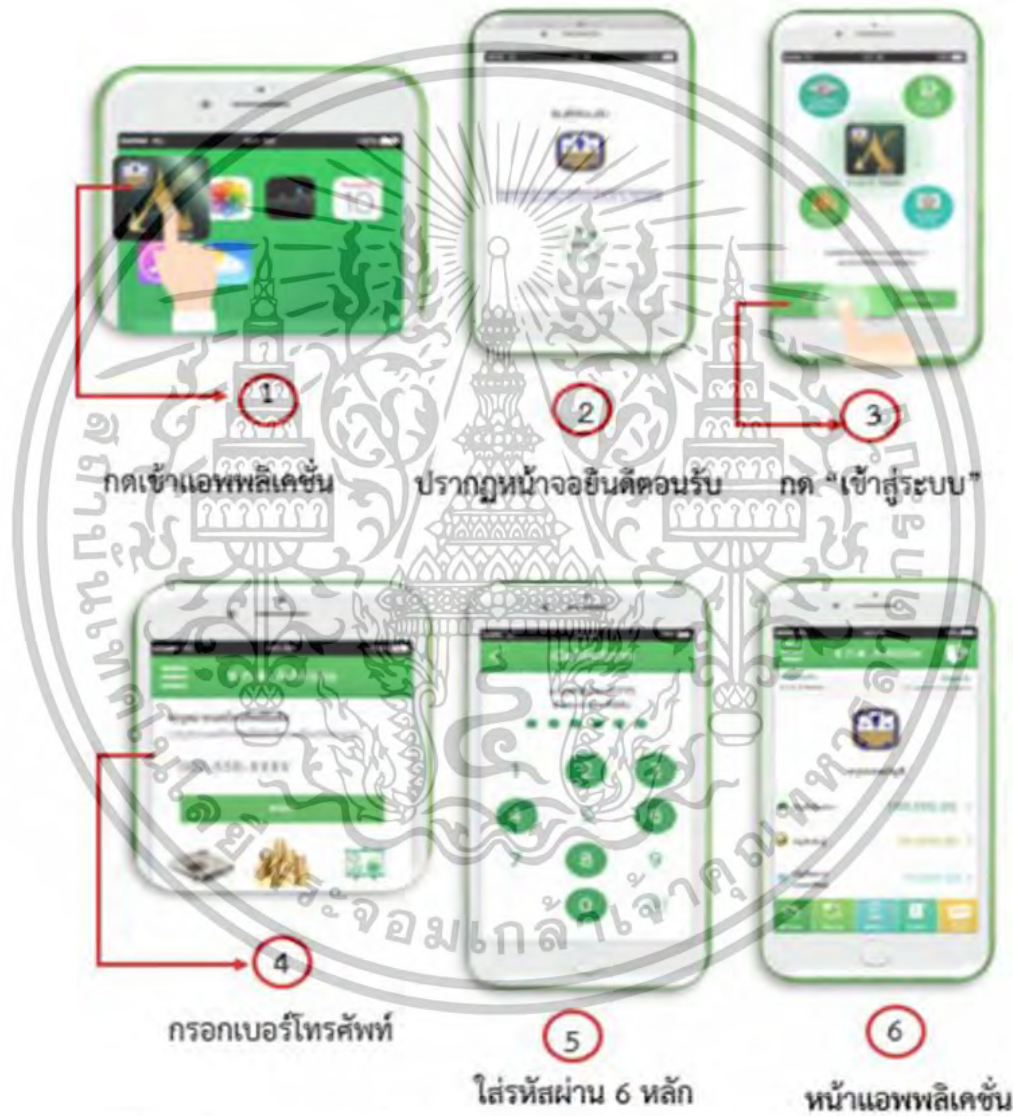
### ด้านอัตราค่าธรรมเนียม

1. ค่าสมัครใช้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile ( ฟรีค่าธรรมเนียม )
2. ค่าธรรมเนียมการโอนเงินภายในธนาคาร ( ฟรีค่าธรรมเนียม )
  - 2.1 โอนเงินระหว่างบัญชีตนเอง ไม่เกิน 100,000 บาท/รายการ ไม่เกิน 300,000 บาท/วัน
  - 2.2 โอนเงินไปยังบัญชีบุคคลอื่น ไม่เกิน 20,000 บาท/รายการ ไม่เกิน 300,000 บาท/วัน
3. ค่าธรรมเนียมการโอนเงินภายในธนาคารข้ามเขตสำนักหักบัญชี (ต่อเดือน) ( ฟรีค่าธรรมเนียม )
4. ค่าธรรมเนียมการโอนเงินระหว่างธนาคารไม่เกิน 50,000 บาท/รายการ ไม่เกิน 300,000 บาท/วัน ( ฟรีค่าธรรมเนียม )
5. ค่าธรรมเนียมการโอนเงินพร้อมเพย์ (PromptPay) ไม่เกิน 300,000 บาท/วัน ( ฟรีค่าธรรมเนียม )

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ขั้นตอนการลงทะเบียนการใช้งาน

1. ติดต่อพนักงานประจำสาขา ธ.ก.ส. พร้อมบัตรประชาชนและสมุดบัญชีออมทรัพย์ ธ.ก.ส.
2. กรอกข้อมูลในแบบฟอร์มที่ธนาคาร
3. พนักงานธนาคารตรวจสอบเอกสารเพื่อความถูกต้อง
4. ธนาคารแจ้งผลการลงทะเบียน พร้อมส่ง SMS และอีเมล (ถ้ามี)



ภาพที่ 2.2 ขั้นตอนการลงทะเบียนการใช้งาน

ที่มา : [www.baac.or.th](http://www.baac.or.th)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### งานวิจัยภายในประเทศ

วสุธิดา นุริตมนต์ และทรงวิทย์ เจริญกิจธนาภ (2561) การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน พบว่า ด้านการสื่อสารแบบปากต่อปาก ความไว้วางใจ และการรับรู้ความสามารถมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี

อนุชิต ศิริรัชนิกร (2562) แนวคิดเกี่ยวกับเรื่อง “National e-Payment: พลิกโฉมประเทศไทย สู่การใช้ digital payment” เป็นแผนยุทธศาสตร์ของภาครัฐ โดย สามารถรองรับธุรกรรมการชำระเงินอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะเห็นความเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนในด้านต่างๆ ที่สำคัญ ได้แก่ บริการใช้พร้อมเพย์

### งานวิจัยต่างประเทศ

Budiyono, M. T. I., Muliastari, D., & Putri, S. A. R. (2021) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในธนาคารอิสลามโดยพิจารณาจากส่วนประสมการตลาดเป็นเครื่องมือวัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดระดับความพึงพอใจของลูกค้าของธนาคาร BNI Syariah Bank ในอินโดนีเซีย ศึกษาความแตกต่างระหว่างระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญที่ลูกค้าได้รับตามหมวดหมู่ลูกค้า นี้เป็นลูกค้าที่มีลำดับความสำคัญสูงสุดทั้งหมด จำนวน 352 ตัวอย่าง ซึ่งใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายในการศึกษาครั้งนี้ใช้ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ผลการวิจัยพบว่าลูกค้าพึงพอใจกับคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ สถานที่ ไปรษณีย์ บุคคล กระบวนการ และคุณลักษณะในลักษณะของหลักฐานทางกายภาพของธนาคาร แต่ลูกค้าไม่พอใจกับคุณลักษณะส่วนประสมทางการตลาดในรูปแบบของราคา เนื่องจากจนถึงขณะนี้เป็นที่ทราบกันว่าธนาคารอิสลามมีราคาแพงกว่าธนาคารทั่วไป ไม่มีความแตกต่างระหว่างระดับความพึงพอใจและระดับความสนใจที่ลูกค้าลำดับความสำคัญได้รับตามประเภทลูกค้า

