



## โครงการพิเศษ

พฤติกรรมและความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของลูกค้ายานาการ  
เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร  
BEHAVIOR AND RELIABILITY AFFECTING MOBILE BANKING USERS OF  
BANK FOR AGRICULTURE AND AGRICULTURE COOPERATIVES PATHIO  
BRANCH CHUMPHON PROVINCE.

นางสาวพลอยงาม เลิศพรศิลป์นาการ  
รหัสนักศึกษา 61551025

โครงการพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์จังหวัดชุมพร  
ปีการศึกษา 2564

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



SPECIAL PROJECT

BEHAVIOR AND RELIABILITY AFFECTING MOBILE BANKING USERS OF  
BANK FOR AGRICULTURE AND AGRICULTURE COOPERATIVES PATHIO  
BRANCH CHUMPHON PROVINCE.

MISS PLOYNGAM LOESPHONSINPANAKAN

STUDENT ID 61551025

A SPECIAL PROJECT SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENT  
FOR THE DEGREE OF BUSINESS ADMINISTRATION  
IN BUSINESS ADMINISTRATION  
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG  
PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

2021

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2021




KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์จังหวัดชุมพร  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ใบรับรองโครงการพิเศษ

หัวข้อโครงการพิเศษ พฤติกรรมและความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง  
ของลูกค้ายานาการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร  
สาขา ปะทิว จังหวัดชุมพร  
BEHAVIOR AND RELIABILITY AFFECTING MOBILE BANKING  
USERS OF BANK FOR AGRICULTURE AND AGRICULTURE  
COOPERATIVES PATHIO BRANCH CHUMPHON PROVINCE  
ชื่อนักศึกษา นางสาวพลอยงาม เลิศพรศิลป์นาการ  
รหัสประจำตัว 61551025  
ปริญญา บริหารธุรกิจบัณฑิต  
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ  
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษณีย์ เสวกวัชร

อาจารย์ผู้ควบคุมโครงการพิเศษ	ลายมือชื่อ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษณีย์ เสวกวัชร	
รองศาสตราจารย์ ดร.ชมทัต บุญรัตนกิตติภูมิ	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินันต์ บุญนวล	

วัน/เดือน/ปีที่สอบ 28 กุมภาพันธ์ 2565 เวลา 09.00 – 16.00 น.

สถานที่สอบ ณ อาคารสำนักวิชา ห้อง BA 208

เห็นชอบ/รับรอง



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินันต์ บุญนวล)

ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

วันที่ 5 เดือน ๑๒ พ.ศ. ๖5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อรายงานพิเศษ	พฤติกรรมและความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ของลูกค้ายานาการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร
ชื่อ-สกุล	นางสาวพลอยงาม เลิศพรศิลป์นาการ
รหัสนักศึกษา	61551025
ปริญญา	บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2564
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษณีย์ เสวกวีศรี

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งที่แตกต่างกัน  
ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้ายานาการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัด  
ชุมพร 2) ศึกษาปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของ  
ผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ของลูกค้ายานาการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว  
จังหวัดชุมพร โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้ายานาการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว  
จังหวัดชุมพร ที่ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง จำนวน 400 ตัวอย่าง จากการแทนสูตร Cochran. วิเคราะห์  
ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ใน  
การวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วน  
เบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ การ  
วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ และ F-test (One Way ANOVA)

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่องทางการรับรู้การให้บริการ ธ.ก.ส. A-  
Mobile จากพนักงานธนาคาร จำนวน 127 คน ส่วนใหญ่ใช้บริการธุรกรรม ชำระค่าสินค้าและบริการ  
ต่าง ๆ จำนวน 113 คน มีความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile โดยเฉลี่ย 1 – 2 ครั้ง/  
สัปดาห์ จำนวน 161 คน ใช้บริการด้วยจำนวนเงินเฉลี่ย 1,501 – 2,500 บาท จำนวน 115 คน การ  
ทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งที่แตกต่างกัน ได้แก่ ช่องทางการ  
รับรู้การให้บริการ ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ และจำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้  
บริการต่อครั้งของผู้ตอบแบบสอบถามส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้ายานาการเพื่อการเกษตรและ  
สหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร แตกต่างกัน และปัจจัยด้านความปลอดภัยและการ  
ยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้ายานาการเพื่อ

การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<b>Project Title</b>	BEHAVIOR AND RELIABILITY AFFECTING MOBILE BANKING USERS OF BANK FOR AGRICULTURE AND AGRICULTURE COOPERATIVES PATHIO BRANCH CHUMPHON PROVINCE
<b>Student's Name</b>	MISS PLOYNGAM LOESPHONSINPANAKAN
<b>Student ID</b>	61551025
<b>Degree</b>	Bachelor of Business Administration
<b>Program</b>	Business Administration
<b>Year</b>	2021
<b>Project Advisors</b>	Assistant Professor Dr. Ousanee Sawagvudcharee

### Abstract

The purposes of this study are to 1) study differentiations of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives's mobile banking behavior users of Pathio Branch, Chumphon Province that affect the Bank's reliability from customers, and 2) study on safety factors and technology acceptance that affect reliability of the BAAC mobile banking users, Pathio Branch, Chumphon Province. The researcher designed to use the sample size 400 by using Cochran formula to calculate and use the Statistical Package for Social Science to analyze data from the questionnaire instrument. In terms of statistical analysis, the descriptive statistics were applied by using (1) frequency distribution, (2) percentage, (3) Mean, and (4) Standard Deviation (S.D.) for describe the characteristics of a data set of the sample of the study population. Moreover, the researcher also used the inferential statistics to draw conclusions which cannot be analyzed from the descriptive statistics, such as One-way analysis of variance, correlation, and coefficient multiple linear regression.

The study has found that most respondents could have service recognition channels from the employees with the number of responses at 127 respondents. Most of respondents used the BAAC mobile banking services for goods and services payments with the number of responses at 113 respondents. When considering the frequency of using the BAAC mobile banking services, most of them got access to the application on the average 1-2 times per week with the number of responses at 115 respondents. Moreover, the study also has found that most of them used the services of the application with the average amount of 1,501 – 2,500 Baht. In terms of the hypothesis testing, it has found that there are the differentiations of the mobile banking behavior users of Pathio Branch, Chumphon. These are the service recognition channels, the types of transaction, the service frequency, and the average amount of service used per time of the most respondents. These had the impact on the

reliability of the customer differed, as well as the factors of safety and technology acceptance in using the BAAC mobile banking services had the impact on the customer's reliability at 0.05 level of statistical significance.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กิตติกรรมประกาศ

โครงการพิเศษฉบับนี้สามารถลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษา ดูแล แก้ไข ปรับปรุง และความช่วยเหลือจากทุกฝ่าย ซึ่งผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษณีย์ เสวกวัชร อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ ซึ่งชี้แนะแนวทางในการศึกษาให้เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้องและได้เสียสละเวลาในการตรวจงานการศึกษาและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อีกทั้งยังดูแล เอาใจใส่และให้กำลังใจในการทำโครงการพิเศษด้วยดีเสมอมา นอกจากนี้ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุณรัตน์กิตติภูมิ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินันต์ บุญนวล ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชระ ศิลป์เสวตร์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัลลิกา สุนงกฏ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาวนุชกิจ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญัญภาค หล้าแหล่ง ดร.กิตติ แก้วเขียว และอาจารย์ภรณ์ไพลิน คุณวุฒิ ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ และแนวทางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อโครงการพิเศษฉบับนี้จนทำให้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความสำเร็จ

ขอขอบคุณ คุณสมมาตร หนูแก้ว ผู้จัดการ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ที่ให้ความอนุเคราะห์นักศึกษาเข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพฝึกงาน ขอขอบคุณ คุณทัศนีย์ แก้วเจริญสุข พี่เลี้ยงฝึกงาน ที่คอยดูแล เอาใจใส่

และที่สำคัญ ขอขอบพระคุณบิดา มารดา รวมทั้งเพื่อนๆที่เป็นกำลังใจผลักดันให้การศึกษาสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีพร้อมทั้งช่วยหาแนวทางในการแก้ปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นด้วยความรักและความเข้าใจเสมอ

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาขอขอบคุณประโยชน์ และความดีอันพึงมีคุณค่าจากโครงการพิเศษฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอมอบให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพยั้งที่ให้โครงการพิเศษฉบับนี้สำเร็จลงได้ตลอดจนครูบาอาจารย์ทุกท่านซึ่งเป็นผู้มอบวิชาความรู้เป็นพื้นฐานที่สำคัญยิ่งแก่ผู้ศึกษา หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาขออภัยไว้ ณ ที่นี้

พลอยงาม เลิศพรศิลป์นาการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	II
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	IX
สารบัญภาพ .....	XII
บทที่ 1 บทนำ .....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	5
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	6
1.4 ขอบเขตของการวิจัย .....	6
1.5 สมมติฐานของการวิจัย .....	7
1.6 กรอบแนวคิดของการวิจัย .....	8
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ .....	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	11
2.1 ประวัติและความเป็นมาของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร .....	11
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อมั่น .....	13
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	15
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ .....	16
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารแบบบอกต่อ.....	20
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ.....	22
2.7 ทฤษฎีเกี่ยวกับความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยี.....	24
2.8 พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 .....	28
2.9 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ .....	37
2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	38

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	44
3.1 รูปแบบการวิจัย.....	44
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	44
3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย .....	45
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	45
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	48
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	49
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	52
4.1 ผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ.....	53
4.2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile ประกอบด้วย ช่องทางการรับรู้การให้บริการ ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ และจำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ .....	56
4.3 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความปลอดภัยและการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ความปลอดภัยในการใช้งาน ความง่ายของการใช้งาน ประโยชน์ของการใช้งาน กฎหมาย และ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์และการกำกับใช้ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .....	59
4.4 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ประกอบด้วย คุณภาพการบริการ การใช้บริการซ้ำ ๆ ความพึงพอใจ และการบอกต่อของลูกค้า โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .....	64
4.5 ผลการวิเคราะห์ การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร (ผลการทดสอบสมมติฐาน) โดยการวิเคราะห์ F-Test (One Way ANOVA) ค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธีของ LSD กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หาค่าโดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .....	71

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล (ต่อ)	
4.6 ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้ บริการโมบายแบงก์กิ้ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร (ผลการทดสอบสมมติฐาน) โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน โดยการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ .....	79
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	83
5.1 สรุปผลการวิจัย .....	83
5.2 อภิปรายผลการวิจัย .....	87
5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย.....	89
บรรณานุกรม.....	90
ภาคผนวก.....	93
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	94
ภาคผนวก ข รายนามผู้ทรงคุณวุฒิและจดหมายต่าง ๆ.....	102
ภาคผนวก ค ค่าคุณภาพของแบบสอบถาม.....	110
ภาคผนวก ง ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ.....	119
ประวัติผู้ศึกษา.....	139

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 แสดงสถิติการทำธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Internet Banking และ Mobile Banking ปี 2558-2562.....	4
2.1 ข้อแตกต่างระหว่าง พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์พ.ศ. 2550 กับ พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560.....	33
3.1 เกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนสำหรับความคิดเห็นในการตอบแบบสอบถาม .....	50
3.2 เกณฑ์การแปลผลของค่าเฉลี่ยคะแนน.....	50
4.1 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ .....	53
4.2 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ .....	53
4.3 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ.....	54
4.4 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา .....	54
4.5 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	55
4.6 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	55
4.7 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางรับรู้การให้บริการ ธ.ก.ส A-Mobile .....	56
4.8 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ.....	56
4.9 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile .....	57
4.10 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง.....	58
4.11 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความปลอดภัยและการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร .....	59
4.12 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความปลอดภัยในการใช้งานของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร.....	60
4.13 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความง่ายของการใช้งานของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร .....	61
4.14 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ของการใช้งานของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร .....	62

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.15 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกฎหมาย และ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ และการกำกับใช้ ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา ปะทิว จังหวัดชุมพร.....	63
4.16 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของ ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร .....	64
4.17 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร.....	65
4.18 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการซ้ำ ๆ ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร.....	66
4.19 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของ ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร .....	68
4.20 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบอกต่อของลูกค้า ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร .....	69
4.21 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กึ่งที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่น ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร จำแนก ตามช่องทางการรับรู้การให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile.....	71
4.22 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กึ่งที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่น ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร จำแนก ตามประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ .....	73
4.23 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กึ่งที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่น ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร จำแนก ตามความถี่ในการใช้บริการ .....	74
4.24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธีของ LSD จำแนกตามความถี่ในการใช้ บริการ.....	75
4.25 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กึ่งที่ต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของ ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร จำแนกตาม จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง.....	76
4.26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธีของ LSD จำแนกตามจำนวนเงินเฉลี่ยที่ ใช้บริการต่อครั้ง .....	77

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.27 ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการให้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร.....	80
4.28 ค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติทดสอบพฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ส่งผลต่อความ เชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร.....	81



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา.....	8
2.1 Technology Acceptance Model (TAM) .....	26



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมเทคโนโลยีดิจิทัล โดยระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI : Artificial Intelligence) ได้เข้ามามีบทบาทและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการดำรงชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่ชอบเทคโนโลยีที่ทันสมัย และเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมติดต่อสื่อสารของลูกค้า หรือชื่อผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ผ่านอินเทอร์เน็ต (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2009) เพื่ออำนวยความสะดวกสบายในกิจกรรมต่างๆ อย่างคล่องตัว ความสามารถของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้องค์กรต่างๆ มีการปรับกระบวนการดำเนินการและการให้บริการด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตผ่านช่องทางออนไลน์และแอปพลิเคชันใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้สามารถใช้ได้ทุกที่ ทุกเวลา เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ ลดค่าใช้จ่าย และควบคุมต้นทุนขององค์กรได้ (ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย, 2562) การเข้าสู่สังคมเทคโนโลยีดิจิทัล ไม่ว่าจะเป็น Facebook, YouTube, Line หรือการใช้งานเว็บทั่วไป ได้อาศัยสมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์หลักมานานแล้ว และได้แซงหน้าการใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์ หรือ โน้ตบุ๊ก ซึ่งเป็นอุปกรณ์หลักในยุคก่อนหน้า โดยได้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วกว่าในประเทศที่กำลังพัฒนาที่ประชากรส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้าถึง คอมพิวเตอร์ หรือโน้ตบุ๊ก จะเห็นได้ว่าในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ยอดขายของสมาร์ทโฟนได้เติบโตขึ้นอย่างถล่มทลาย มีธุรกิจใหม่จำนวนมากที่เติบโตขึ้นจากการขายสมาร์ทโฟน และธุรกิจอีกจำนวนมากยิ่งกว่าที่เติบโตขึ้นมาจากธุรกิจแอปบนไอโฟน และแอนดรอยด์ แม้แต่ในประเทศไทยประชากรราวครึ่งหนึ่งเป็นผู้ใช้งานสมาร์ทโฟน โดยการล่มสลายของธุรกิจสื่อในยุคเดิม เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือการปรับตัวของธุรกิจอื่นๆ โดยรวมไปถึงห้างร้าน และธนาคาร ที่ถึงกับต้องประกาศแผนลดพนักงาน ก็มีผลพวงมาจากการปรับเปลี่ยนเข้าสู่ยุคดิจิทัล โดยมีสมาร์ทโฟนเป็นหน้าตาหลักในการใช้งาน แต่ในปัจจุบัน เอส - เคิร์ฟ ใหม่ที่กำลังเข้าสู่จุดอิ่มตัว ดังจะเห็นได้จากยอดขายของไอโฟนที่กำลังลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ปัญหาดังกล่าวมิได้เกิดขึ้นด้วยสาเหตุแห่งสงครามทางการค้าระหว่างสหรัฐฯและจีนเท่านั้น เพราะแม้แต่ในประเทศไทยยอดขายของไอโฟนก็ยังลดลงและรวมไปถึงยอดขายของซัมซุง ที่เคยแข่งขันอย่างเคียงบ่าเคียงไหล่อีกด้วย แม้ยอดขายของสมาร์ทโฟนสัญชาติจีน เช่น Huawei หรือ OPPO ยังขยายตัวอยู่ แต่สิ่งที่ปฏิเสธไม่ได้คือ ผู้บริโภค กำลังเริ่มซื้อสมาร์ทโฟนน้อยลง เพราะเทคโนโลยีนี้กำลังเข้าสู่จุดอิ่มตัวแล้ว ในประเทศไทยเองกำลังจะเหลือประชากรส่วนน้อยที่ยังไม่มีสมาร์ทโฟน ไม่แตกต่างกับการเข้าสู่จุดอิ่มตัวของคอมพิวเตอร์ และโน้ตบุ๊กเมื่อ 10 ปีก่อนหน้านี้ แต่สิ่งที่น่าสนใจคือธุรกิจแอปพลิเคชันที่เติบโตมาพร้อมกับสมาร์ทโฟน เช่น Facebook ฯลฯ ก็กำลังเข้าสู่จุดอิ่มตัวเช่นกัน เมื่อผู้ใช้งานใหม่ไม่มีการขยายตัวอีกต่อไป กล่าวคือ ทั้งระบบนิเวศที่เติบโตขึ้นมากับ เอส - เคิร์ฟ นี้ ล้วนกำลังที่จะเข้าสู่จุดอิ่มตัว ตามภาษาของผู้บริโภค เราไม่ทราบเลยว่า ทัศนคติที่เปลี่ยนไปนี้ จะส่งผลให้ต้องปรับเปลี่ยนเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กำลังเข้าสู่ยุคที่รู้สึกว่ามีอะไรใหม่สำหรับผู้บริโภคตื่นตื่นและพร้อมจะจ่ายเงินจำนวนมากกับสมาร์ตโฟนอีกต่อไป (bangkokbiznews, 2562 )

อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะเปิดแอปเปิล เจ้าของไอโฟน หรือกูเกิลเจ้าของแอนดรอยด์ ต่างก็ได้คาดคะเนไว้ล่วงหน้าว่า ยุคเฟื่องฟูของสมาร์ตโฟนท้ายที่สุดก็ต้องจบ และได้วางแผนไว้ว่าจะไปต่อได้อย่างไร แอปเปิล วอทซ์ กูเกิลกลาสเสส ฯลฯ ต่างก็เป็นความพยายามที่จะสร้างอะไรใหม่ เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจต่อในยุคหลังสมาร์ตโฟน อย่างไรก็ตามก็ยังไม่มียุคที่ “โดน” แม้ทั้งสองบริษัท และบริษัทอื่นๆ จะได้ทุ่มทุนทรัพย์ทางการวิจัยพัฒนาอย่างมหาศาลตอนนี้ก็ยังไม่มียุคที่ตอบได้ว่ายุคหลังสมาร์ตโฟนจะเป็นอย่างไร จะมีนวัตกรรมเปลี่ยนแปลงโลกอย่างไรที่สมาร์ตโฟนเคยเป็นอีกหรือไม่ ข้อดีของยุคนี้คือ เราอาจจะกลับไปสู่ยุคที่ ใครๆ ก็เสมอกัน ในการนำเสนอนวัตกรรมที่มีโอกาสจะกลายมาเป็นเอส - เคิร์ฟ เปลี่ยนโลกสำหรับยุคต่อไป เพราะไม่จำเป็นที่จะต้องเป็นบริษัทใหญ่ที่ประสบความสำเร็จในยุคก่อนหน้า ที่จะกลายมาเป็นผู้บุกเบิกสำหรับยุคต่อไป แต่ก่อนจะถึงเวลานั้นธุรกิจในยุคปัจจุบันจะต้องปรับตัว เมื่อยุคที่เฟื่องฟูของสมาร์ตโฟนที่หลายคนอาจได้คุ้นเคยกันมาจะเริ่มเข้าสู่การสิ้นสุดแล้ว (bangkokbiznews, 2562 )

แต่เมื่อเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาด้านต่างๆ และในยุคที่สมาร์ตโฟนเริ่มแบ่งบาน เริ่มมีผู้พัฒนาแอปโมบายแบงก์กิ้ง ที่เข้ามาช่วยทดแทน SMS banking ที่จากเดิมทำได้แค่แจ้งเตือนเงินเข้า เงินออก และทำรายการง่ายๆ กลายมาเป็นการพัฒนาแอปพลิเคชันที่ทำรายการต่างๆ ได้มากขึ้นผ่านอินเทอร์เน็ตที่ทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ใช้งานแอปพลิเคชันของธนาคารบนสมาร์ตโฟนทั่วโลกกว่า 1.2 พันล้านคน และอนาคตแอปธนาคารบนมือถือจะทำให้ผู้ใช้งานแทบไม่ต้องไปทำธุรกรรมใดๆ หรือธุรกิจ SMEs ก็ยังไม่ต้องไปธนาคาร แค่มีแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง เช่น ธ.ก.ส. A-Mobile แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารจึงไม่ได้จำกัดอยู่ในรูปแบบการให้บริการแบบเดิม ดังนั้น บริบทของธนาคารในอนาคตจึงอาจไม่ได้เหมือนเดิมอีกต่อไป แต่โดยนัยยะ และความสำคัญแล้วธนาคารก็ยังคงมีความสำคัญในฐานะตัวกลางที่ถือเงินเยอะอยู่ดี ทว่าเมื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ธนาคารจึงมีการปรับเปลี่ยนหน้าตาไปตามเทคโนโลยี (Mangozero, 2017)

สำหรับประเทศไทย ธนาคารที่เปิดบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์แห่งแรกคือ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเริ่มมีเว็บไซต์สำหรับเผยแพร่ข้อมูลทั่วไปของธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตในปี พ.ศ. 2538 และ พัฒนาระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ลูกค้าทำธุรกรรมธนาคารได้เองตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 แต่นำมาให้บริการได้จริงหลังจากที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้อนุมัติการให้บริการดังกล่าวในปี พ.ศ. 2542 โดยธนาคาร เอเชีย จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารแห่งแรกที่ได้รับบริการอนุมัติให้เปิดการบริการนี้ในช่วงต้นปี พ.ศ. 2543 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารที่ 2 ที่เปิดให้บริการนี้ในกลางปี พ.ศ. 2543 ตามมาด้วย ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) และ

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในปีเดียวกัน ซึ่งไม่เพียงแต่การให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารของธนาคารเท่านั้น ยังมีการให้บริการตู้เอทีเอ็ม และอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งที่เปลี่ยนวิถีชีวิตของคนให้มีการ

เบิกถอนเงินง่ายขึ้น อีกทั้งในปัจจุบันยังมีการพัฒนาเทคโนโลยีไปถึงโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) และมีผู้ใช้บริการทั่วโลกรวมทั้งสิ้น 1.2 พันล้านคน จะเห็นได้ว่าสมาร์ทโฟนกลายเป็นธนาคารบนมือถือให้กับผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน ที่อำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้งานมีการโอนเงิน หรือจ่ายเงินโดยไม่ต้องพึ่งตู้เอทีเอ็ม หรือไปโอนเงินที่ธนาคารอีกต่อไป มีสถิติระบุว่าในปี 2012 ประเทศไทยติด อยู่ในอันดับที่ 12 โดยเฉลี่ยมีคนใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง 24% (Mangozero, 2017) ทำให้รัฐบาลไทยเดินหน้าตามแผน National e-Payment ซึ่งเป็นการพัฒนารูปแบบการชำระเงินในอนาคต จะมีผลให้พฤติกรรมการชำระเงินของภาคธุรกิจและครัวเรือนแตกต่างออกไปจากปัจจุบันอย่างชัดเจน เพราะการโอนเงิน การชำระเงินจะมีความสะดวกมากขึ้นไม่ต้องพกเงินสด เป็นผลจากค่าธรรมเนียมการใช้บริการโอนเงินต่อรายการถูกลง มูลค่าขั้นต่ำในการชำระเงินโดยใช้บัตร ความปลอดภัยที่เพิ่มขึ้น และการติดต่อภาครัฐมีความสะดวกมากขึ้น ในขณะที่ผลกระทบต่อภาคธุรกิจและเศรษฐกิจส่งผลให้จำนวนผู้ให้บริการชำระเงินรายใหม่เพิ่มขึ้น ธุรกิจ E-Commerce ขยายตัวเพิ่มขึ้น และลดต้นทุนของระบบเศรษฐกิจในภาพรวม (ศุภชัยวิจิตร, 2560)

ธนาคารในประเทศไทยจึงเห็นความสำคัญของแผน National e-Payment แต่ละธนาคารได้พัฒนาแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการการใช้งานและตอบโจทย์ของลูกค้ายุคดิจิทัล รวมถึงธนาคารของรัฐอย่าง ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ถึงแม้ว่าจะได้ขึ้นชื่อเป็นธนาคารชาวนา แต่ก็เห็นความสำคัญของ เทคโนโลยียุค 4.0 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจึงได้เปิดตัวบริการทางการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่บนแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ที่เปลี่ยนการทำธุรกรรมทางการเงินให้เป็นเรื่องง่าย สะดวกและปลอดภัย สร้างความมั่นใจในการใช้บริการ ทุกที่ทุกเวลาตลอด 24 ชั่วโมง โดยให้บริการชำระค่า สินค้าและบริการผ่านคิวอาร์โค้ด (QR Code) เพิ่มช่องทางให้บริการของธนาคารรองรับความต้องการของลูกค้า เปลี่ยนระบบธุรกรรมเงินสด (Cash society) ไปสู่ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic society) เพื่อตอบโจทย์รูปแบบการใช้ชีวิตของกลุ่มเกษตรกรลูกค้ารุ่นใหม่ หรือ Young Smart Farmer ที่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินจากรูปแบบเดิมที่หน้าเคาน์เตอร์บริการของสาขาสู่การทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ผ่านสมาร์ทโฟน ตามแผนยุทธศาสตร์ของธนาคารที่มุ่งพัฒนาการให้บริการทางการเงิน ครบวงจร ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน ของภาคเกษตรสู่ความยั่งยืนและทันสมัย โดยเฉพาะเกษตรกรรุ่นใหม่ที่ยกระดับเป็นผู้ประกอบการเกษตร หรือ SMAEs ที่นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ในกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ รวมถึงช่องทางตลาดออนไลน์ ที่ช่วยยกระดับราคาสินค้า เพิ่มประสิทธิภาพของการผลิต การตลาดและการบริหารจัดการ จนสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรได้หลายเท่า และยังสร้างงาน สร้างรายได้สู่ชุมชน คืนความสุขและสร้างมั่งคั่ง มั่นคงให้แก่เกษตรกรได้อย่างยั่งยืน (กรุงเทพธุรกิจ, 2561)

ในปัจจุบันสถาบันทางการเงินจึงเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีการปรับองค์กรสู่ธุรกิจยุคดิจิทัล มีการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาพัฒนา มีบริการรูปแบบออนไลน์ในลักษณะของการเป็นธนาคาร

ทางอิเล็กทรอนิกส์ อาทิ ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต และธนาคารทางอุปกรณ์เคลื่อนที่ ซึ่งจะช่วยให้สามารถประหยัดเวลามาก สามารถทำธุรกรรมได้เพียงผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในทุกพื้นที่ อาทิ คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และสมาร์ตโฟน โดยเฉพาะสมาร์ตโฟนมีอัตราการเติบโตอย่างมาก รวมทั้งจำนวนผู้ใช้ที่เพิ่มมากขึ้นทุกปีแบบก้าวกระโดด สอดคล้องกับผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในปี 2561 พบว่า มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตรวมทั้งสิ้น 36 ล้านคน โดยในระหว่างปี 2557-2561 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นจากจำนวน 21.8 ล้านคนเป็น 36 ล้านคน ส่วนอุปกรณ์ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านมือถือแบบสมาร์ตโฟน สูงถึงร้อยละ 94.7 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) โดยการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น บริการโอนเงิน จ่ายชำระค่าผลิตภัณฑ์ หรือบริการสอบถามยอดเงิน ดูรายการเดินบัญชีย้อนหลัง สอบถามยอดใช้จ่ายบัตรเครดิต ซื้อขายสับเปลี่ยนกองทุน เป็นต้น เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ทำรายการได้ด้วยตนเอง ดังนั้นการบริการลักษณะนี้จึงได้รับความนิยมมากขึ้น ทำให้การใช้บริการของธนาคารไม่ถูกจำกัดด้วยสถานที่หรือต้องไปใช้บริการที่สาขาเท่านั้น เทคโนโลยีสามารถทำให้ธนาคารสามารถสร้างตลาดใหม่ มีช่องว่างทางการตลาดจากการให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตและลดต้นทุนในการดำเนินงานได้ ในปี 2563 พบว่าจำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในปี 2562 มีจำนวนบัญชีที่เติบโตมากกว่าปี 2561 ถึงร้อยละ 45.89 ซึ่งเป็นอัตราที่ Mobile Banking มีการเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมทั้งปริมาณการทำรายการการชำระเงินผ่านช่องทาง Mobile Banking มีอัตราการเติบโตร้อยละ 81.17 และมีมูลค่ารายการธุรกรรมการชำระเงิน ผ่านธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ ณ สิ้นปี 2562 เติบโตจากปี 2561 คิดเป็นร้อยละ 49.5 และแนวโน้มของการทำธุรกรรมบนโทรศัพท์มือถือจะเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) ดังแสดงในภาพตารางที่ 1