Kumar, S., & Almoula, T. S. (2020) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบระดับการบริการลูกค้าตามส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ในธนาคารภาครัฐและเอกชนบางแห่งในเมืองโกลา ประเทศอินเดีย โดยการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการจริง จากข้อมูลที่กล่าวว่าการตลาดของธนาคารเกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) เช่น ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ ไปรษณีย์ คน กระบวนการ และหลักฐานทางกายภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีการตั้งข้อสังเกตว่า 7P เหล่านี้มีความแตกต่างกันอย่างมากภายในธนาคารภาครัฐและเอกชน วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้คือเพื่อเปรียบเทียบ 7Ps เหล่านี้ในธนาคารภาครัฐและเอกชนที่ได้รับการคัดเลือกในเมืองโกลา รัฐสหพันธรัฐอินเดีย โดยศึกษาจากพฤติกรรมของผู้ใช้บริการจริงเป็นเครื่องมือในการรวบรวมการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับระดับการบริการของธนาคาร มุ่งเน้นไปที่ข้อสังเกตของลูกค้าเพื่อเปรียบเทียบระดับการบริการที่ธนาคารต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยให้นักธนาคารรับทราบจุดแข็งด้านการแข่งขันเพื่อใช้ในการปรับปรุง และยังช่วยกำหนดแผนปฏิบัติการ

สติแพค (Stipak. 2018 : 46 -52) การวิจัยได้ดำเนินการในลอสแอนเจลิส เพื่อทดสอบว่าบริการที่ให้บริการโดยส่วนราชการส่วนท้องถิ่นมีผลกระทบต่อการใช้บริการหรือไม่ โดยใช้ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการเชิงงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ การค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชากร บริการ และอื่นๆ เพื่อใช้กับแบบจำลองเพื่อประเมินธรรมชาติของลักษณะการให้บริการของผู้ให้บริการ ลักษณะแต่ละพื้นที่และลักษณะส่วนบุคคล เกณฑ์การประเมินอัตนัย สร้างขึ้นจากการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อตำรวจสาธารณะ บริการ. การกำจัดของเสียและบริการอื่นๆ เกณฑ์การประเมินวัตถุประสงค์ พิจารณาจากตัวเลขจำนวนหนึ่ง เช่น อัตราการปราบปรามของตำรวจ อัตราของทรัพย์สินที่ได้มาพร้อมกับราคาดีต่อหัวและอัตราการเกิดอาชญากรรม แต่ตัวเลขเหล่านี้ ไม่สำคัญพอที่จะระบุลักษณะการให้บริการ มีส่วนในการประเมินการบริการในขณะเดียวกัน การประเมินอัตนัยก็มีข้อจำกัด เพราะประชาชนมีความรู้ มีความเข้าใจในการใช้บริการน้อย จากการวิจัยมติดีสารณะพบว่าประชาชนมีความรู้ น้อย ในส่วนของงานราชการและงานราชการ

เบอร์รี่ (Berry. 2019) ได้ศึกษาวิจัยคุณภาพการบริการเพื่อหาปัจจัยที่กำหนดคุณภาพของบริการ ในสายตาผู้ใช้บริการหรือลูกค้า ซึ่งสรุปถึงปัจจัยที่ลูกค้ามักอ้างถึง 10 ปัจจัย คือ

1. ความน่าเชื่อถือในด้านมาตรฐานการบริการ
2. ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้
3. ความสามารถในการให้ความรู้ความชำนาญ ถูกต้อง เหมาะสม และมีความรู้ความสามารถ
4. เข้าถึงง่าย บริการไม่ยุ่งยาก
5. มีความสุภาพ เคารพ นอบน้อม มีศักดิ์ศรี และสามารถพยาทในการบริการที่ดี
6. การสื่อสารและความสัมพันธ์กับลูกค้าที่มีความสามารถและครบถ้วน ทำให้ลูกค้าทราบ เข้าใจ และรับคำตอบสำหรับคำถามหรือความเข้าใจผิด ชัดเจน
7. เครดิตผู้ให้บริการความน่าเชื่อถือ
8. ความมั่นคง ความปลอดภัย ความอบอุ่น และความสะดวกสบายของลูกค้าขณะใช้บริการ
9. เข้าใจลูกค้า
10. ปัจจัยการบริการที่สัมผัสได้และสัมผัสได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษา

ในบทนี้จะเป็นส่วนของวิธีการดำเนินการศึกษา ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาในหัวข้อ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application อ.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร จังหวัดชุมพร” โดยทำการศึกษาดังกล่าวตามวิธีในการดำเนินการศึกษากำหนดขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 3.1 รูปแบบการศึกษา
- 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา
- 3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน

#### 3.1 รูปแบบการศึกษา

การศึกษานี้ผู้ศึกษาได้เก็บข้อมูล เรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application อ.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร จังหวัดชุมพร เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการสำรวจมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากผลการวิจัยด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

#### 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษานี้ จำแนกออกเป็นตัวแปร 2 ตัว ดังนี้

3.2.1 ด้านพฤติกรรมการใช้บริการ ประกอบด้วย ระยะเวลาการเป็นลูกค้า อ.ก.ส. ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ อ.ก.ส. ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงิน จำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการ อ.ก.ส.

3.2.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด 7'Ps ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ

#### 3.3 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษานี้คือ ลูกค้าที่เข้าใช้บริการ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร กรณีไม่ทราบสัดส่วนจำนวนประชากร

##### 3.3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง (n) ผู้ใช้บริการ Application อ.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรณีไม่ทราบสัดส่วนประชากร คนจำนวนที่ไม่แน่นอน ใช้สูตรคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ของ Cochran มีระดับความเชื่อมั่น 0.95 หรือมี ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05

สูตร	$n = \frac{Z^2}{4e^2}$
กำหนดให้	n คือ จำนวนหรือขนาดของตัวอย่าง
	$e^2$ คือ ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (0.05)
	Z คือ ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ
	ถาระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า $Z = 1.96$
	ถาระดับความเชื่อมั่น 99% หรือระดับนัยสำคัญ 0.01 มีค่า $Z = 2.58$

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ 384 คน และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้ศึกษาได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้แบบสอบถามกับผู้ใช้บริการ Application อ.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร ซึ่งเป็นจำนวนที่มีความแน่นอน

ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มผู้ใช้บริการ Application อ.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร 384 คน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.95 หรือมีระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คน และผู้วิจัยจะกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งหมด 384 คน โดยแจกแบบสอบถามและทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการ Application อ.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเข้าไปสอบถามเบื้องต้น โดยสอบถามว่าท่านเป็นผู้ใช้บริการ Application อ.ก.ส.A-Mobile และเลือกตัวอย่างที่ตอบว่าใช่ ผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือและเก็บข้อมูลจนครบจำนวนที่กำหนดไว้ข้างต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** เป็นแบบสอบถามข้อมูลลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลลักษณะคำถามปลายปิด (Close Ended Questionnaire) และเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการ

- 1.ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ธ.ก.ส.
- 2.ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ ธ.ก.ส.
- 3.ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงิน
- 4.จำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการ ธ.ก.ส.

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7'Ps ใน 7 ด้าน ได้แก่

- 1.ด้านผลิตภัณฑ์
- 2.ด้านราคา
- 3.ด้านช่องทางการให้บริการ
- 4.ด้านการส่งเสริมการตลาด
- 5.ด้านบุคคลากร
- 6.ด้านลักษณะทางกายภาพ
- 7.ด้านกระบวนการให้บริการ

**ส่วนที่ 4** คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร

โดยเกณฑ์การให้คะแนนของแบบสอบถาม ในแต่ละด้านใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert) เป็นระดับตั้งแต่ 1 ถึง 5 คะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	กำหนดให้	5	คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	กำหนดให้	4	คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	กำหนดให้	3	คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	กำหนดให้	2	คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยมาก	กำหนดให้	1	คะแนน

ในการสร้างเครื่องมือ ผู้จัดทำได้สร้างเครื่องมือตามขั้นตอนต่อไปนี้

3.4.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการสร้างแบบสอบถาม

3.4.2 ศึกษาวิธีสร้างเครื่องมือ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้

ระดับ 5 คือ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ระดับ 4 คือ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับ 3 คือ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ระดับ 2 คือ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ระดับ 1 คือ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ช่วงคะแนน = (ค่าคะแนนสูงสุด - ค่าคะแนนต่ำสุด)/จำนวนระดับ

= (5- 1)/5

ดังนั้น ช่วงคะแนน = 0.8

โดยแบ่งเป็นช่วงคะแนนดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับน้อยที่สุด

3.4.3 สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร

3.4.4 นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบแนะนำแก้ไขและปรับปรุง

3.4.5 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และครอบคลุมเนื้อหาของการจัดทำโครงการสหกิจศึกษา จัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับร่าง เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือด้านค่าความตรง (Validity) โดยใช้เทคนิค IOC โดยให้ทางอาจารย์ที่ปรึกษาแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน มีรายชื่อในภาคผนวก โดยผู้ทรงคุณวุฒิจะพิจารณาถึงความเห็นข้อคำถามในแบบสอบถามว่า มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่แล้วพิจารณาให้คะแนนค่าความสอดคล้อง ระหว่าง +1, 0 และ -1

โดย +1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

-1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

จากนั้นนำค่าคะแนนมาใช้แทนสูตร

$$IOC = \frac{\sum X}{N}$$

โดย  $\sum X$  หมายถึง ผลรวมคะแนนจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด

N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

เกณฑ์การพิจารณาข้อคำถามแต่ละข้อควรมีค่าเท่ากับ 0.66 จึงจะนำไปใช้ได้ ถ้าไม่ถึงต้องปรับปรุงจนกระทั่งมีค่าที่ต้องการแล้วจึงนำไปใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.6 ทำการจัดพิมพ์แบบสอบถามที่ผ่านการหาความตรงตัว และทดลองใช้แบบสอบถาม (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง (ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างนั้น) จำนวน 30 คน เพื่อทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) และพิจารณาค่า Reliability หากมีค่า 0.7 ขึ้นไปถือว่าใช้ได้ ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.972 และเมื่อพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.7 ทุกข้อ ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้เชื่อถือได้ และสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างได้

3.4.7 หลังจากผู้จัดทำได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้ว จึงนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในการทำโครงการต่อไป

### 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application อ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร

3.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีลักษณะคำถามปลายปิด เพื่อศึกษาถึงลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ศึกษาข้อมูลปัจจัยปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการ ศึกษาข้อมูลปัจจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 P's ของความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ Application อ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร โดยในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จำนวน 384 ชุด กับผู้ใช้บริการ Application อ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามแผนการสุ่ม โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.5.1.1 ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 4 เดือน

3.5.1.2 เมื่อได้รับแบบสอบถามแล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

3.5.1.3 นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับไปวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลต่อไป

3.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย วิทยานิพนธ์ หนังสือ รายงานต่างๆ และเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อ การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ โดยมี รายละเอียด ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลโดยใช้สถิติ ในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับบริหารความเสี่ยงสินค้าด้านกระบวนการ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Division : S.D.) แล้ว นำเสนอในรูปของตารางพร้อมคำอธิบายใต้ตาราง ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมาย ของค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

โดยเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7'Ps

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน ผลการวิเคราะห์ที่แสดงในตาราง

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	200	52.1
หญิง	184	47.9
รวม	384	100

จากตารางที่ 4.1 จากการศึกษาข้อมูลด้านเพศของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 52.1 รองลงมาคือ เพศหญิงจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 47.9 ของ กลุ่มลูกค้าที่สำรวจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี		0	0
21 - 40 ปี		216	56.3
41 - 60 ปี		163	43.7
60 ปีขึ้นไป		0	0
	รวม	384	100

จากตารางที่ 4.2 จากการศึกษาข้อมูลด้านอายุของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่เป็นช่วงอายุ 21-40 ปี จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 41-60 ปี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 43.7 ของกลุ่มลูกค้าที่สำรวจ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เกษตรกร/องค์กรเกษตรกร		239	62.2
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ		107	27.9
ธุรกิจส่วนตัว		23	6.0
นักเรียน/นักศึกษา		15	3.9
	รวม	384	100

จากตารางที่ 4.3 จากการศึกษาข้อมูลด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร/องค์กรเกษตรกร จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 62.2 รองลงมาคือ อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 107 คนคิดเป็นร้อยละ 27.9 อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 ของกลุ่มลูกค้าที่สำรวจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ประถมศึกษา	103	26.8
มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย/เทียบเท่า	114	29.7
ปริญญาตรี	167	43.5
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.4 จากการศึกษาข้อมูลด้านระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย/เทียบเท่า จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 และระดับประถมศึกษา จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 ของกลุ่มลูกค้ำที่สำรวจ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ไม่เกิน 5,000 บาท	17	4.4
5,001 – 10,000 บาท	142	37.0
10,001 – 15,000 บาท	179	46.6
15,001 – 20,000 บาท	46	12.0
20,001 – 25,000 บาท	0	0
25,001 บาทขึ้นไป	0	0
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.5 จากการศึกษาข้อมูลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ในช่วง 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 46.6 รองลงมาคือ รายได้ในช่วง 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รายได้ในช่วง 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และรายได้ในช่วงไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 17 คนคิดเป็นร้อยละ 4.4 ของกลุ่มลูกค้ำที่สำรวจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการ

ข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการ ประกอบด้วย ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ธ.ก.ส. ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ ธ.ก.ส. ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงิน จำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการ ธ.ก.ส. ผลการวิเคราะห์แสดงในตาราง

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของระยะเวลาการเป็นลูกค้า ธ.ก.ส

ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ธ.ก.ส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	48	12.5
1-5 ปี	206	53.6
6 - 10 ปี	130	33.9
10 ปีขึ้นไป	0	0
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของระยะเวลาการเป็นลูกค้า ธ.ก.ส พบว่าส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1-5 ปี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 53.6 รองลงมาคือ 6-10 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 และน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ของกลุ่มลูกค้าที่สำรวจ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ ธ.ก.ส.

ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ ธ.ก.ส.	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ฝาก/ถอน	151	39.3
ชำระสินเชื่อ	147	38.3
เปิดบัญชีเงินฝาก	70	18.2
ธุรกรรมอื่นๆ	16	4.2
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ ธ.ก.ส. พบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าใช้บริการฝาก/ถอน จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ ชำระสินเชื่อ จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 เปิดบัญชีเงินฝาก จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และธุรกรรมอื่นๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 ของกลุ่มลูกค้าที่สำรวจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงิน

ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงิน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช้บริการที่สาขา	133	34.6
แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส.A-Mobile	225	58.6
ตู้ ATM	26	6.8
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงิน พบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส.A-Mobile จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 58.6 รองลงมาคือ ใช้บริการที่สาขา จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 34.6 และตู้ ATM จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ของกลุ่มลูกค้าที่สำรวจ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของจำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการ ธ.ก.ส.

จำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการ ธ.ก.ส.	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ครั้ง/เดือน	244	63.5
5-10 ครั้ง/เดือน	140	36.5
มากกว่า 10 ครั้ง/เดือน	0	0
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของจำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการ ธ.ก.ส. พบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าใช้บริการน้อยกว่า 5 ครั้ง/เดือน จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมาคือ 5-10 ครั้ง/เดือน จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 ของกลุ่มลูกค้าที่สำรวจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7'Ps

ข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7'Ps ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ผลการวิเคราะห์แสดงในตาราง

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ด้านผลิตภัณฑ์

	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
<b>1.ด้านผลิตภัณฑ์</b>			
บริการ ๓.ก.ส.A-Mobile มีความน่าเชื่อถือถูกต้อง แม่นยำ ปลอดภัย	4.72	0.44	มากที่สุด
มีธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลายทันสมัย ตรงตาม ความต้องการ	4.56	0.49	มากที่สุด
การทำรายการง่าย ไม่ซับซ้อน สะดวกรวดเร็วในการ ใช้ บริการ	4.22	0.72	มากที่สุด
บริการช่วยให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย	4.91	0.28	มากที่สุด
<b>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</b>	<b>4.60</b>	<b>0.48</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x}=4.60$ , S.D.=0.48) เมื่อพิจารณารายข้อ บริการช่วยให้ประหยัด เวลาและค่าใช้จ่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x}=4.91$ , S.D.=0.28) รองลงมา คือ บริการ ๓.ก.ส.A-Mobile มีความน่าเชื่อถือถูกต้อง แม่นยำ ปลอดภัย ( $\bar{x}=4.72$ , S.D.=0.44) มีธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลายทันสมัย ตรงตามความต้องการ ( $\bar{x}=4.56$ , S.D.=0.49) และการทำรายการง่าย ไม่ซับซ้อน สะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ ( $\bar{x}=4.22$ , S.D.=0.72) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ด้านราคา

	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
<b>2.ด้านราคา</b>			
ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมต่อครั้งต่ำกว่าช่องทางอื่น	4.81	0.39	มากที่สุด
ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมต่อครั้งต่ำกว่าธนาคารอื่น	4.70	0.46	มากที่สุด
ค่าบริการมีความเหมาะสมกับคุณสมบัติ	4.95	0.27	มากที่สุด
<b>ปัจจัยด้านราคา</b>	<b>4.82</b>	<b>0.37</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.82$ , S.D.=0.37) เมื่อพิจารณารายชื่อ ค่าบริการมีความเหมาะสมกับคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.95$ , S.D.=0.27) รองลงมา คือ ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมต่อครั้งต่ำกว่าช่องทางอื่น ( $\bar{X}=4.81$ , S.D.=0.39) และค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมต่อครั้ง ต่ำกว่าธนาคารอื่น ( $\bar{X}=4.70$ , S.D.=0.46) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ด้านช่องทางการให้บริการ

	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
<b>3.ด้านช่องทางการให้บริการ</b>			
บริการ อ.ก.ส.A-Mobile สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ ทุกเวลา	4.69	0.49	มากที่สุด
ความสะดวกในการสมัครใช้บริการ อ.ก.ส. A-Mobile	4.15	0.71	มาก
มีคอลเซ็นเตอร์คอยให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	3.96	0.72	มาก
<b>ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ</b>	<b>4.26</b>	<b>0.64</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ด้านช่องทางการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.26$ , S.D.= 0.64) เมื่อพิจารณารายชื่อ บริการ อ.ก.ส.A-Mobile สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ ทุกเวลา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.69$ , S.D.=0.49) รองลงมา คือ ความสะดวกในการสมัครใช้ บริการ อ.ก.ส. A-Mobile ( $\bar{X}=4.15$ , S.D.=0.71) และมีคอลเซ็นเตอร์คอยให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ( $\bar{X}=3.96$ , S.D.=0.72) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ด้านส่งเสริมการตลาด

	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
<b>4.ด้านส่งเสริมการตลาด</b>			
มีโปรโมชั่นในการสมัครใช้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile	3.98	0.71	มาก
มีเอกสาร/แผ่นพับ ในการให้ข้อมูลการใช้บริการ ธ.ก.ส A-Mobile เข้าใจง่ายครบถ้วน	3.92	0.72	มาก
มีการโฆษณา ธ.ก.ส A-Mobile ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ	4.39	0.55	มากที่สุด
<b>ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด</b>	<b>4.09</b>	<b>0.66</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.09$ , S.D.=0.66) เมื่อพิจารณารายข้อ มีการโฆษณา ธ.ก.ส A-Mobile ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.39$ , S.D.=0.55) รองลงมาคือ มีโปรโมชั่นในการสมัครใช้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile ( $\bar{X}=3.98$ , S.D.=0.71) และมีเอกสาร/แผ่นพับ ในการให้ข้อมูลการใช้บริการธ.ก.ส A-Mobile เข้าใจง่ายครบถ้วน ( $\bar{X}=3.92$ , S.D.=0.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ด้านบุคลากร

	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
<b>5.ด้านบุคลากร</b>			
พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำได้ชัดเจน ถูกต้อง	4.82	0.38	มากที่สุด
พนักงานมีความสุภาพและให้บริการที่ดี ตั้งแต่เริ่มจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ	4.89	0.31	มากที่สุด
<b>ปัจจัยด้านบุคลากร</b>	<b>4.85</b>	<b>0.34</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.85$ , S.D.=0.34) เมื่อพิจารณารายข้อ มีพนักงานมีความสุภาพและให้บริการที่ดี ตั้งแต่เริ่มจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.89$ , S.D.=0.31) รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำได้ชัดเจนถูกต้อง ( $\bar{X}=4.82$ , S.D.=0.38) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ด้านลักษณะทางกายภาพ

	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
<b>6.ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>			
ภาพพจน์ของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ	4.92	0.26	มากที่สุด
เว็บไซต์ของธนาคารมีข้อมูลน่าเชื่อถือและครบถ้วน	4.66	0.47	มากที่สุด
ฟังก์ชันการใช้งานทันสมัย ง่ายต่อการใช้งาน	4.58	0.54	มากที่สุด
<b>ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ</b>	<b>4.72</b>	<b>0.42</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.72$ , S.D.=0.42) เมื่อพิจารณารายข้อ ภาพพจน์ของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.92$ , S.D.=0.26) รองลงมาคือ เว็บไซต์ของธนาคารมีข้อมูลน่าเชื่อถือและครบถ้วน ( $\bar{X}=4.66$ , S.D.=0.47) และฟังก์ชันการใช้งานทันสมัย ง่ายต่อการใช้งาน ( $\bar{X}=4.58$ , S.D.=0.54) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ด้านกระบวนการให้บริการ

	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
<b>7.ด้านกระบวนการให้บริการ</b>			
ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.80	0.77	มาก
มีระบบความปลอดภัยที่สร้างความมั่นใจให้ผู้ใช้บริการ	4.93	0.26	มากที่สุด
<b>ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ</b>	<b>4.36</b>	<b>0.51</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ด้านกระบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.36$ , S.D.=0.51) เมื่อพิจารณารายข้อ มีระบบความปลอดภัยที่สร้างความมั่นใจให้ผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.93$ , S.D.=0.26) รองลงมาคือ ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน ( $\bar{X}=3.80$ , S.D.=0.77) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application อ.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ Application อ.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application ตามหลักการตลาด 7'Ps ของผู้ให้บริการ Application อ.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ให้บริการ Application อ.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร จำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้ศึกษาขอแนะนำสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะตามลำดับ ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

#### 5.2 อภิปรายผลการศึกษา

#### 5.3 ข้อเสนอแนะการศึกษา

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ส่วนใหญ่เป็นช่วงอายุ 21-40 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร/องค์กรเกษตรกร มีวุฒิการศึกษาส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีรายได้ส่วนใหญ่ในช่วง 10,001 - 15,000 บาท ตามลำดับ

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1-5 ปี ส่วนใหญ่ลูกค้าใช้บริการฝาก/ถอน ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการแอปพลิเคชัน อ.ก.ส.A-Mobile และลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการน้อยกว่า 5 ครั้ง/เดือน