**ตารางที่ 1.1** แสดงสถิติการทำธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Internet Banking และ Mobile Banking ปี 2558 – 2562

รายการ	2558	2559	2560	2561	2562
ธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Internet Banking					
จำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ	11,901,117	15,100,267	20,469,790	23,861,834	29,404,466
ปริมาณรายการ (พันรายการ)	186,237	151,926	207,091	284,771	569,329
มูลค่ารายการ (พันล้านบาท)	23,630	23,410	20,339	23,530	26,278
ธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Mobile Banking					
จำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ	13,918,815	21,151,583	32,143,467	46,004,931	60,084,145
ปริมาณรายการ (พันรายการ)	263,923	650,003	1,308,465	2,839,368	4,925,109
มูลค่ารายการ (พันล้านบาท)	2,800	5,849	9,539	17,501	24,408

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (2563) สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/>  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 1.1 แสดงข้อมูลอัตราการเติบโตของลูกค้าที่ใช้บริการ Mobile Banking ที่สูงมากขึ้นแบบก้าวกระโดดและการคาดการณ์ถึงลูกค้าที่ใช้บริการ Mobile Banking ที่จะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ธนาคารไทยพาณิชย์ ได้มีการปฏิรูปกระบวนการดำเนินงานและได้ปรับปรุงพัฒนาแอปพลิเคชันมาให้บริการกับลูกค้าที่ใช้บริการทางการเงิน เพื่อให้ใช้งานง่าย เพิ่มความสะดวก ประหยัดเวลา และลดค่าใช้จ่ายในการใช้บริการที่หลากหลาย ปัจจุบันสถาบันธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ได้มีบริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) ดังนั้นจึงทำให้เกิดการแข่งขันทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองการใช้งานให้กับลูกค้า อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) จะมีความสะดวกสบายและรวดเร็ว แต่จัดได้ว่าเป็นระบบการบริการออนไลน์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ และยังมีประชาชนบางกลุ่มเชื่อว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) มีความเสี่ยง อาจถูกโจรกรรมข้อมูลส่วนตัวได้ง่าย หากมีบุคคลอื่นนำโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปใช้ทำธุรกรรมทางการเงินอาจสูญเสียดอกเบี้ยเงินในบัญชีที่ผูกไว้ทั้งหมด จึงทำให้ขาดความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับ เสาวณิต อุดมเวชกุล (2557) พบว่า เหตุผลหลักที่คนยังไม่กล้าใช้ Mobile Banking Application เนื่องจากยังไม่เชื่อมั่นในระบบรักษาความปลอดภัย ดังนั้นความเชื่อมั่นในระบบการให้บริการ Mobile Banking Application จึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษา พฤติกรรมและความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการโอบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการมีส่วนร่วมเพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างความเชื่อมั่นและการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโอบายแบงก์กิ้งที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการโอบายแบงก์กิ้ง ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

### 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ในการใช้บริการโอบายแบงก์กิ้ง

1.3.2 เพิ่มการใช้บริการโอบายแบงก์กิ้งให้กับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร จากการพัฒนาด้านความปลอดภัยเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นและยอมรับในการใช้งานมากยิ่งขึ้น

### 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษา พฤติกรรมและความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการโอบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร มีขอบเขตของการวิจัยดังต่อไปนี้

#### 1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

##### 1.4.1.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1) ตัวแปรด้านพฤติกรรมในการใช้บริการโอบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ประกอบด้วย ช่องทางการรับรู้การให้บริการ ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ และจำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง

2) ตัวแปรด้านความปลอดภัยในการใช้บริการโอบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ประกอบด้วย ความปลอดภัยในการใช้งาน ความง่ายของการใช้งาน ประโยชน์ของการใช้งาน และกฎหมาย และ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์และการกำกับใช้

##### 1.4.1.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

ความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการโอบายแบงก์กิ้ง ประกอบด้วย คุณภาพการบริการ การใช้บริการซ้ำ ๆ ความพึงพอใจ และการบอกต่อของลูกค้า

#### 1.4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ที่อยู่ 34 หมู่ที่ 7 ตำบลบางสน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 86160

#### 1.4.3 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างไว้ดังนี้

##### 1.4.3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ที่เป็นผู้ใช้บริการโอบายแบงก์กิ้ง ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถหาจำนวนประชากรที่เอกสารนี้แน่นอนได้ที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1.4.3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ที่ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ธ.ก.ส. A-Mobile จำนวน 400 ราย โดยการคำนวณแบบไม่ทราบประชากร จากการใช้สูตร Cochran ในการคำนวณขนาดตัวอย่าง

#### วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกจากลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ที่ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ธ.ก.ส. A-Mobile

### 1.4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาในช่วงระยะเวลา ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2564 ถึง 31 ธันวาคม 2564

## 1.5 สมมติฐานการวิจัย

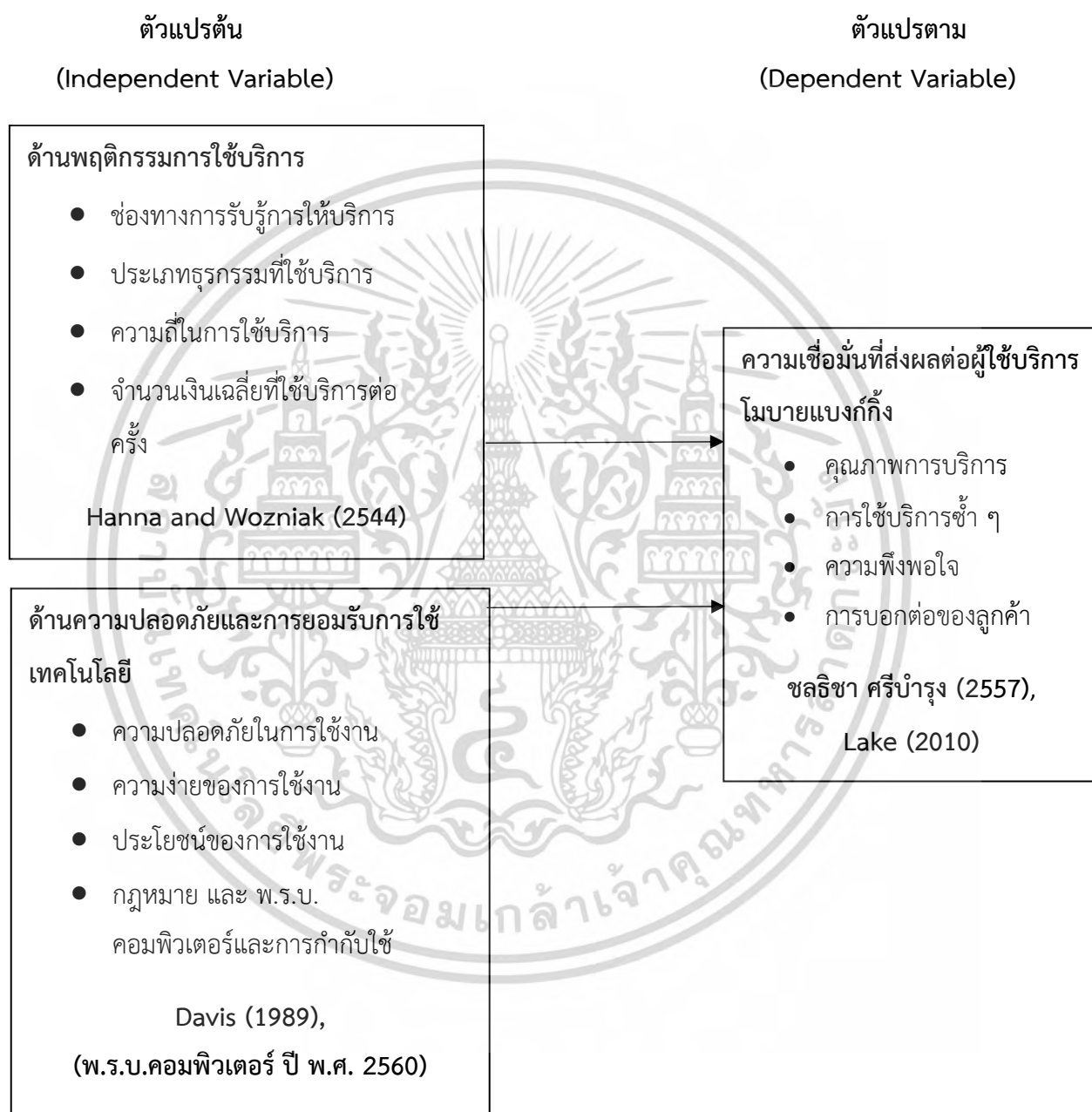
การศึกษา พฤติกรรมและความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

สมมติฐานที่ 1 พฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

## 1.6 กรอบแนวคิดของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการโอบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร มีกรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

### ธนาคาร

นิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมาย บริษัทจำกัด หรือ บริษัทมหาชนจำกัดที่ใช้ชื่อหรือคำแสดงชื่อว่า ธนาคาร ซึ่งประกอบธุรกิจเกี่ยวกับเงินและธุรกิจหลักทรัพย์

### ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร หรือ ธ.ก.ส. (อังกฤษ: Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ในการกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง โดยปัจจุบันกระทรวงการคลังถือหุ้นร้อยละ 99.79 กลุ่มสหกรณ์การเกษตรต่างๆ ถือหุ้นร้อยละ 0.18 และบุคคลทั่วไปถือหุ้นร้อยละ 0.03.

### เกษตรกร

เกษตรกร หมายถึง ผู้ทำงานในที่ดินหรือที่นา หมายถึง ผู้ที่อาศัยที่ดินที่นา เพื่อเพาะปลูกพืชผล เลี้ยงสัตว์ ต่อมาขยายความรวมไปถึงผู้ใช้แหล่งน้ำทำประมงด้วย เกษตรกรเป็นคำรวมที่ใช้เรียก ชาวนา ชาวสวน ชาวไร่ ชาวประมง และผู้เลี้ยงสัตว์เพื่อการค้า

### สมาร์ทโฟน (Smart Phone)

สมาร์ทโฟน คือ โทรศัพท์มือถือที่นอกเหนือจากใช้โทรออกรับสายแล้วยังมีแอปพลิเคชันให้ใช้งานมากมาย สามารถรองรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่าน 4G, Wi-Fi และสามารถใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์คและแอปพลิเคชันสนทนาชั้นนำ เช่น LINE, YouTube, Facebook, Twitter ฯลฯ โดยที่ผู้ใช้สามารถปรับแต่งลูกเล่นการใช้งานสมาร์ทโฟนให้ตรงกับความต้องการได้มากกว่ามือถือธรรมดา ผู้ผลิตสมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ๆ นิยมผลิตสมาร์ทโฟนที่มีหน้าจอรระบบสัมผัส ใสกล้องถ่ายรูปที่มีความละเอียดสูง ออกแบบดีไซน์ให้สวยงามทันสมัย มีแอปพลิเคชันและลูกเล่นที่น่าสนใจ

### ธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking)

Mobile Banking คือตัวช่วยรูปแบบหนึ่งในการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบดิจิทัล ซึ่งสามารถทำได้แบบออนไลน์ ทำที่ไหนเวลาใดก็ได้ เป็นรูปแบบบริการหนึ่งของยุคดิจิทัล และสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ในปัจจุบัน และปัจจุบัน Mobile Banking ได้ถูกนำมาเชื่อมโยงกับโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เพื่อรองรับ Social Commerce ที่เติบโตอย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังได้มีการพัฒนาฟังก์ชันต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนา Chatbot หรือระบบตอบข้อความอัตโนมัติ ที่แอปพลิเคชันสำหรับการสื่อสารและคนทั่วไปสามารถเข้าถึงและนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย เช่น Facebook และ Line สามารถสื่อสารทางการค้าได้สะดวกมากขึ้น

### พฤติกรรม

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำทุกอย่างของมนุษย์ กระทำโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม ไม่ว่าจะคนอื่นจะสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม และไม่ว่าการกระทำนั้นจะพึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์ก็ตาม ดังนั้น การเดิน การคิด การตัดสินใจ การปฏิบัติตามหน้าที่ การละทิ้งหน้าที่ เป็นพฤติกรรมทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ อายุงาน (ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน) ระดับการศึกษา สถานะภาพสมรส ตำแหน่งงาน และรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น

### ความเชื่อมั่น

ความเชื่อมั่น หมายถึง ความสามารถในการทำให้เกิดความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้า ความมั่นใจในความน่าเชื่อถือ ความยุติธรรม และความซื่อสัตย์ต่อบุคคลหรือองค์กรหนึ่งๆ โดยความเชื่อมั่นจะเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนทัศนคติถือเป็นความผูกพันอย่างแท้จริง

### การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness)

หมายถึง การรับรู้ ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการนำเทคโนโลยีมาใช้มีส่วนช่วยในการปรับปรุงการใช้เดิมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (Ooi & Tan, 2016) ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน หมายถึง การที่ผู้บริโภคมีการรับรู้ประโยชน์ที่เกิดจากการใช้แอปพลิเคชันซื้อสินค้าออนไลน์นั้น มีส่วนช่วยให้การซื้อสินค้ามีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สามารถค้นหาสินค้าที่ต้องการได้หลากหลาย ผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบายมากขึ้น รวมถึงช่วยลดเวลาในการซื้อสินค้าได้

### การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use)

หมายถึง การรับรู้ว่าเทคโนโลยีนั้นมีความง่ายสะดวกต่อการใช้งาน เทคโนโลยีไม่ซับซ้อนไม่ต้องใช้ความพยายามในการเรียนรู้การใช้งาน ผู้ใช้สามารถยอมรับเทคโนโลยีเพื่อใช้งานโทรศัพท์มือถือ (Ooi & Tan, 2016) ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน หมายถึง การที่ผู้บริโภคมีการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชันซื้อสินค้าออนไลน์ หรือความง่ายในการค้นหาสินค้าออนไลน์ที่สามารถทำได้ทุกที่ทุกเวลา อีกทั้งยังช่วยลดขั้นตอนในการซื้อสินค้าได้โดยที่ผู้บริโภคไม่ต้องใช้ความพยายามในการเรียนรู้เพื่อใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาหัวข้อ “พฤติกรรมและความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการโอบายแบงก์กิ้งของลูกค้านานาชาติเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร” ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดแต่ละประเด็นตามลำดับ ดังนี้

- 2.1 ประวัติและความเป็นมาของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อมั่น
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ
- 2.5 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารแบบบอกต่อ
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ
- 2.7 ทฤษฎีเกี่ยวกับความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยี
- 2.8 พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560
- 2.9 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ
- 2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ประวัติและความเป็นมาของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 9 มีนาคม พ.ศ. 2486 ในชื่อ "ธนาคารเพื่อการเกษตร" เพื่อทำหน้าที่เป็นแหล่งเงินทุนแก่สหกรณ์ในประเทศไทย ต่อมาปี พ.ศ. 2509 จึงได้มีการจัดตั้งธนาคารใหม่ขึ้นแทน เพื่อให้ครอบคลุมถึงเกษตรกรด้วย โดยใช้ชื่อว่า "ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์" ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกทางการเกษตรอย่างกว้างขวาง ทั้งโดยตรงและสู่สถาบันเกษตรกร มุ่งให้ความช่วยเหลือทางการเงิน เพื่อส่งเสริมอาชีพการเกษตรหรือการดำเนินงานของเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร หรือสหกรณ์การเกษตร ตลอดจนส่งเสริมให้ เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร หรือ สหกรณ์การเกษตร สามารถประกอบอาชีพอย่างอื่นที่เกี่ยวข้องในการเกษตร เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ครอบครัวเกษตรกร รวมทั้งให้บริการรับฝากเงินในโอกาสที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ก้าวเข้าสู่ปีที่ 50 กับภารกิจที่เปลี่ยนแปลงไปตามการพัฒนาประเทศ รวมถึงการพัฒนาของลูกค้านานาชาติที่มีความต้องการแตกต่างจากตอนเริ่มก่อตั้ง บทบาทของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในแต่ละช่วงมีความแตกต่างกันดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ทศวรรษ 1 (พ.ศ. 2509 - 2519) มุ่งลดบทบาทการเงินกู้ยืมในระบบ

มุ่งลดบทบาทการเงินกู้ยืมในระบบ ด้วยการให้สินเชื่อเพื่อการผลิตระยะสั้น และระยะปานกลาง แก่เกษตรกรให้ทั่วถึงอย่างรวดเร็ว เพื่อลดบทบาทของเงินกู้ยืมในระบบ โดยสร้างนวัตกรรมทางการเงินใหม่ที่ให้สินเชื่อแก่เกษตรกรรายคน โดยใช้บุคคลในกลุ่มค้ำประกันรับรองรับผิดชอบอย่างลูกหนี้ร่วมกัน สร้างรากฐานความพร้อมของเกษตรกรเพื่อสร้างรายได้ และฐานะทางการเงินที่มั่นคงให้แก่เกษตรกร

### ทศวรรษ 2 (พ.ศ. 2520 - 2529) พัฒนาการให้สินเชื่อและบริการครบวงจร

พัฒนาการให้สินเชื่อและบริการครบวงจร เริ่มดำเนินงานบนพื้นฐานความร่วมมือกับส่วนราชการและเอกชน ในการช่วยหาปัจจัยพื้นฐานต่างๆ ที่อำนวยความสะดวกการพัฒนาการเกษตรอย่างครบวงจร ในรูปของวัสดุอุปกรณ์การเกษตร และเชื่อมโยงการตลาด โดยการจัดตลาดกลางพืชผล การเกษตรตลอดจนการรับจำนำข้าวเปลือก

### ทศวรรษ 3 (พ.ศ. 2530 - 2539) ช่วยเหลือเกษตรกรชั้นเล็กและยากจน-จัดตั้งสถาบันเกษตรกร

ช่วยเหลือเกษตรกรชั้นเล็กและยากจน จัดตั้งสถาบันเกษตรกร ขยายการให้บริการเกษตรกรให้ทั่วถึงและครอบคลุมยิ่งขึ้นโดยเฉพาะเกษตรกรชั้นเล็กและยากจน ซึ่งปกติจะไม่สามารถขอใช้บริการสินเชื่อจากสถาบันการเงินได้ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจึงกำหนดหลักเกณฑ์เป็นการเฉพาะเพื่อให้บริการสินเชื่อแก่เกษตรกรดังกล่าว ขณะเดียวกันยังสนับสนุนให้เกษตรกรลูกค้ำรวมตัวกันจัดตั้งสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้ำธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (สกต.) เพื่อเป็นองค์กรของเกษตรกรลูกค้ำในการสร้างอำนาจต่อรองทางการตลาด และได้ริเริ่มโครงการวัฒนธรรมบริการ เพื่อพัฒนาพนักงานให้มีทักษะความรู้ และตระหนักถึงความสำคัญในการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้ำ

### ทศวรรษ 4 (พ.ศ. 2540 - 2549) น้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การพัฒนาชนบท

น้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การพัฒนาชนบท เพื่อให้เกษตรกรลูกค้ำสามารถดำรงชีวิตได้อย่างพอเพียงและมั่นคง สร้างความเข้มแข็งสู่ชุมชนควบคู่ไปกับการส่งเสริมและสนับสนุนการรักษาสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังปลูกฝังให้พนักงานดูแล และให้บริการลูกค้ำอย่างใกล้ชิดและทั่วถึง

### ทศวรรษ 5 (พ.ศ. 2550 - 2560) ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกรรายย่อยและให้บริการสินเชื่อที่หลากหลาย

ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกรรายย่อยและให้บริการสินเชื่อที่หลากหลาย ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรยังคงมุ่งมั่นกับภารกิจพัฒนาชนบทภายใต้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยเฉพาะการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกรรายย่อย อีกทั้งขยายการให้บริการสินเชื่อไปสู่บุคคล กลุ่มบุคคล ผู้ประกอบการ กองทุนหมู่บ้านหรือชุมชน องค์กรที่เกี่ยวข้อง และสหกรณ์ทุกประเภท ให้สามารถเข้าถึงแหล่งทุนในระบบ พร้อมทั้งสนับสนุนสินเชื่อเพื่อสร้างรายได้เพิ่ม เพื่อให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์หรือการแจ้งให้ทราบก่อนการเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกษตรกรลูกค้ามีฐานะและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อีกทั้งสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้พนักงานทำงานเป็นทีม มีความซื่อสัตย์ มีสำนึกรับผิดชอบ และใช้ชีวิตพอเพียงบนมาตรฐานเดียวกัน

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

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ก้าวสู่ทศวรรษที่ 6 ด้วยการเป็นศูนย์กลางทางการเงินภาคเกษตรและภาคชนบท มุ่งสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) ใช้กระบวนการสหกรณ์และผู้ประกอบการเป็นแกนสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถภาคการเกษตรไทย เพื่อเพิ่มมูลค่าภาคการผลิตแบบบูรณาการ พร้อมทั้งยกระดับเกษตรกรและทายาทเป็น Smart Farmer ให้ความสำคัญกับนโยบาย Go Green สนับสนุนสินเชื่อสีเขียว (Green Credit) เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในการให้บริการ ผ่านช่องทางเทคโนโลยีเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีทางการเงิน (FinTech) และพฤติกรรมตามความต้องการของลูกค้า ปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มขีดความสามารถบุคลากรเพื่อร่วมขับเคลื่อนภารกิจต่างๆ ไปสู่เป้าหมายในการสร้าง

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

นายจำเนียร สารระนาด ผู้จัดการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร คนแรกได้วางรากฐานการดำเนินงานพร้อมทั้งอุดมการณ์การทำงานให้พนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรทุกคนละเว้นการอันควรต่าง ๆ โดยได้อบรมสั่งสอนให้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรวดเร็ว ซื่อสัตย์ สุจริต และไม่เบียดเบียนลูกค้า เพราะงานสินเชื่อเพื่อการเกษตร เป็นงานที่กว้างขวางและซับซ้อน ต้องศึกษาและค้นคว้าเพิ่มเติมอยู่เสมอ เพื่อให้มีความรู้ ความชำนาญยิ่งขึ้น ขอให้ท่านละเว้นการอันควรละเว้น ไม่เบียดเบียนเกษตรกรลูกค้า จงทำงานหนัก เร่งรัด ฉับไว ถูกต้อง และแม่นยำ กอปรด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ซึ่งพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรถือปฏิบัติมาจนถึงปัจจุบัน

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อมั่น

ความเชื่อมั่น หมายถึง ความมั่นใจในความน่าเชื่อถือ ความยุติธรรม และความซื่อสัตย์ เต็มใจที่จะไว้วางใจต่อบุคคลหรือองค์กรหนึ่งๆ โดยความเชื่อมั่นเป็นส่วนหนึ่งของความน่าเชื่อถือ ซึ่งการที่ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในผู้ให้บริการ หมายถึงการที่ผู้บริโภคเชื่อมั่นในองค์กรว่ามีความน่าเชื่อถือผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพด้วยความยุติธรรมและมีความรับผิดชอบต่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Stern (1997) ได้กล่าวว่า ความเชื่อมั่น คือพื้นฐานความสัมพันธ์ของการติดต่อสื่อสารในการให้บริการลูกค้า ซึ่งองค์กรจะต้องเรียนรู้ทฤษฎีความสัมพันธ์ใกล้ชิดเพื่อสร้างความคุ้นเคยให้เกิดกับผู้รับบริการ และสามารถรองรับลูกค้าได้ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ข้อ ดังนี้

- 1) การติดต่อสื่อสาร (Communication)
- 2) การรู้จักให้และดูแลลูกค้า (Caring and Giving)
- 3) การให้ข้อมูลผูกมัดคำมั่นสัญญาที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ( Commitment)
- 4) การให้ความสะดวกสบายหรือความสอดคล้อง (Comfort or Compatibility)
- 5) การแก้ไขสถานการณ์ความขัดแย้งและความไม่ไว้วางใจ (Conflict)

การให้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application นั้น จัดได้ว่าเป็นระบบการบริการที่ไม่สารรถจับต้องได้ ดังนั้น ความเชื่อมั่นในระบบการบริการจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นของเทคโนโลยีแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การรับรู้ (Perception) ที่เป็นพื้นฐานของการเรียนรู้ การตอบสนองพฤติกรรมใดๆ จะขึ้นอยู่กับความรู้จากสภาพแวดล้อมและความสามารถในการแปลความหมาย และปัจจัยภายนอกอื่นๆ นอกเหนือจากการรับรู้

Morgan. and Hunt (1994) กล่าวว่า ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสามารถประเมินค่าได้จากความเชื่อมั่นของลูกค้า ซึ่งผู้ให้บริการแต่ละองค์กรมีโอกาสจะได้รับความเชื่อมั่นจากลูกค้าแตกต่างกัน จะเกิดการประเมินได้เมื่อลูกค้าได้ใช้บริการเสร็จสิ้นแล้ว การบริการนั้นจะเปรียบกับข้อตกลงก่อนใช้บริการที่ผู้ให้บริการกำหนดไว้ก่อนการให้บริการ หากลูกค้าบรรลุวัตถุประสงค์หรือได้รับการตอบสนองตรงตามที่คาดหมายไว้ ความเชื่อมั่นของลูกค้าจะเกิดขึ้น ความเชื่อมั่นมีความสำคัญอย่างยิ่งในการระบุข้อตกลง เพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า

Mishra (1996) ได้ให้ความหมายของความเชื่อมั่น สามารถส่งผลต่อบุคลากรและองค์กรทั้งในปัจจุบัน และอนาคต ซึ่งจะทำให้บุคลากรนั้นเกิดแรงจูงใจในการทำงาน โดยมุมมองของ ลาเซลเลอร์ และฮัสตัน (Larzelere & Huston, 1980) ได้ให้ลักษณะของความเชื่อมั่นของพนักงาน มีความสำคัญอย่างสูงที่จะนำมาซึ่งความสม่ำเสมอ ความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ ความยุติธรรม และความสามารถในการทำงาน สำหรับสเตอร์น (Stern, 1997) ได้กล่าวว่า ความเชื่อมั่นคือพื้นฐานความสัมพันธ์ของการติดต่อสื่อสารในการให้บริการลูกค้า ซึ่งองค์กรจะต้องเรียนรู้ทฤษฎีความสัมพันธ์ใกล้ชิดเพื่อสร้างความคุ้นเคยให้เกิดกับลูกค้า และสามารถรองรับลูกค้าได้ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ข้อ ได้แก่

- 1) การติดต่อสื่อสาร (Communication)
- 2) การรู้จักให้และดูแลผู้ให้บริการ (Caring and Giving)
- 3) การให้ข้อมูลผูกมัดคำมั่นสัญญาที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการ (Commitment)
- 4) การให้ความสะดวกสบายหรือความสอดคล้อง (Comfort or Compatibility)
- 5) การแก้ไข สถานการณ์ความขัดแย้งและการให้ความไว้วางใจ (Conflict)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์หรือการสงวนเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ยืมให้เพิ่มใบแจ้งประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) เป็นการศึกษาปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การ และกระบวนการที่พวกเขาเหล่านั้นใช้เลือกสรร รักษา และกำจัดสิ่งที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ บริการ ประสบการณ์ หรือแนวคิด เพื่อสนองความต้องการและผลกระทบที่กระบวนการเหล่านี้มีต่อผู้บริโภคและสังคมพฤติกรรม ผู้บริโภค เป็นการผสมผสานจิตวิทยา สังคม วิทยา มานุษยวิทยาสังคม และเศรษฐศาสตร์เพื่อพยายามทำความเข้าใจกระบวนการการตัดสินใจของผู้ซื้อ ทั้งปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคล พฤติกรรมผู้บริโภคศึกษาลักษณะเฉพาะ ของผู้บริโภค ปัจเจกชน อาทิ ลักษณะทางประชากรศาสตร์และตัวแปรเชิงพฤติกรรม เพื่อพยายามทำความเข้าใจความต้องการของประชาชน พฤติกรรมผู้บริโภคโดยทั่วไปก็ยังพยายามประเมินสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค โดยกลุ่มบุคคลเช่น ครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิง ดังนั้น พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk, 2007)