##### ส่วนที่ 3 ข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7'Ps

ผลการศึกษาความคิดเห็นผู้ให้บริการ Application อ.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า บริการช่วยให้ประหยัด เวลาและค่าใช้จ่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ บริการ อ.ก.ส.A-Mobile มีความน่าเชื่อถือถูกต้อง แม่นยำ ปลอดภัย มีธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลายทันสมัย ตรงตามความต้องการ และการทำรายการง่าย ไม่ซับซ้อน สะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านราคา พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ค่าบริการมีความเหมาะสมกับคุณสมบัติ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมต่อครั้งต่ำกว่าช่องทางอื่น และค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมต่อครั้ง ต่ำกว่าธนาคารอื่น ตามลำดับ

ด้านช่องทางการให้บริการ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า บริการ ธ.ก.ส.A-Mobile สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ ทุกเวลา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือความสะดวกในการสมัครใช้ บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile และมีคอลเซ็นเตอร์คอยให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงตามลำดับ

ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า

มีการโฆษณา ธ.ก.ส A-Mobile ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีโปรโมชั่นในการสมัครใช้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile และมีเอกสาร/แผ่นพับ ในการให้ข้อมูลการใช้บริการธ.ก.ส A-Mobile เข้าใจง่ายครบถ้วน ตามลำดับ

ด้านบุคลากร พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีพนักงานมีความสุภาพและให้บริการที่ดี ตั้งแต่เริ่มจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือพนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำได้ชัดเจนถูกต้อง ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ภาพพจน์ของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ เว็บไซต์ของธนาคารมีข้อมูลน่าเชื่อถือและครบถ้วน และฟังก์ชันการใช้งานทันสมัย ง่ายต่อการใช้งาน ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีระบบความปลอดภัยที่สร้างความมั่นใจให้ผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน ตามลำดับ

## 5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application ธ.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร ซึ่งผู้ศึกษาขออภิปรายผล เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.2.1 จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application ธ.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร พบว่า ผู้ใช้บริการ Application ธ.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายและหลักการทำงาน ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร รวมถึง ธนาคารสามารถนำผลของการศึกษา และใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน ในปรับปรุง Application ธ.ก.ส.A-Mobile ให้สอดคล้องกับหลักการ ของนภาวรรณ คณานุรักษ์ (2559) ได้กล่าวไว้ว่าการส่งเสริมการตลาด สำคัญในการตอบสนองต่อความต้องการก่อให้เกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค แต่หากขาดซึ่งการสื่อสารเพื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณประโยชน์ และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับราคา และช่องทางจำหน่ายต่างๆ และกระตุ้นความต้องการของลูกค้าแล้ว ย่อมไม่สามารถก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคขึ้นได้ดังนั้น การส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาและประชาสัมพันธ์รวมถึงการส่งเสริมการขายด้วยกิจกรรมต่างๆ ทั้งการลด แลก แจก เป็นต้น จึงนับเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญในส่วนประสมทางการตลาด การส่งเสริมการตลาดควรมีความสอดคล้องไปในทิศทาง การดำเนินงานเดียวกันจึงจะมีโอกาสสร้างความน่าเชื่อถือ และชักจูงใจผู้บริโภคให้เกิดความต้องการที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ ในที่สุด แต่หากนักการตลาดไม่สามารถที่จะจัดวางส่วนประสมทางการตลาดเหล่านี้ให้มีความกลมกลืนกันในแผนงานทางการตลาด อาจมีผลให้การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดขององค์กรมีประสิทธิภาพลดลงหรือประสบความล้มเหลวได้ ยกตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นชั้นนำจากฝรั่งเศส ที่มีผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน คือ ผู้ที่มีรายได้สูง และมีระดับฐานะทางสังคมเป็นคนชั้นสูง ดังนั้น การกำหนดราคาจำหน่ายจึงควรกำหนดให้อยู่ในระดับราคาสูง และบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีวงจำหน่ายเฉพาะสถานที่ที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้มีความนิยมและเชื่อมั่นถึงมาตรฐานของสินค้าที่จำหน่ายที่เหมาะสมกับตัวเอง นอกจากนี้การส่งเสริมการตลาดทั้งการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ยังควรมุ่งเน้นการสื่อสารด้วยวิธีต่างๆ ที่จะเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้มีความเด่นชัดยิ่งขึ้นอีกด้วย ทั้งนี้หากการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นชั้นนำจากฝรั่งเศสเหล่านี้ให้ได้ระดับราคาที่ต่ำ และวงจำหน่ายที่บิกชีหรือแผงลอยแถวประตูน้ำ ย่อมจะเป็นการทำลายภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายจะเกิดความไม่แน่ใจในคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ขึ้นได้ซึ่งหมายถึงโอกาสทางการตลาดที่องค์กรต้องสูญเสียไปจากกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายในตลาด

อนุชิต ศิริวิชนิกร (2562) ผลการศึกษาเรื่อง “National e-Payment: พลิกโฉมประเทศไทยสู่การใช้ digital payment” เป็นแผนยุทธศาสตร์ของภาครัฐ โดย สามารถรองรับธุรกรรมการชำระเงินอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะเห็นความเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนในด้านต่างๆ ที่สำคัญ ได้แก่ บริการใช้พร้อมเพย์

### 5.3 ข้อเสนอแนะการศึกษา

จากผลการการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application อ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร จังหวัดชุมพร มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1. ธนาคารควรปรับปรุงฟังก์ชันการใช้งานให้ทันสมัย ง่ายต่อการใช้งาน เพื่อให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจใช้ธนาคารทางโทรศัพท์เป็นเครื่องมือในการทำธุรกรรมทางการเงินเพิ่มขึ้น และแรงจูงใจให้ลูกค้าที่เป็นเกษตรกรเลือกใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

5.2. ธนาคารควรแนะนำลูกค้าที่มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์และสลากออมทรัพย์ ให้ใช้บริการ

อ.ก.ส. A-Mobile ในการตรวจสอบยอดเงินเคลื่อนไหวในบัญชีและยอดเงินรางวัลจากการถูกรางวัลสลากออมทรัพย์ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความสะดวกรวดเร็วและเป็นการเพิ่มทางเลือกในการใช้ บริการได้มากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3. ข้อมูล/ข่าวสาร ผู้บริหารควรพิจารณาแนวทางใหม่ ในการเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลของธนาคารเพื่อให้ทันกับเวลาและความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และข้อมูลที่เผยแพร่จะต้องมีความชัดเจน เข้าใจง่าย เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าของธนาคารรวมทั้งการซ่อมเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับการให้ข้อมูล/ข่าวสารของธนาคาร เพื่อให้สามารถชี้แจงรายละเอียดแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและชัดเจน

5.4. การจัดการบริการ ควรพิจารณาเปลี่ยนขั้นตอนการทำงาน กับการบริการของธนาคารให้มีความชัดเจนและเร็วมากขึ้น มีการอนุมัติให้กับลูกค้าในบางกรณีที่เป็นไปได้ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- จุฑารัตน์ ดาบแก้ว (2561). ความสำเร็จและความพึงพอใจใน โมบายแบงก์กิ้ง ระหว่างธนาคาร สัญชาติไทย สิงคโปร์และมาเลเซีย. วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์, 1 (3), 25-37
- เพชรน้ำผึ้ง แสนเสนา. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของลูกค้าบริษัท เอ. พี. อินด์สเตรียล ซัพพลาย จำกัด. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสารสนเทศ
- ฤทธิเจตน์ รินแก้วกาญจน์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) และปัจจัยด้านการ ให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคลินิกการแพทย์แผนจีนหัวเฉียว. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- ปัทมสร แสงสุสันต์. 2562. โครงสร้างข้อมูลการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payments) และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลการโอนเงินระหว่างธนาคารที่หลายรายการ (Interbank Bulk Payment) เพื่อสะท้อนภาวะเศรษฐกิจไทย (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2564, จาก : <https://www.bot.or.th>.
- วลุติศา นุริตมนต์ และทรงวิทย์ เจริญกิจธนาภ. 2561. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับ เทคโนโลยีและความตั้งใจใช้บริการชำระเงินของผู้บริโภครุ่นใหม่ด้วยโปรแกรมประยุกต์ คืออาร์โค้ดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2564, จาก : <https://www.tci-thaijo.org>
- ขวัญใจ อุณหวัฒน์ไพบูลย์. (2560). ความพึงพอใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารออมสินใน กรุงเทพมหานคร(ฝั่งธนบุรี). วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา, 11(2), 46-58.
- กรุงเทพฯธุรกิจ. (2561). 'ธ.ก.ส.' เปิดตัวธุรกรรมบนมือถือ. สืบค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2564, จาก : <http://www.bangkokbiznews.com/>
- ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ. 2560. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS และ AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 17. กรุงเทพมหานคร : บริษัท เอส.อาร์.พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม (ต่อ)