Kotler and Keller (2012) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา หรือหมายถึง การศึกษาพฤติกรรมตัดสินใจและการกระทำของคนเกี่ยวข้องกับ การซื้อ และการขายสินค้า

แลมบ์ แฮร์ และแม็คดาเนียล (Lamb, Hair and McDaniel, 2004) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริโภคได้มีการตัดสินใจซื้อและมีการใช้สินค้า หรือบริการที่ได้จ่ายเงินซื้อมาแล้ว ดังนั้น กระบวนการนี้จึงรวมไปถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อและการใช้บริการ

Hanna and Wozniak (2544) ได้ศึกษาอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภคในการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ ประกอบด้วย ความสะดวก ความสบาย และความง่าย ความเข้ากันได้กับเทคโนโลยีความปลอดภัย ประโยชน์เป็นปัจจัยหลักในการเลือกใช้งานสิ่งต่าง ๆ ที่เป็น เทคโนโลยีจึงสรุปได้ว่า พฤติกรรมการใช้บริการเกิดจากการที่ผู้ให้บริการต้องเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคแล้วจึงนำเสนอบริการที่เหมาะสม นวัตกรรมมีผลโดยตรงต่อการแพร่กระจายกล่าวคือ เมื่อบุคคลหรือองค์การใดได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสารคมนาคมว่านวัตกรรมนั้นมีความซับซ้อนน้อย มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ มีความสามารถเข้ากันได้ มีความสามารถทดลองได้ และมีความสามารถ สังเกตได้มากกว่า บุคคลหรือองค์การนั้นก็จะมีแนวโน้มที่จะรับเอานวัตกรรมไปใช้ได้เร็วกว่านวัตกรรมอื่น ๆ

ครอนแบช (L.J. Cronbach. 1963) กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์มีองค์ประกอบ 7 ประการคือ

1. เป้าหมายหรือความมุ่งหมาย คือ วัตถุประสงค์ หรือความต้องการซึ่งก่อให้เกิดพฤติกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ความพร้อมหมายถึง ระดับวุฒิภาวะและความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ
3. สถานการณ์ หมายถึง ลู่ทางหรือโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ
4. การแปลความหมาย เป็นการพิจารณาลู่ทาง หรือสถานการณ์เพื่อเลือกหาวิธีที่คิดว่าจะสนองความต้องการเป็นที่พอใจมากที่สุด
5. การตอบสนอง คือ การดำเนินทำกิจกรรมตามที่ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว
6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลที่เกิดขึ้นการกระทำกิจกรรมนั้นซึ่งอาจได้ผลตรงข้ามที่คาดไว้ หรือตรงข้ามกับที่คาดหวังไว้ก็ได้
7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวังเป็นปฏิกริยาที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่เกิดขึ้นไม่สามารถตอบสนองตามความต้องการ จึงต้องกลับไปแปลความหมายใหม่ เพื่อเลือกหาวิธีที่จะตอบสนองความต้องการได้ ถ้าเห็นว่าเป้าประสงค์นั้นมันเกินความสามารถก็ต้องยอมละเลิกความต้องการนั้นเสีย

## 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ

“บริการ” ตามคำจำกัดความของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน หมายถึง ปฏิบัติรับใช้ให้ความสะดวกต่างๆ เช่น ร้านนี้บริการลูกค้าดี การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่างๆ เช่น ให้บริการ บริการ (ราชบัณฑิตยสถาน. 2546: 607)

Crosby (1979) กล่าวว่าว่าคุณภาพการให้บริการคือแนวคิดที่ถือหลักการการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อผิดพลาด และตอบโจทยความต้องการของลูกค้า และสามารถที่จะทราบหรือรู้ใจลูกค้า เข้าถึงจิตใจของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

คุณภาพการบริการ หมายถึง การให้บริการที่ส่งมอบความพึงพอใจให้กับลูกค้าและสร้างผลกำไรที่เติบโตอย่างต่อเนื่องให้แก่ธุรกิจ คุณภาพการบริการที่ดีนั้นก่อให้เกิดความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการ และยังช่วยลดต้นทุนค่าใช้จ่าย ในทางกลับกันช่วยเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจ ดังนั้นคุณภาพการบริการจึงอยู่บนพื้นฐานการประเมินหรือวัดคุณภาพการบริการที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงมิติการปฏิบัติ ซึ่งไม่ได้เป็นการประเมินเฉพาะผล จากการบริการเท่านั้น แต่เป็นการประเมินที่รวมไปถึงกระบวนการของบริการที่ได้รับจริง และนำไปสู่การให้บริการที่มีคุณภาพตรงความต้องการของลูกค้า โดยแบบวัดคุณภาพของการบริการที่มีชื่อว่า SERVQUAL (Service Quality)

พาราซูรามาน และคณะ (Parasuraman et al, 1988) กล่าวถึงความหมายของคุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความแตกต่างในการให้บริการที่ตรงกับหรือตรงกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการและการรับรู้ที่มีต่อการบริการจริง ซึ่งยังเป็นเรื่องของ การประเมินหรือการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการบริการในลักษณะของภาพรวม ในมิติของการรับรู้ ผลการศึกษาของนักวิชาการช่วยทำให้เห็นว่าการประเมินคุณภาพการให้บริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคเป็นไปในรูปแบบของการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการบริการที่คาดหวังและการบริการตามที่ได้รับรู้ว่ามี ความสอดคล้องกันเพียงไร สอดคล้องกับ Ahn, Ryu & Han (2007) ที่ได้กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ

หมายถึง ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือการบริการ ซึ่งเมื่อไหร่ก็ตามที่มีการให้การบริการแก่ลูกค้าจะไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ การบริการอาจจะเป็นประสบการณ์ ความทรงจำ การใช้บริการหรือการบริโภคบริการไม่มีลักษณะทางกายภาพ ไม่สามารถจับต้องได้ (Perreault & Jeromc, 1996) รวมไปถึงคุณลักษณะที่เป็นไปตามมาตรฐานที่เหมาะสม ปราศจากข้อผิดพลาด ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดี และตอบสนองความต้องการผู้ใช้บริการทำให้เกิดความรู้สึกประทับใจ โดยคุณภาพของการให้บริการ เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญที่มีผลต่อการ สร้างโอกาสในการแข่งขันขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกิจธนาคารที่จำเป็นต้องมีคุณภาพของ การให้บริการในระดับสูง (Choudhury, 2008; Liu & Wang, 2017; Siddiqi, 2011; Yousfani, Solangi, & Lakhari, 2019)

จากข้อความที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง ความรู้สึกที่ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงการให้บริการที่มากกว่าหรือตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการตามมาตรฐาน และคุณภาพที่เหมาะสม โดยการประเมินหรือการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการบริการ ในลักษณะของภาพรวม รวมไปถึงคุณลักษณะที่ปราศจากข้อผิดพลาด ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีท่ามกลางการแข่งขันของธุรกิจ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกถึงความประทับใจ

แบร์รี (Barry,1986) ได้ให้ความหมายว่า บริการที่ประสบผลสำเร็จจะต้องประกอบด้วย คุณสมบัติต่าง ๆ ขององค์ประกอบคุณภาพบริการ คือ

1. ความเชื่อถือได้ (reliability) ได้แก่ ความสม่ำเสมอและความพึงพาได้
2. การตอบสนอง (responsiveness) ได้แก่ ความเต็มใจที่จะให้บริการ ความพร้อมที่จะให้บริการและอุทิศเวลา มีการติดต่ออย่างต่อเนื่องและการปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี
3. ความสามารถ (competence) ได้แก่ ความสามารถในการให้บริการ ความสามารถในการสื่อสารและความสามารถในความรู้ที่จะให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ (access) คือ ผู้ใช้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ซับซ้อน ผู้บริการใช้เวลารอคอยน้อย เวลาที่ให้บริการสะดวกสำหรับผู้รับบริการ และอยู่ในสถานที่ที่ผู้ใช้บริการติดต่อได้สะดวก
5. ความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) ได้แก่ การแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ ให้การต้อนรับที่เหมาะสม และผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี
6. การสื่อสาร (communication) ได้แก่ มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตงานบริการ และการอธิบายขั้นตอนการใช้บริการ
7. ความซื่อสัตย์ (credibility) มีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ
8. ความมั่นคง (security) ได้แก่ ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์
9. ความเข้าใจ (understanding) ได้แก่ การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ การให้คำแนะนำ และเอาใจใส่ผู้รับบริการและการให้ความสนใจต่อผู้รับบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (tangibility) ได้แก่ การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับให้บริการ การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้มาใช้บริการ และการจัดสถานที่ให้บริการ สวยงาม สะอาด

โกลซ์และเดวิส (Goetsch & Davis,1997) ได้ให้ความหมายว่า เป็นกรอบการมองเรื่องคุณภาพกรอบหนึ่ง อธิบายว่า คุณภาพการให้บริการเป็นการควบคุมเพื่อให้เกิดคุณภาพการ ให้บริการ อันมีความแตกต่างจากคุณภาพในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะวิธีการควบคุมคุณภาพการ ให้บริการเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก ขณะเดียวกันคุณภาพการให้บริการก็เป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลไปยัง ภาพลักษณ์ขององค์กร ผู้รับบริการจะเป็นผู้ทำการตรวจสอบ ตั้งแต่กระบวนการการเริ่มให้บริการ จนถึงสิ้นสุดการให้บริการ โดยการให้บริการจะยิ่งดียิ่งขึ้นถ้าหากผู้รับบริการทำการประเมิน การ ให้บริการในขณะนั้น

เลวิส และบลูม (Lewis & Bloom,1983) ได้ให้ความหมาย คุณภาพการให้บริการว่าเป็นสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่าสอดคล้องกับความต้องการของเขาได้ดีเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ (Delivering Service Quality) หมายถึง การตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการ

ชเมนเนอร์ (Schmenner,1995) ได้ให้ความหมายคุณภาพการให้บริการว่า คุณภาพการ ให้บริการได้มาจากการรับรู้ที่ได้รับจริงลบด้วยความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับจากบริการนั้น หากการรับรู้ในบริการที่ได้รับมีน้อยกว่าความคาดหวัง ทำให้ผู้รับบริการมองคุณภาพการ ให้บริการนั้นติดลบ หรือรับรู้ว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพเท่าที่ควรตรงกันข้ามหากผู้รับบริการรับรู้ว่าการบริการที่ได้รับจริง นั้นมากกว่าสิ่งที่เขาคาดหวัง คุณภาพการ ให้บริการก็จะเป็นบวก หรือมีคุณภาพในการบริการนั่นเอง

เลิฟล็อก (Lovelock,1996) ได้ให้ความหมาย คุณภาพการ ให้บริการว่า มีความหมายอย่าง กว้าง ๆ เป็นแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าที่มีศักยภาพใน การซื้อหา สามารถและอาจจะทำการประเมินก่อนที่เขาจะเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการนั้น

Kotler (2000) กล่าวว่า การให้บริการ คือ การกระทำที่หน่วยงานแห่งหนึ่งหรือบุคคลคน หนึ่งนำเสนอต่อหน่วยงานอีกแห่งหนึ่งหรือบุคคลอีกคนหนึ่งซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถสัมผัสได้และไม่เป็น ผลให้เกิดความเป็นเจ้าของในสิ่งใด ผลผลิตของการบริการอาจเกี่ยวข้องหรืออาจไม่เกี่ยวข้องกับการ ผลิตภัณฑ์เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองต่อความต้องการแก่ลูกค้า ทาง กายภาพ และสามารถสรุปลักษณะงานบริการที่สำคัญได้ 4 ประการ ดังนี้

1.ไม่สามารถจับต้องได้ (intangibility) บริการไม่สามารถจับต้องได้ ดังนั้นกิจการต้องหา หลักประกันที่แสดงถึงคุณภาพและประโยชน์จากบริการ ได้แก่

1.1 สถานที่ (place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ที่มาใช้บริการ

1.2 บุคคล (people) พนักงานบริการต้องแต่งตัวให้เหมาะสม บุคลิกดี พุดจาดี เพื่อให้ลูกค้า

เกิดความประทับใจและเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการจะดีด้วย  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของสำนักงานเพื่อการศึกษาเพื่อพัฒนา ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 เครื่องมือ (equipment) อุปกรณ์เกี่ยวข้องกับการให้บริการต้องมีประสิทธิภาพ ให้บริการรวดเร็วและให้ลูกค้าพอใจ

1.4 วัสดุสื่อสาร (communication material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของการบริการที่เสนอขายและลักษณะของลูกค้า

1.5 สัญลักษณ์ (symbols) ชื่อ หรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการบริการเพื่อให้ผู้บริโภค เรียกได้ถูกต้อง และสื่อความหมายได้

1.6 ราคา (price) การกำหนดราคา ควรเหมาะสมกับระดับการให้บริการที่ชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่าง

คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) จะมีลักษณะ ดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสม เพื่อแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า

2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้า เข้าใจง่าย

3. ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญและมีความรู้ ความสามารถในงาน

4. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความ ไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

5. ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นกันเอง

6. ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง

7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

8. ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้อันปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหา

9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับและทำให้เขาสามารถ คาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าวได้

10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/ knowing customer) พนักงานต้องพยายาม เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

เจนจิรา ภาคบุบผา (2561) ได้ให้ความหมายคุณภาพการให้บริการว่า ความต้องการของ ลูกค้าและสิ่งมีชีวิตระดับการบริการที่ผู้บริโภคนั้นคาดหวังขณะที่ส่งมอบบริการ