### ภาษาไทย

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2561. ข. ประวัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (Online). สืบค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2564, จาก : [WWW.baac.or.th](http://WWW.baac.or.th)

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2561.ค. เอกสารประชาสัมพันธ์ ธ.ก.ส. A-Mobile กรุงเทพฯ : ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ครองขวัญ รอดทมนวน. (2561). พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่. สืบค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2564, จาก : <https://www.thaipost.net/main/detail/15886>

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2562). ธ.ก.ส. A-Mobile. สืบค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2564, จาก : <https://www.baac.or.th/th/>

คุณธรรม สิทธิศักดิ์, และพัฒนรัตน์ โชติ (2562). การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดพิษณุโลก (บทความวิจัย). พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

ชีวรรณ เจริญสุข. (2563). แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ. สืบค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2564, จาก : <https://maymayny.wordpress.com/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม (ต่อ)

### ภาษาอังกฤษ

- Electronic Transactions Development Agency (Public Organization), Ministry of Information and Communication Technology. (2018). Volume of payment transactions through the service Internet Banking and Mobile Banking by Bank of Thailand from the statistics report 130 Electronic Transactions of Thailand 2018. Retrieved 23 November 2021, from : [www2.bot.or.th](http://www2.bot.or.th).
- Mangozero. (2017). The Future of Mobile Banking. Retrieved 23 November 2021, from: <https://www.mangozero.com/the-future-of-mobile-banking-in-thailand-by-kbank/>
- Me Carthy and Perreault (1990, cited in Namthip Niamhom, 2017). The definition of marketing mix.
- Philip Kotler (2018, referenced in Patthanan Supapakin et al., 2019) The marketing mix has business benefits and helps customer satisfaction.
- Brain Stipak. (1979, January-February). "Citizen Satisfaction with Urban Service Potential Misrse as Performance Indicator," *Pubilce Administration Review*. 20(36) : 46-52.
- Singha Chaweesuk and Sunandha Wongjaturapat. 2012. Theory of acceptance of the Use of information technology Retrieved 23 November 2021, from : <http://www.it.kmitl.ac.th/~journal/index.php/>.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application ธ.ก.ส.A-Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร จังหวัดชุมพร

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในข้อที่ตรงกับความเป็นจริงและความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยพิจารณา ดังนี้ 5= มากที่สุด 4=มาก 3=ปานกลาง 2=น้อย 1=น้อยที่สุด

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- 1.เพศ  1) ชาย  2) หญิง
- 2.อายุ  1) ต่ำกว่า 20 ปี  2) 21 - 40 ปี  3) 41 - 60 ปี  4) 60 ปีขึ้นไป
- 3.อาชีพ
- 1) เกษตรกร/องค์กรเกษตรกร  2) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
- 3) ธุรกิจส่วนตัว  4) นักเรียน/นักศึกษา
- 5) อื่นๆ โปรดระบุ .....
- 4.ระดับการศึกษา  1) ประถมศึกษา  2) มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย/เทียบเท่า
- 3) ปริญญาตรี  4) สูงกว่าปริญญาตรี
- 5.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 1) ไม่เกิน 5,000 บาท  2) 5,001 - 10,000 บาท
- 3) 10,001 - 15,000 บาท  4) 15,001 - 20,000 บาท
- 5) 20,001 - 25,000 บาท  6) 25,001 บาทขึ้นไป

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการ

- 1.ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ธ.ก.ส.
- 1) น้อยกว่า 1 ปี  2) 1-5 ปี  3) 6 - 10 ปี  4) 10 ปีขึ้นไป
- 2.ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ ธ.ก.ส.
- 1) ผัก/ถอน  2) ชำระเงินเชื่อ
- 3) เปิดบัญชีเงินฝาก  4) ธุรกรรมอื่นๆ
- 3.ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงิน
- 1) ใช้บริการที่สาขา  2) แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส.A-Mobile
- 3) ตู้ ATM
- 4.จำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการ ธ.ก.ส.
- 1) น้อยกว่า 5 ครั้ง/เดือน  2) 5-10 ครั้ง/เดือน
- 3) มากกว่า 10 ครั้ง/เดือน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>1.ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1.1 บริการ ธ.ก.ส.A-Mobile มีความน่าเชื่อถือ ถูกต้อง แม่นยำ ปลอดภัย					
1.2 มีธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลายทันสมัย ตรงตามความต้องการ					
1.3 การทำรายการง่าย ไม่ซับซ้อน สะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ					
1.4 บริการช่วยให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย					
<b>2.ด้านราคา</b>					
2.1 ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมต่อครั้งต่ำกว่าช่องทางอื่น					
2.2 ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมต่อครั้งต่ำกว่าธนาคารอื่น					
2.3 ค่าบริการมีความเหมาะสมกับคุณสมบัติของบริการผ่าน ธ.ก.ส.A-Mobile					
<b>3.ด้านช่องทางการให้บริการ</b>					
3.1 บริการ ธ.ก.ส.A-Mobile สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ ทุกเวลา					
3.2 ความสะดวกในการสมัครใช้ บริการ ธ.ก.ส.A-Mobile					
3.3 มีคอลเซ็นเตอร์คอยให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง					
<b>4.ด้านส่งเสริมการตลาด</b>					
4.1 มีโปรโมชั่นในการสมัครใช้ บริการ ธ.ก.ส.A-Mobile					
4.2 มีเอกสาร/แผ่นพับ ในการให้ข้อมูลการใช้บริการ ธ.ก.ส.A-Mobile เข้าใจง่ายครบถ้วน					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
4.3 มีการโฆษณา ธ.ก.ส.A-Mobile ผ่านสื่อ ประชาสัมพันธ์ต่างๆ					
<b>5.ด้านบุคลากร</b>					
5.1 พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้ คำแนะนำได้ชัดเจนถูกต้อง					
5.2 พนักงานมีความสุภาพและให้บริการที่ดี ตั้งแต่เริ่มจนสิ้นสุดกระบวนการ					
<b>6.ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>					
6.1 ภาพพจน์ของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ					
6.2 เว็บไซต์ของธนาคารมีข้อมูลน่าเชื่อถือและ ครบถ้วน					
6.3 ฟังก์ชันการใช้งานทันสมัย ง่ายต่อการใช้ งาน					
<b>7.ด้านกระบวนการให้บริการ</b>					
7.1 ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
7.2 มีระบบความปลอดภัยที่สร้างความมั่นใจให้ ผู้ใช้บริการ					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


### รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิษระ ศิลป์เสวตรี  
อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
2. นายทัศนชัย จันทรินทร์ยศ  
ผู้จัดการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร จังหวัดชุมพร
3. นายวิษณุพงศ์ สุวรรณชาติ  
พนักงานการเงิน 7 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร จังหวัดชุมพร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้




  
 การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย  
 เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
 สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
 วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวจันทร์เพ็ญ อินทวโร  
 รหัสนักศึกษา 61551006  
 หัวข้อโครงการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application 5.0.5.A-Mobile ของ  
 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร จังหวัด  
 ชุมพร

ขอคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)  
 ตำเนินการต่อ  
 ตำเนินการต่อโดยมีครำแก้ไข

*วิภาดา อภิชาติ*  
 ลงชื่อ.....  
 (นางสาววิภาดา อภิชาติ)  
 วันที่ ๒1.๑๑.๖๒

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



**คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย**

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application อ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร จังหวัดชุมพร” โดย นางสงวนจันทร์เพ็ญ อินทะโลก รหัสนักศึกษา 61551006 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ดร.ชุตินันต์ บุญนวล เป็นอาจารย์ปรึกษาโครงการสหกิจศึกษา ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับกรวิจัย

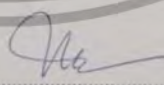
ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง ลำดับใน ข้อความ ชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสอบถาม โดยกรณีสหกิจศึกษา

ผู้คิดเห็นว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน
.....	0
.....	1
.....	2
.....	3
.....	4
.....	5

โดยใส่เครื่องหมาย X ลงในช่องที่ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นสมควร  
 โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับการสละเวลาในการตรวจและแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวจันทร์เพ็ญ อินทะโลก)  
 นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

  
 นายชุตินันต์ ชุตินันต์เพ็ญ  
 ผู้จัดการสาขาชุมพร


ลายเซ็นดี .....

ผู้ทรงคุณวุฒิ .....

หน่วยงาน .....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





**คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย**

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง "ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application ส.ก.ส.A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร จังหวัดชุมพร" โดย นางสาวจันทร์เพ็ญ อินทะโก รหัสนักศึกษา 61551006 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ดร.สุวิมลรัตน์ บุญยรส เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการสหกิจศึกษา ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับนารวิจัย

ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง ส่วนประกอบย่อคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสอบถาม โดยกรุณาให้คะแนน

ภาพเห็นภาพสอดคล้อง	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่เห็นภาพสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าไม่เห็นภาพไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษานี้ในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาไปร่วมทำหน้าที่สอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวจันทร์เพ็ญ อินทะโก)  
นักศึกษาศาสตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ

หน่วยงาน

**นายวิชนพงศ์ สุวรรณชาติ**

นักศึกษาระดับปริญญาโท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

  
 การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย  
 เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษานิเทศศาสตร์ ระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
 สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
 วิทยาลัยชุมชนพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

นักศึกษา นางสาวจันทร์เพ็ญ อินทะโก  
 รหัสนักศึกษา 61551006  
 หัวข้อโครงการ "ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Application ๒.๐.๑.๑-A-Mobile ของ  
 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพร จังหวัด  
 ชุมพร"  
 ข้อคิดเห็นโดยสรบ้องหน้า (กรณำทำเครื่องมอญ)

ตัวเลขการต่อ  
 คำเนมการต่อโดยมีการแก้ไข

ลงชื่อ  
 (นายวิมลพงศ์ สุวรรณชาติ)  
 วันที่ 19/11/2564

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อ	ข้อความคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
1.	เพศ หญิง ชาย	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
		+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.	อายุ ต่ำกว่า 20 ปี 21 - 40 ปี 41 - 60 ปี 60 ปีขึ้นไป	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
		+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
		+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
		+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.	อาชีพ เกษตรกร/องค์กรเกษตรกร ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว นักเรียน/นักศึกษา	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
		+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
		+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
		+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.	ระดับการศึกษา ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย/เทียบเท่า ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
		+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
		+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
		+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท 5,001 – 10,000 บาท 10,001 – 15,000 บาท 15,001 – 20,000 บาท 20,001 – 25,000 บาท 25,001 บาทขึ้นไป	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
		+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
		+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
		+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
		+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
		+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการ

ข้อ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
1.	ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ธ.ก.ส.					
	น้อยกว่า 1 ปี	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	1-5 ปี	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	6-10 ปี	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	10 ปีขึ้นไป	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.	ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ ธ.ก.ส.					
	ฝาก/ถอน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	ชำระสินเชื่อ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	เปิดบัญชีเงินฝาก	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.	ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงิน					
	ใช้บริการที่สาขา	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส.A-Mobile	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	ตู้ ATM	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.	จำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการ ธ.ก.ส.					
	น้อยกว่า 5 ครั้ง/เดือน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	5-10 ครั้ง/เดือน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	มากกว่า 10 ครั้ง/เดือน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ข้อ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
<b>1.</b>	<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1.1	บริการ ธ.ก.ส.A-Mobile มีความน่าเชื่อถือ ถูกต้อง แม่นยำ ปลอดภัย	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
1.2	มีธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลายทันสมัย ตรงตามความต้องการ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
1.3	การทำรายการง่าย ไม่ซับซ้อน สะดวก รวดเร็วในการใช้บริการ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
1.4	บริการช่วยให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
<b>2.</b>	<b>ด้านราคา</b>					
2.1	ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมต่อครั้งต่ำกว่าช่องทางอื่น	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.2	ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมต่อครั้งต่ำกว่าธนาคารอื่น	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.3	ค่าบริการมีความเหมาะสมกับคุณสมบัติของบริการผ่าน ธ.ก.ส.A-Mobile	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
<b>3.</b>	<b>ด้านช่องทางการให้บริการ</b>					
3.1	บริการ ธ.ก.ส.A-Mobile สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ ทุกเวลา	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.2	ความสะดวกในการสมัครใช้ บริการ ธ.ก.ส.A-Mobile	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.3	มีคอลเซ็นเตอร์คอยให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
<b>4.</b>	<b>ด้านส่งเสริมการตลาด</b>					
4.1	มีโปรโมชั่นในการสมัครใช้ บริการ ธ.ก.ส.A-Mobile	0	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.2	มีเอกสาร/แผ่นพับ ในการให้ข้อมูลการใช้บริการ ธ.ก.ส A-Mobile เข้าใจง่ายครบถ้วน	0	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.3	มีการโฆษณา ธ.ก.ส.A-Mobile ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
5.	<b>ด้านบุคลากร</b>					
5.1	พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำได้ชัดเจนถูกต้อง	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.2	พนักงานมีความสุภาพและให้บริการที่ดี ตั้งแต่เริ่มจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6.	<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>					
6.1	ภาพพจน์ของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ	0	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6.2	เว็บไซต์ของธนาคารมีข้อมูลน่าเชื่อถือและครบถ้วน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6.3	ฟังก์ชันการใช้งานทันสมัย ง่ายต่อการใช้งาน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
7.	<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>					
7.1	ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
7.2	มีระบบความปลอดภัยที่สร้างความมั่นใจให้ผู้ใช้บริการ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

หมายเหตุ

ข้อความที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.6-1.00 คัดเลือกไว้ใช้ได้

ข้อความที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.6 พิจารณาปรับปรุงหรือคัดออก

ค่าความเชื่อมั่น (Reliability : R)

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.872	46

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ

มี 2 ส่วนดังนี้

**ส่วนที่ 1** การศึกษาปัจจัยต่างๆ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายลักษณะกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการ Application อ.ก.ส.A-Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา ชุมพร จังหวัดชุมพร สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน มี 3 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายของกลุ่มตัวอย่าง

### เพศ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ชาย	200	52.1	52.1	52.1
หญิง	184	47.9	47.9	100.0
Total	384	100.0	100.0	

### อายุ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 21-40 ปี	216	56.3	56.3	56.3
41-60 ปี	168	43.8	43.8	100.0
Total	384	100.0	100.0	

### อาชีพ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid เกษตรกร/องค์กรเกษตรกร	239	62.2	62.2	62.2
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	27.9	27.9	90.1
ธุรกิจส่วนตัว	23	6.0	6.0	96.1
นักเรียน/นักศึกษา	15	3.9	3.9	100.0
Total	384	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ระดับการศึกษา