เบญชภา แจ้งเวชฉาย (2561) ได้ให้ความหมายการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ เป็นหนทาง หนึ่งที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จท่ามกลางการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อธุรกิจที่ให้บริการมี

รูปแบบการให้บริการที่คล้ายคลึงกันและตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน ดังนั้นการเน้นคุณภาพการบริการจึง เป็นวิธีที่จะสร้างความแตกต่างให้องค์กรได้และความแตกต่างนี้จะนำมาซึ่งการเพิ่มพูน ของผู้บริโภค

พนิดา เพชรรัตน์ (2556) คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขั้นได้

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า คุณภาพการบริการ คือ การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพให้กับลูกค้า การบริการที่มีประสิทธิภาพนั้นจะช่วยส่งผลให้เกิดเป็นบริการที่มีคุณภาพ และคุณภาพการบริการถือเป็นเครื่องชี้วัดการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า

## 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารแบบบอกต่อ

ธุรกิจในปัจจุบันเริ่มให้ความสำคัญกับการสื่อสารแบบบอกต่อ เพราะการสื่อสารแบบบอกต่อมี อิทธิพลมาจากความประทับใจในสินค้าหรือบริการนั้นจึงต้องการบอกเล่าประสบการณ์และผลลัพธ์ไปยังบุคคลอีกบุคคลหนึ่ง วิธีการสื่อสารแบบบอกต่อมีอิทธิพลในการจูงใจและโน้มน้าวลูกค้าให้เกิดความสนใจได้ (Solomon, 2011)

Buzz Marketing คือ กลยุทธ์ในการบอกต่อข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง เป็นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารโดยการบอกต่อกันไปเรื่อย ๆ จนทำให้การสร้างประสิทธิภาพในการกระจายข่าวสารและข้อมูลได้เป็นอย่างดี Buzz Marketing แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. Word of Mouth Marketing หรือการสื่อสารแบบปากต่อปากจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง หรืออีกกลุ่มหนึ่ง พฤติกรรมดังกล่าวทำให้ข้อมูลหรือข่าวสารเป็นเรื่องที่คนพูดถึง หรือ Talk of the town

2. Viral Marketing คือการส่งข้อมูลต่อกันโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น E-mail และ Facebook การใช้วิธีส่งข่าวสารหรือข้อมูลผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันมีความก้าวหน้าและแพร่หลายอย่างกว้างขวางในเวลาที่รวดเร็ว การพัฒนาระบบเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์และ Internet ให้ มีความล้ำหน้ามากขึ้น ยิ่งทำให้การกระจายข้อมูลในรูปแบบ Viral Marketing มีประสิทธิภาพมากขึ้น (Rozen, 2002)

การตลาดแบบปากต่อปากเป็นวิธีการที่สามารถขยายหรือกระจายข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว โดยการบอกต่อกันเป็นทอดๆ มีขอบเขตการบอกกันในครอบครัว คนรู้จักและกลุ่มเพื่อนเป็นกลยุทธ์ที่สามารถสร้างการเติบโตให้กับธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้นได้ (Lake, 2010)

อิทธิพลการสื่อสารด้วยวิธีการบอกต่อเป็นการสื่อสารระหว่างสองคนขึ้นไปเป็นวิธีการการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข้อเสนอแนะ ประสบการณ์และความรู้สึกระหว่างกันวิธีการสื่อสารแบบบอกต่อ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการหรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นอย่างดี (Assael, 1988)

การบอกต่อข้อมูลของสินค้าและบริการจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง และขยายวงกว้างออกไปเรื่อย ๆ เป็นวิธีการที่ไม่ต้องใช้งบประมาณซึ่งในขณะเดียวกันการบอกต่อเป็นการบอก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์บุรีรัมย์ ห้ามเผยแพร่หรือทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มูลจะควบคุมยาก ลูกกลมไปเหมือนไฟป่า ดังนั้นการตลาดที่ดีต้องรู้จักวิธีการควบคุมข้อมูลของสินค้า หรือบริการนั้นก่อนจะก่อกระแสการบอกต่อ (Douglas & Vavra, 2006)

การขอคำแนะนำหรือปรึกษาจากเพื่อนฝูงเป็นการสื่อสารแบบปากต่อปากที่มีความน่าเชื่อถือมากกว่าพนักงานขายของ ทั้งในเรื่องของความจริงใจและความรวดเร็ว ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อถือต่อข้อมูล เพราะการสื่อสารแบบบอกต่อไม่ได้ทำเพื่อการค้า บุคคลที่ให้ข้อมูลก็ไม่มีส่วนร่วมของผลประโยชน์นั้น และเป็นการให้ข้อมูลที่นอกเหนือการควบคุมของเจ้าของสินค้า (Silverman, 2001, p. 19)

เรื่อง “รูปแบบหลายขั้นตอนของอิทธิพลการสื่อสารแบบปากต่อปาก (word of mouth) ผ่านทางตลาดแบบไวรัส (Viral Marketing)” ซึ่งผู้วิจัยกล่าวว่า ขั้นตอนการสื่อสารแบบปากต่อปากมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างแท้จริง และถือเป็นวัฒนธรรมในสังคมออนไลน์ด้วยการสื่อสารแบบปากต่อปากมีอิทธิพลต่อการกระบวนกรตัดสินใจซื้อในแต่ละขั้น ผู้วิจัยพบว่าทางด้านสังคมมีผลต่อพฤติกรรมของผู้รับข่าวสารในแต่ละขั้นของกระบวนการตัดสินใจซื้อ การวิจัยนี้พบว่าจุดแข็งของแหล่งอ้างอิงบนอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดความสะดวก การรับรู้ ความพอใจ และความสนใจจากผู้รับซึ่งผู้บริโภคจะทำการค้นหาข้อมูลจากแหล่งผู้เชี่ยวชาญ หรือจากแหล่งข้อมูลในลักษณะแบบปากต่อปากเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อ (Bruyn & Lilien, 2005)

เรื่อง “การสื่อสารแบบปากต่อปากบนอินเทอร์เน็ต” มีผลกระทบของการแลกเปลี่ยนความรู้บนออนไลน์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภคบนมูลค่าและความจงรักภักดีต่อตราสินค้า ซึ่งงานวิจัยนี้ให้ความสนใจ เรื่องผลกระทบของลักษณะเฉพาะของการสื่อสารแบบปากต่อปากบนอินเทอร์เน็ต การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภคบนความรู้ถึงมูลค่าในตัวสินค้าของผู้บริโภคและความภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งจากการสำรวจผู้วิจัยแนะนำว่าการแลกเปลี่ยนความรู้ของผู้บริโภค มีผลกระทบต่อรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับมูลค่าสินค้า และเป็นสิ่งที่สนับสนุนสินค้า แต่ไม่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค ในส่วนของโอกาสในการซื้อนั้นจะไม่มีผลกระทบต่อแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งขณะที่ยังคงมีความสามารถในการซื้อจะมีผลกระทบต่อแลกเปลี่ยนความรู้ (Gruen, Osmonbekov, Andrew & Czaplewski, 2005)

การศึกษางานวิจัยเรื่องการสื่อสารแบบปากต่อปากโดยวัดจากการพิจารณาการพูดในเชิงบวกเกี่ยวกับบริษัทกับบริษัทอื่น หรือบริษัทกับบุคคลอื่น แนะนำบริษัทให้คนอื่นที่ต้องการคำแนะนำ สนับสนุนเพื่อนหรือผู้เกี่ยวข้องในการทำธุรกิจกับบริษัท หรือเคยแนะนำบริษัทให้กับบุคคลอื่นหรือไม่ โดยสามารถ สรุปลักษณะของการสื่อสารแบบบอกต่อ ได้ดังนี้

1. การแนะนำต่อการสื่อสารแบบบอกต่อเป็นเครื่องมือที่มีพลังมาก โดยลูกค้าจำนวนครึ่งหนึ่งมีการแนะนำสินค้าไปสู่บุคคลอื่น และลูกค้าเหล่านี้สามารถทำอะไรให้แก่บริษัท เนื่องจากลูกค้ามีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น และรักษาความจงรักภักดี จากการสำรวจพฤติกรรมลูกค้า พบว่าร้อยละ 80 ของลูกค้าในแต่ละบริษัทมีการเสนอแนะสินค้าให้บุคคลอื่นต่อ มีเพียงร้อยละ 20 ที่มีแค่การสอบถาม การอ้างอิง เป็นสิ่งที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากการอ้างอิงเกิดความจริงซึ่งมีประโยชน์ต่อบริษัท และผู้อ้างอิงไม่

เกี่ยวข้องกับบริษัท ผู้อ้างอิงที่ดีจะมีความสนใจในการช่วยเหลือลูกค้าที่มีศักยภาพ การสื่อสารแบบบอกต่อ สามารถเร่งความเร็วในการยอมรับสินค้าและการใช้บริการของลูกค้า เป็นการอ้างอิงที่มั่นคงที่สุด จากการศึกษาในเรื่อง การสื่อสารแบบบอกต่อของผู้วิจัยหลายท่าน พบว่าร้อยละ 50-80 ในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการจะเกิดจากอิทธิพลของการสื่อสารแบบบอกต่อ

2. การพูดเชิงบวก Gremler & Brown (1996) ได้ศึกษาพบว่า ลูกค้าที่บอกต่อคนอื่นด้วยเชิงบวกจะกลายเป็นลูกค้าที่มีความจงรักภักดี ดังนั้น WOM จะมีประโยชน์ในการรักษาลูกค้าเท่ากับการหา ลูกค้าใหม่ด้วย และจะมีความน่าเชื่อถือมากกว่าคำกล่าวอ้างในโฆษณาและเมื่อสินค้าหรือการบริการ ของบริษัทถูกโจมตีจากคนอื่นลูกค้าที่จงรักภักดีจะทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงปกป้องชื่อเสียงของ บริษัทและสินค้า หรือการบริการของบริษัท (Price & Arnould, 1999)

## 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ

ยุคที่สมาร์ทโฟนเริ่มเบ่งบาน เริ่มมีผู้พัฒนาระบบการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชัน เพื่อจะนำมาใช้ทดแทน SMS banking ที่จากเดิมทำได้แค่แจ้งเตือนเงินเข้า – ออก และทำรายการง่าย ๆ กลายมาเป็นการพัฒนาแอปพลิเคชันที่ทำรายการต่าง ๆ ได้มากขึ้นผ่านอินเทอร์เน็ตที่ทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ Mobile Banking เกิดขึ้นครั้งแรกใน ประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2543 โดยการร่วมมือกันระหว่างธนาคารกสิกรไทย และ บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ Dtac ทำการพัฒนาระบบบริการทางการเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชันภายใต้บริการ TFB e-Mobile Banking ผ่านระบบ SMS เป็นสื่อกลางเปิดให้บริการเฉพาะตามยอดบัญชีและโอนเงินระหว่างบัญชีของผู้ใช้บริการ ต่อมาในปี พ.ศ. 2545 Mobile Banking ได้ถูกนำมาให้บริการภายใต้เทคโนโลยี WAP (Wireless Application Protocol) โดยมีธนาคารทหารไทย ธนาคารกรุงเทพ และธนาคารไทยพาณิชย์เป็นผู้ให้บริการหลักในตลาด โดยมีจุดประสงค์เดียวกันคือเพื่อลดข้อจำกัดทางการให้บริการ จากอดีตการให้บริการทางธุรกรรมทางการเงินต้องทำรายการที่ธนาคารเพียงอย่างเดียว ต่อมาได้มีการพัฒนาโดยการนำเอาเทคโนโลยี Mobile Banking มาให้บริการเพื่อลดข้อจำกัดทางด้าน วัน เวลา และสถานที่ การให้บริการ Mobile Banking ยังช่วยลดต้นทุนที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับระบบการทำงานแบบเดิมและยังสามารถเพิ่มการบริการต่าง ๆ

ในปัจจุบันธนาคารในบ้านเราเกิดกระแสตื่นตัวเรื่องการให้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นอย่างมาก หรือที่เรามักเรียกกันว่า Mobile Banking เนื่องจากมีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านบริการ Mobile Banking เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ จากสถิติของธนาคารแห่งประเทศไทย ธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile Banking และ Internet Banking พบว่า จำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ , ปริมาณรายการที่ทำธุรกรรม, และมูลค่ารายการ มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในเดือน

มิถุนายน 2555 มีจำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ Internet Banking ทั้งหมด 6,051,554 บัญชี  
ไม่ต่ำกว่าปริมาณรายการที่ทำธุรกรรมจำนวน 10,299 รายการ และมีมูลค่ารายการ 1,239 พันล้านบาท ใน

ขณะเดียวกันการทำธุรกรรมผ่านบริการ Mobile Banking มีมูลค่ารายการเพียง 35 ล้านบาทเท่านั้น แต่ในอนาคตอันใกล้ การชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ Mobile Banking มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นจากการที่บริษัทกูเกิลเปิดตัว Google Wallet ในปีที่ผ่านมา เพื่อใช้โทรศัพท์ที่รองรับการสื่อสารแบบ Near Field Communication (NFC) และใช้ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ เป็นเหมือนกระเป๋าตังค์อิเล็กทรอนิกส์ที่ชำระเงินได้ตาม จุดเครื่องอ่านตามร้านค้าที่รองรับ ซึ่งในปัจจุบันมีการให้บริการในประเทศสหรัฐอเมริกาเท่านั้น แต่อาจจะขยายการให้บริการมาถึงประเทศไทยในไม่ช้า ดังนั้นเราควรทำความรู้จักกับ Mobile Banking เพื่อให้ทราบว่าคืออะไร และสามารถทำอะไรได้บ้าง

Mobile Banking คือ การทำธุรกรรมต่าง ๆ กับธนาคาร โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น การฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน หรือ สอบถามยอดเงิน เป็นต้น อาจเรียกด้วยชื่ออื่น เช่น E-Banking, Online Banking (ธนาคารออนไลน์), Electronic Banking (ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์), Cyber Banking (ธนาคารไซเบอร์) เป็นต้น ประเภทของ Internet Banking สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) ให้บริการผ่าน Mobile Application บริการสำหรับธนาคารที่ให้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต มีบริการ อาทิ