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ประถมศึกษา	103	26.8	26.8	26.8
มัธยมตอนต้น/ตอนปลาย/ เทียบเท่า	114	29.7	29.7	56.5
ปริญญาตรี	167	43.5	43.5	100.0
Total	384	100.0	100.0	

## รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 15,001-20,000 บาท	17	4.4	4.4	4.4
5,001-10,000 บาท	142	37.0	37.0	41.4
10,001-15,000 บาท	179	46.6	46.6	88.0
15,001-20,000 บาท	46	12.0	12.0	100.0
Total	384	100.0	100.0	

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการ ประกอบด้วย ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ธ.ก.ส. ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ ธ.ก.ส. ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงิน จำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการ ธ.ก.ส. ผลการวิเคราะห์แสดงในตาราง

## ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ธ.ก.ส

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยกว่า 1 ปี	48	12.5	12.5	12.5
6-10 ปี	206	53.6	53.6	66.1
มากกว่า 10 ปี	130	33.9	33.9	100.0
Total	384	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ ธ.ก.ส

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ผ่าก/ถอน	151	39.3	39.3	39.3
ชำระสินเชื่	147	38.3	38.3	77.6
เปิดบัญชีเงินฝาก	70	18.2	18.2	95.8
ธุรกรรมอื่นๆ	16	4.2	4.2	100.0
Total	384	100.0	100.0	

## ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงิน

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ใช้บริการที่สาขา	133	34.6	34.6	34.6
แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส.A-Mobile	225	58.6	58.6	93.2
ตู้ ATM	26	6.8	6.8	100.0
Total	384	100.0	100.0	

## จำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการ ธ.ก.ส

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยกว่า 5 ครั้ง/เดือน	244	63.5	63.5	63.5
5-10 ครั้ง/เดือน	140	36.5	36.5	100.0
Total	384	100.0	100.0	

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7'Ps ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลากร ด้าน ลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ

## 1.ด้านผลิตภัณฑ์

1.1 บริการ ธ.ก.ส.A-Mobile มีความน่าเชื่อถือถูกต้อง แม่นยำ ปลอดภัย

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid มาก	106	27.6	27.6	27.6
มากที่สุด	278	72.4	72.4	100.0
Total	384	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.2 มีธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลายทันสมัย ตรงตามความต้องการ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid มาก	169	44.0	44.0	44.0
มากที่สุด	215	56.0	56.0	100.0
Total	384	100.0	100.0	

## 1.3 การทำรายการง่าย ไม่ซับซ้อน สะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ปานกลาง	67	17.4	17.4	17.4
มาก	166	43.2	43.2	60.7
มากที่สุด	151	39.3	39.3	100.0
Total	384	100.0	100.0	

## 1.4 บริการช่วยให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid มาก	34	8.9	8.9	8.9
มากที่สุด	350	91.1	91.1	100.0
Total	384	100.0	100.0	

## 2.ด้านราคา

## 2.1 ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมต่อครั้งต่ำกว่าช่องทางอื่น

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid มาก	74	19.3	19.3	19.3
มากที่สุด	310	80.7	80.7	100.0
Total	384	100.0	100.0	

## 2.2 ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมต่อครั้งต่ำกว่าธนาคารอื่น

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid มาก	117	30.5	30.5	30.5
มากที่สุด	267	69.5	69.5	100.0
Total	384	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.3 ค่าบริการมีความเหมาะสมกับคุณสมบัติของบริการผ่าน ธ.ก.ส.A-Mobile

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ปานกลาง	5	1.3	1.3	1.3
มาก	9	2.3	2.3	3.6
มากที่สุด	370	96.4	96.4	100.0
Total	384	100.0	100.0	

## 3.ด้านช่องทางการให้บริการ

## 3.1 บริการ ธ.ก.ส.A-Mobile สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ ทุกเวลา

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ปานกลาง	5	1.3	1.3	1.3
มาก	110	28.6	28.6	29.9
มากที่สุด	269	70.1	70.1	100.0
Total	384	100.0	100.0	

## 3.2 ความสะดวกในการสมัครใช้ บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ปานกลาง	74	19.3	19.3	19.3
มาก	178	46.4	46.4	65.6
มากที่สุด	132	34.4	34.4	100.0
Total	384	100.0	100.0	

## 3.3 มีคอลเซ็นเตอร์คอยให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ปานกลาง	108	28.1	28.1	28.1
มาก	182	47.4	47.4	75.5
มากที่สุด	94	24.5	24.5	100.0
Total	384	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.ด้านส่งเสริมการตลาด

##### 4.1 มีโปรโมชั่นในการสมัครใช้ บริการ ๓.ก.ส A-Mobile

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ปานกลาง	101	26.3	26.3	26.3
มาก	188	49.0	49.0	75.3
มากที่สุด	95	24.7	24.7	100.0
Total	384	100.0	100.0	

##### 4.2 มีเอกสาร/แผ่นพับ ในการให้ข้อมูลการใช้บริการ ๓.ก.ส A-Mobile เข้าใจง่ายครบถ้วน

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ปานกลาง	116	30.2	30.2	30.2
มาก	183	47.7	47.7	77.9
มากที่สุด	85	22.1	22.1	100.0
Total	384	100.0	100.0	

##### 4.3 มีการโฆษณา ๓.ก.ส.A-Mobile ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ปานกลาง	14	3.6	3.6	3.6
มาก	208	54.2	54.2	57.8
มากที่สุด	162	42.2	42.2	100.0
Total	384	100.0	100.0	

#### 5.ด้านบุคลากร

##### 5.1 พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำได้ชัดเจนถูกต้อง

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid มาก	70	18.2	18.2	18.2
มากที่สุด	314	81.8	81.8	100.0
Total	384	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5.2 พนักงานมีความสุภาพและให้บริการที่ดี ตั้งแต่เริ่มจนสิ้นสุดกระบวนการ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid มาก	43	11.2	11.2	11.2
มากที่สุด	341	88.8	88.8	100.0
Total	384	100.0	100.0	

## 6.ด้านลักษณะทางกายภาพ

### 6.1 ภาพพจน์ของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid มาก	29	7.6	7.6	7.6
มากที่สุด	355	92.4	92.4	100.0
Total	384	100.0	100.0	

### 6.2 เว็บไซต์ของธนาคารมีข้อมูลน่าเชื่อถือและครบถ้วน

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid มาก	131	34.1	34.1	34.1
มากที่สุด	253	65.9	65.9	100.0
Total	384	100.0	100.0	

### 6.3 ฟังก์ชันการใช้งานทันสมัย ง่ายต่อการใช้งาน

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ปานกลาง	9	2.3	2.3	2.3
มาก	144	37.5	37.5	39.8
มากที่สุด	231	60.2	60.2	100.0
Total	384	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 7.ด้านกระบวนการให้บริการ

### 7.1 ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ปานกลาง	162	42.2	42.2	42.2
	มาก	138	35.9	35.9	78.1
	มากที่สุด	84	21.9	21.9	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

### 7.2 มีระบบความปลอดภัยที่สร้างความมั่นใจให้ผู้ใช้บริการ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	มาก	28	7.3	7.3	7.3
	มากที่สุด	356	92.7	92.7	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก จ  
เอกสารที่เกี่ยวข้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ - ชื่อสกุล	นางสาวจันทร์เพ็ญ อินทะโก
วัน เดือน ปีเกิด	1 กุมภาพันธ์ 2542
สถานที่เกิด	จังหวัดชุมพร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	69 หมู่ 12 ต.หงษ์เจริญ อ.ท่าแซะ จ.ชุมพร
สถานที่ศึกษาปัจจุบัน	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2560	โรงเรียนหงษ์เจริญวิทยาคม จังหวัดชุมพร
	สายศิลป์-ภาษา
พ.ศ. 2561	สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
	วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้