- บริการโอนเงินระหว่างบัญชีของผู้ใช้บริการเอง หรือการโอนเงินไปยังบุคคลอื่น
- บริการสอบถามสถานะเช็ค
- บริการอายัดเช็ค
- บริการสอบถามรายการเคลื่อนไหวในบัญชี
- บริการสอบถามรายการชำระ
- บริการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชี
- บริการชำระค่าสินค้าหรือบริการ
- บริการชำระค่าบัตรเครดิต
- บริการขอสินเชื่อ

2) ให้บริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ธนาคารที่ให้บริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ มีบริการ อาทิ

- บริการเอทีเอ็ม (ATM)
- บริการสมาร์ทการ์ด (Smart Card)

การให้บริการของ Mobile Banking ยังไม่หมดเพียงเท่านี้ ในอนาคตการให้บริการของ Mobile Banking ยังสามารถพัฒนาได้อีกเรื่อย ๆ เพื่อรองรับความต้องการในการใช้บริการของผู้ใช้บริการ Mobile Banking ที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจาก Mobile Banking ทำให้เกิดความสะดวกเร็วและสะดวกสบายในการทำธุรกรรมมากขึ้น อีกทั้งยังประหยัดทรัพยากรอีกด้วย (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือช่วยคุณจัดการเรื่องการเงินในรูปแบบต่าง ๆ โฆษณาแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) ให้บริการ

- สอบถามยอดในบัญชี
- ดูรายการธุรกรรมย้อนหลังได้
- โอนเงิน/ ชื้อ สินค้าและบริการ

\*หลังจากทำการรายการเรียบร้อยแล้ว สามารถส่ง SMS แจ้งการโอนเงินไปยังผู้รับ และบันทึกใบบันทึกรายการได้ฟรี (ตู้ ATM เคลื่อนที่นั่นเอง)

- เติมเงินโทรศัพท์มือถือค่ายต่าง ๆ
- ทำธุรกรรมอื่น ๆ เกี่ยวกับบัญชี
- Function เสริมการทำงานเพื่ออำนวยความสะดวกแตกต่างกันไปในแต่ละธนาคาร

**ข้อดี ข้อเสีย ของโฆษณาแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application)**

(“ETOPs: มาทำความรู้จัก Mobile Banking”, 2558)

#### ข้อดี

- ทุกธนาคารมีให้บริการ
- ฟรีไม่มีค่าธรรมเนียมการโอนระหว่างจังหวัด ไม่มีรายเดือน รายปี
- ไม่ต้องต่อแถว ไม่ต้องเข้าคิว ใช้งานที่ไหนก็ได้
- ประหยัดเวลา ทำหลากหลายธุรกรรม เพียงแค่คลิก
- Real-time Update ทำธุรกรรมวันนี้ มีผลวันนี้ทันที

#### ข้อเสีย

- ขั้นตอนการสมัครยุ่งยาก (เพื่อความปลอดภัยทางการเงินของผู้ใช้เอง)
- ต้องเชื่อมต่อ Internet ในการเข้าใช้งาน
- มีความเสี่ยงการถูกโจรกรรม จาก Website ปลอม, Call-Center เกือบ, เพื่อขโมยข้อมูล

## 2.7 ทฤษฎีเกี่ยวกับความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยี

ความหมายและนิยามของการยอมรับเทคโนโลยี สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) ได้กล่าวถึงการยอมรับเทคโนโลยีว่า เป็นการอธิบายถึงวิธีการและเหตุผลของแต่ละบุคคลในการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่เพื่อพยากรณ์พฤติกรรมบุคคลในการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศที่นำไปสู่การให้คำอธิบาย และสร้างความเข้าใจในอิทธิพลของปัจจัยที่ก่อให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยี อัครเดช ปิ่นสุข และนิตนา ฐานิตธนกร (2559) ได้กล่าวถึงการยอมรับเทคโนโลยีว่า เป็นการวางแผนการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ โดยผู้ใช้มีการคิดวิเคราะห์วางแผนที่จะเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีใหม่และเมื่อผู้ใช้ได้ทดลองใช้งานแล้วพอใจจึงเกิดการยอมรับเทคโนโลยีใหม่นั้น เกวรินทร์

เอกสารนิตเนตและนิตนา ฐานิตธนกร (2559) ได้กล่าวถึงการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นพฤติกรรมของไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ใช้ที่ทำความเข้าใจในเทคโนโลยีและตระหนักถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องจึงตัดสินใจยอมรับเทคโนโลยีนั้นไปประยุกต์ใช้

Venkatesh, Davis and Morris (2003) กล่าวว่า ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการอธิบายปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการให้บริการโมบายแบงก์กิ้งโดยอธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและใช้งานเทคโนโลยี 4 ปัจจัย ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ โดยการที่ผู้ใช้งานรู้สึกว่าการใช้เทคโนโลยีที่ใช้นั้นสามารถลดระยะเวลาในการทำงาน และเป็นประโยชน์ต่อการทำงาน ความคาดหวังในความพยายาม ซึ่งเป็นระดับการรับรู้ในความง่ายของการใช้งานเทคโนโลยีการทำงานร่วมกัน หรือสามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ง่ายสะดวกไม่ซับซ้อน ไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการใช้งาน

Park & Kim (2014) ได้กล่าวถึงการยอมรับเทคโนโลยีว่า เป็นระดับความเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีใหม่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบุคคลได้โดยที่ผู้ใช้ไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการเรียนรู้โดยที่การรับรู้ความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานนั้นจะส่งผลต่อพฤติกรรมการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี Camarero, Antón & Rodríguez (2013) ได้กล่าวถึงการยอมรับเทคโนโลยีว่า เป็นการอธิบายถึงการยอมรับและตั้งใจใช้เทคโนโลยีใหม่ของบุคคลซึ่งเกิดจากบุคคลรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ โดยบุคคลสามารถเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีใหม่ได้ด้วยตนเอง ลักษณะของการยอมรับเทคโนโลยี การยอมรับของผู้บริโภคที่มีต่อนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Adoption and Innovation Theory) เรียกว่า กระบวนการยอมรับ ซึ่งกล่าวถึงพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกถึงการยอมรับและนำไปปฏิบัติโดยแบ่งเป็น 5 ขั้นตอน (Roger & Shoemaker, 1978)

ขั้นที่ 1 รับรู้ (Awareness Stage) เป็นขั้นแรกที่น่าไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธวิธีการใหม่ๆ (นวัตกรรม) ที่เกี่ยวข้องกับบริการประกอบอาชีพ หรือกิจกรรมของบุคคลนั้นซึ่งยังไม่มีความรู้ลึกซึ้งเกี่ยวกับเนื้อหาหรือคุณประโยชน์ของนวัตกรรมนั้น ๆ ทำให้เกิดความอยากรู้และแก้ปัญหาที่ตนเองมีอยู่

ขั้นที่ 2 สนใจ (Interest Stage) เป็นขั้นที่เริ่มมีความสนใจหารายละเอียดเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ๆ เพิ่มเติม และในขั้นนี้จะทำให้ได้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใหม่ๆ มากขึ้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพ ค่านิยม ตลอดจนบรรทัดฐานทางสังคม หรือประสบการณ์ของบุคคลนั้น

ขั้นที่ 3 ประเมินค่า (Evaluation Stage) เป็นขั้นที่จะได้ไตร่ตรองถึงประโยชน์ในการลองใช้วิธีการหรือวิทยาการใหม่ๆ โดยมีการเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย หากนำมาใช้แล้วจะเกิดประโยชน์ต่อตนเองหรือไม่ โดยทั่วไปมักจะคิดว่าเป็นการเสี่ยงในการใช้วิทยาการใหม่ๆ และไม่แน่ใจถึงผลที่จะได้รับ ในขั้นนี้จึงต้องมีการสร้างแรงผลักดัน (Reinforcement) เพื่อให้เกิดความแน่ใจถึงคุณค่า รวมถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้วิทยาการใหม่

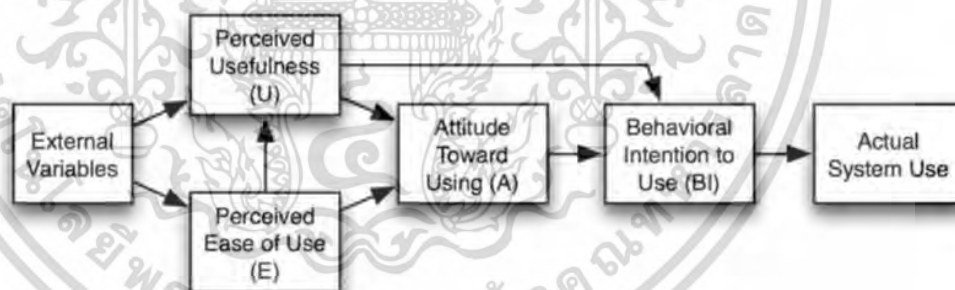
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นที่ 4 ทดลอง (Trial Stage) เป็นขั้นที่เริ่มทดลองกับคนบางส่วนก่อนเพื่อตรวจสอบผลลัพธ์โดยใช้วิธีการใหม่ให้เข้ากับสถานการณ์ในขณะนั้น ซึ่งผลการทดลองจะมีความสำคัญต่อการตัดสินใจที่จะปฏิเสธหรือยอมรับต่อไป

ขั้นที่ 5 ยอมรับ (Adoption Stage) เป็นขั้นที่ปฏิบัตินำไปใช้จริงซึ่งบุคคลยอมรับวิทยากรใหม่ๆ ว่าเป็นประโยชน์ในสิ่งนั้นแล้ว

### แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีที่คิดค้นโดย Davis (1989 อ้างใน Zhang, Nyheim & Mattila, 2014) เป็นทฤษฎีที่นิยมใช้กันแพร่หลายในการวัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยีจึงถูกนำมาใช้อธิบายพฤติกรรมของผู้ใช้งานเทคโนโลยีอย่างกว้างขวาง วัตถุประสงค์ของการใช้แบบจำลองคือเพื่ออธิบายถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับหรือการตัดสินใจใช้เทคโนโลยีใหม่สำหรับพยากรณ์ การใช้งานระบบสารสนเทศ แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) (Davis, 1989 อ้างใน Zhang, Nyheim & Mattila, 2014) ถูกพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) (Ajzen & Fishbein, 1972) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีหรือพฤติกรรมของผู้ใช้ ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) และการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness) ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานของการยอมรับเทคโนโลยี



ภาพที่ 2.1 Technology Acceptance Model (TAM)

ที่มา : Davis, 1989

**การรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน (Perceived Usefulness)** การรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน หมายถึง การรับรู้เทคโนโลยีที่นำมาใช้นั้นก่อให้เกิดประโยชน์ และเทคโนโลยีนั้นเสนอทางเลือกที่มีคุณค่าสำหรับการใช้งานในการปฏิบัติงานเดียวกัน ถ้าใช้เทคโนโลยีใหม่จะทำให้ได้งานที่มีคุณภาพดีขึ้น หรือทำงานให้เสร็จเร็วขึ้น ในการวิจัยครั้งนี้การรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งานของเอกสารนี้ ผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการ หมายถึง การใช้ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการทางการเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชันทำให้การทำธุรกรรมทางการเงินง่าย ดี และมีประโยชน์ เมื่อเปรียบเทียบกับการทำรายการผ่านตู้ ATM หรือ Internet Banking

**การรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน (Perceive Ease of Use)** การรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน หมายถึง การรับรู้ว่าเทคโนโลยีนั้นใช้งานง่าย สะดวก ไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการทำความเข้าใจ หรือเรียนรู้ เทคโนโลยีที่ไม่ซับซ้อนมักได้รับการยอมรับจากผู้ใช้งาน ในการวิจัยครั้งนี้ความง่ายของการใช้งานของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการ หมายถึง โมบายแอปพลิเคชันในการใช้บริการทางการเงินมีความชัดเจน เข้าใจง่าย ง่ายต่อการใช้งาน

**ความปลอดภัย (Security)** จากการศึกษาของ Nochai R. & Nochai T. (2013) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของ Internet Banking กับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าความปลอดภัยของการบริการ เช่น ระบบจัดให้มีการป้องกันเพื่อความปลอดภัยในการทำธุรกรรม ผู้ใช้งานต้องรู้สึกถึงความปลอดภัยเมื่อใช้งานระบบ อีกทั้งยังสามารถตรวจสอบธุรกรรมย้อนหลังได้ตลอดเวลา ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในการวิจัยครั้งนี้ความปลอดภัยของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการ หมายถึง โมบายแอปพลิเคชันของธนาคารมีความปลอดภัย เช่น สามารถเก็บรักษาข้อมูลของผู้ใช้งานจากการเข้าถึงของบุคคลที่สามได้ สามารถตรวจสอบรายละเอียดการใช้บริการทางการเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชันย้อนหลังได้ตลอดเวลา เป็นต้น รวมถึงความน่าเชื่อถือของโมบายแอปพลิเคชันในการใช้บริการทางการเงิน

Ooi & Tan (2016) ได้ทำการพัฒนาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ ซึ่งพัฒนามาจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) เพื่อให้ครอบคลุมการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้โทรศัพท์มือถือโดยเฉพาะ เรียกว่า แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ (Mobile Technology Acceptance Model: MTAM) มีทั้งสิ้น 6 ปัจจัย ได้แก่การรับรู้ความเข้ากันได้ (Perceived Compatibility) การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) การรับรู้ทรัพยากรทางการเงิน (Perceived Financial Resource) การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Perceived Security Risk) การรับรู้ความไว้วางใจ (Perceived Trust) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายพฤติกรรมความตั้งใจใช้เทคโนโลยีและปัจจัยที่ทำให้เกิดการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ นอกจากนี้ปัจจัยพื้นฐานจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีแล้วยังมีการรับรู้ความไว้วางใจและตระหนักถึงการใช้อุปกรณ์มือถือทำธุรกรรมทางการเงินที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ ซึ่งแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือทั้ง 6 ปัจจัย มีรายละเอียดดังนี้ การรับรู้ความเข้ากันได้คือ ปัจจัยที่กำหนดการรับรู้

เอกสารนี้...  
ในแต่ละบุคคลว่าเทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และเป็นปัจจัยที่

ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้ด้วยการแสดงถึงระดับที่ผู้ใช้สามารถรับรู้ได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศด้วยระดับที่ผู้ใช้เชื่อว่าไม่ต้องอาศัยความพยายาม (Free of Effort) ในการใช้งาน ความหมายคือ หากผู้ใช้ไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการใช้งานผู้ใช้จะรับรู้ว่าคุณเทคโนโลยีนั้นสามารถนำมาใช้งานได้ง่ายและส่งผลให้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้จริง การรับรู้ทรัพยากรทางการเงิน คือปัจจัยที่ทำให้ผู้บริหารรับรู้ถึงทรัพยากรทางการเงิน และยอมรับการทำธุรกรรมที่จะเกิดขึ้นเมื่อใช้เทคโนโลยีในการทำธุรกรรม การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย คือ ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริหารรับรู้ความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งอาจเป็นความเสี่ยงในการสูญเสียข้อมูลที่เป็นความลับ หรือข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้อาจถูกเปิดเผยเมื่อมีการทำธุรกรรมเกิดขึ้น การรับรู้ความไว้วางใจ คือปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี

Sinha & Mukherjee (2016) ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของสาขาปิด: กรณีศึกษาชาวอินเดีย (Acceptance of Technology, Related Factors in Use Off Branch E-Banking: An Indian Case Study) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) การแพร่กระจายของ นวัตกรรม (Diffusions of Innovation) และความน่าเชื่อถือ (Trustworthiness) โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาตัวกำหนดปัจจัยที่มีผลกระทบ เช่น การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) การรับรู้การใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use) การรับรู้ความซับซ้อน (Perceived Complexity) การรับรู้ความไว้วางใจในธนาคาร (Perceived Trust on Bank) การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) และการรับรู้ความไว้วางใจในเทคโนโลยี (Perceived Trust on Technology) ที่มีผลกระทบต่อความตั้งใจใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Banking)

## 2.8 พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560

ร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ฉบับใหม่ ได้ผ่านการเห็นชอบจากสภานิติบัญญัติแห่งชาติ เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม พ.ศ. 2559 ซึ่งได้มีการประกาศลงในราชกิจจานุเบกษาแล้ว เมื่อวันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2560 โดยมีชื่อว่า “พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560” (พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ ปี พ.ศ. 2560)

ทั้งนี้ในมาตรา 2 ของพระราชบัญญัตินี้ ได้ระบุไว้ให้บังคับใช้เมื่อพ้นกำหนด 120 วัน นับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษา ซึ่งหมายความว่า จะบังคับใช้ภายใน 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2560 เป็นต้นไป

พ.ร.บ. ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ปี 2560 คือร่างแก้ไขของ พ.ร.บ ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ปี พ.ศ. 2550 ที่ถูกปรับปรุงให้ทันสมัย เพื่อให้เหมาะสมกับเวลา และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป ดังนั้นโครงสร้างของกฎหมายสองฉบับจึงเหมือนกันเป็นส่วนใหญ่

และกฎหมายทั้งสองฉบับก็ต้องมีส่วนที่แตกต่างกันอยู่หลายประเด็น พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ปี พ.ศ. 2560 ถูกเริ่มร่างเมื่อปี พ.ศ. 2558 และยังคงแก้ไขต่อเนื่องมาถึงปีพ.ศ. 2559 ดังนั้น พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ปี พ.ศ. 2558 ก็คือฉบับเดียวกันกับ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ปี 2560 นั่นเอง

### สาระสำคัญของพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2560

การประชุมสภานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) วันที่ 28 เมษายน 2559 มีการพิจารณาร่าง พ.ร.บ.ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็น พ.ร.บ.ที่ปรับปรุงเนื้อหาบางส่วนที่อยู่เดิมใน พ.ร.บ. ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ทั้งนี้ใน พ.ร.บ.ฉบับนี้ระบุถึงเหตุผลที่ต้องมีการแก้ไข พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ฉบับปัจจุบันว่า “พ.ร.บ.ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 มีบทบัญญัติบางประการที่ไม่เหมาะสมต่อการป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน ซึ่งมีรูปแบบการกระทำความผิดที่มีความซับซ้อนมากขึ้นตามพัฒนาการทางเทคโนโลยี ซึ่งเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว” สำหรับเนื้อหาของ พ.ร.บ.ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ดังกล่าว มีสาระสำคัญดังนี้ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2559)

#### 1. สาเหตุที่ต้องปรับปรุงกฎหมาย

ร่างพระราชบัญญัตินี้มีทั้งสิ้น 21 มาตรา ได้ตราขึ้นเพื่อแก้ไขพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีเจตนารมณ์เพื่อกำหนดฐานความผิดและบทลงโทษสำหรับผู้ร้ายหรือบุคคลใดก็ตามที่เจาะทำลาย หรือทำอย่างหนึ่งอย่างใดกับระบบคอมพิวเตอร์หรือข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือใช้ระบบคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการกระทำความผิด เช่น ส่งคำสั่งเข้าไปฝัง ตัว แล้วส่งคำสั่งไปถล่มระบบคอมพิวเตอร์ของผู้อื่น และความร้ายแรงสุดของการกระทำในลักษณะนี้คือ การกระทำต่อองค์กรหรือหน่วยงานที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานสำคัญของประเทศ เช่น ระบบของธนาคาร พาณิชยกรรม ระบบสาธารณสุข (น้ำ ไฟฟ้า) ระบบพลังงาน ระบบควบคุมการบินทางอากาศหรือระบบของโรงพยาบาล เป็นต้น ซึ่งบางครั้งไม่ใช่เพียงแต่ทำให้ระบบล่มหรือใช้ไม่ได้เท่านั้น แต่อาจถึงขั้นทำให้มีคนเสียชีวิตได้ หรือที่เรียกกันว่าเป็นไซเบอร์แอทแทค (Cyber Attack) อันเข้าข่ายเป็นการทำลายล้างกันทางออนไลน์หรือทางไซเบอร์ที่อาจส่งผลกระทบต่อในระดับประเทศที่ไม่อาจคาดคิดก็เป็นได้

นอกจากนั้นพระราชบัญญัตินี้ก็ยังได้กำหนดให้รองรับการฉ้อโกง หรือหลอกลวงกันทางอินเทอร์เน็ต และความผิดฐานเผยแพร่เนื้อหาที่ผิดกฎหมาย หรือที่มีลักษณะอันลามกที่ส่งผลกระทบก่อให้เกิดปัญหาสังคมมากมายตามมา อีกทั้งยังได้กำหนดให้มีการแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่ ซึ่งคาดหวังให้ได้คนเก่ง คนดีมีฝีมือทางเทคนิคมาช่วยสนับสนุนการทำงานของพนักงานตำรวจ หรือพนักงานสอบสวนในการดำเนินคดีต่อไป แต่พอใช้บังคับมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 ก็พบว่า มีปัญหาการบังคับใช้ในหลายประเด็นด้วยกัน เช่น ไม่ว่าจะป้อนข้อมูลใด ๆ หรือกระทำผิดใด ๆ ผ่านทาง

อินเทอร์เน็ต ก็มักจะมีการพ่วงเอาพระราชบัญญัติการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์มาตรา 14

(1) ไปดำเนินคดีหรือฟ้องคดีด้วย ทั้ง ๆ ที่ในมาตรานี้ กำหนดให้ใช้กับการกระทำความผิดในเรื่อง

ฉ้อโกง หรือหลอกลวงกันทางออนไลน์ แต่เมื่อมาตรานี้กำหนดสาระสำคัญว่า “ผู้ใดกระทำความผิดด้วยการนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ปลอมไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน หรือข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จโดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายแก่ผู้อื่นหรือประชาชน” จึงเป็นเหตุให้มีการอ้างมาตรานี้ฟ้องร้องคดีกันเป็นจำนวนมาก อันกระทบต่อเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นโดยสุจริต หรือกระทบต่อกลไกการตรวจสอบการทำงานของภาคประชาสังคมในบางครั้ง จึงได้มีการแก้ไขกฎหมายให้สามารถใช้บังคับได้ตรงตามเจตนารมณ์และให้สามารถใช้บังคับให้รัดกุมได้มากขึ้น รวมทั้งการเพิ่มกลไกของการกลั่นกรองเนื้อหาก่อนเสนอรัฐมนตรี และเสนอให้ศาลพิจารณาเพื่ออนุญาตให้มีการระงับการแพร่หลายของเนื้อหาหรือข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่มีลักษณะขัดต่อกฎหมาย หรือที่ขัดความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน รวมไปถึงการแก้ไขเพื่อให้ครอบคลุมไปถึงเรื่องการแก้ปัญหาทางการทำงานปฏิบัติของ พนักงานเจ้าหน้าที่ ซึ่งบางครั้งไม่อาจสนับสนุนพนักงานเจ้าหน้าที่ซึ่งแต่งตั้งหรือมีอำนาจหน้าที่ตาม กฎหมายฉบับอื่น ๆ เพราะมีพระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ห้ามเอาไว้วัว เพราะเดิมกลัวว่าพนักงาน เจ้าหน้าที่ซึ่งมีความรู้ความเชี่ยวชาญในการติดตามร่องรอยหรือการพิสูจน์พยานหลักฐานทางคอมพิวเตอร์ และถูกแต่งตั้งตามพระราชบัญญัติการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์นั้นจะใช้อำนาจในทางมิชอบ แต่ก่อให้เกิดข้อจำกัดอย่างมากในทางปฏิบัติ เพราะไม่สามารถใช้ความรู้ ความสามารถสนับสนุนการดำเนินคดีตามกฎหมายอื่น ๆ ได้เลย

## 2. สาระสำคัญของร่างพระราชบัญญัติที่มีการแก้ไข

### 2.1 ร่างมาตรา 2 กำหนดให้กฎหมายมีผลใช้บังคับภายใน 120 วัน

2.2 แก้ไขร่างมาตรา 11 กำหนดเกี่ยวกับเรื่องการส่งข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ (Spam) แก่ผู้รับ โดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับปฏิเสธการตอบรับได้โดยง่ายนั้นเป็นความผิด และให้รัฐมนตรีกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กำหนดเกี่ยวกับลักษณะและวิธีการส่ง ลักษณะและปริมาณของข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ว่าอย่างใดจึงเป็นลักษณะของความเดือดร้อนรำคาญ และปัจจุบันพบว่า บางครั้งการส่ง Spam นั้น มักมีการฝังชุดคำสั่งไม่พึงประสงค์หรือซั้วร้าย (Malware) มายังผู้รับด้วย

2.3 แก้ไขร่างมาตรา 12 และเพิ่มมาตรา 12/1 ซึ่งกำหนดเกี่ยวกับการปกป้องโครงสร้างพื้นฐานสำคัญของประเทศ (Critical Infrastructure) เช่น การรักษาความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ ความปลอดภัยสาธารณะ ความมั่นคงในทางเศรษฐกิจของประเทศ การบริการสาธารณะ หรือโครงสร้าง พื้นฐานอันเป็นประโยชน์สาธารณะ ซึ่งถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญยิ่งยวดต่อระบบเศรษฐกิจ และอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน จึงได้มีการกำหนดให้ครอบคลุมคำว่า “บริการ สาธารณะ” เอาไว้ด้วย เพราะในบางครั้งอาจเป็นไปได้ว่าไม่ครอบคลุมอยู่ในความหมายของคำว่า “โครงสร้างพื้นฐานอันเป็นประโยชน์สาธารณะ” ซึ่งต้องเป็นระบบที่สำคัญอย่างยิ่ง หรือมีความสำคัญ ยิ่งยวดเท่านั้น เช่น ระบบข้อมูลของสำนักทะเบียนราษฎรที่มีข้อมูลของประชาชนทั่วประเทศ หรือการ ให้บริการของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ซึ่งต้องทำให้ระบบอยู่ในสภาพ

พร้อมใช้งาน (Availability) ตลอดเวลา เป็นต้น มีประเด็นว่าครอบคลุมอยู่ในความหมายของคำว่า “โครงสร้างพื้นฐานอันเป็น ประโยชน์สาธารณะ” หรือไม่ และหากไม่ใช่ก็มีการเสนอให้เพิ่มเติมคำว่า “บริการสาธารณะ” เอาไว้ด้วย อย่างไรก็ตามเนื่องจากมีประเด็นทักท้วงคำว่า “บริการสาธารณะ” นั้นอาจจะกว้างเกินไปและอาจ ส่งผลกระทบต่อการใช้งานได้ จึงทำให้มีการปรับแก้เอาคำนี้ออกไป ในที่สุด ร่างมาตรานี้จึงกำหนดเป็นบทหนักของการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ในการเจาะ การแฮกเข้าไปในระบบคอมพิวเตอร์ที่ถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานสำคัญของประเทศที่ส่งผลกระทบต่อ ประชาชนในวงกว้าง

2.4 เพิ่มเติมร่างมาตรา 13 กำหนดเกี่ยวกับการใช้ชุดคำสั่งที่จัดทำขึ้นโดยเฉพาะทาง เพื่อไปใช้ ในการกระทำความผิดตามกฎหมายฉบับนี้ เช่น ชุดคำสั่งที่ตั้งใจทำขึ้นมาเพื่อใช้เจาะระบบ ผู้อื่น เป็นต้น ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

2.5 แก่ร่างมาตรา 14 (1) กำหนดให้มีความชัดเจนว่า ให้ใช้มาตรานี้กับการฉ้อโกง ปลอมแปลง หรือหลอกลวงทางทางอินเทอร์เน็ตหรือทางออนไลน์ และเขียนให้ชัดเจนว่า ไม่ให้เอา เรื่องนี้ไปใช้กับ เรื่องหมิ่นประมาทในกฎหมายอาญาอยู่แล้ว อีกทั้งหมิ่นประมาทในกฎหมายอาญาก็ยังเป็น ความผิดที่ยอมความได้แต่หากกำหนดไว้ในร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับ คอมพิวเตอร์ก็จะทำให้กลายเป็นความผิดอันยอมความไม่ได้ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อประชาชนที่ผ่าน มาได้

2.6 ร่างมาตรา 20 ให้ระงับการเผยแพร่หรือลบข้อมูลคอมพิวเตอร์ครอบคลุมถึงกรณี ที่เป็น ข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่เป็นความผิดอาญาตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งกระทบต่อ ประชาชนและ ระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศอย่างมาก

2.7 ร่างมาตรา 20/1 ให้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการกลั่นกรองข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่มี ลักษณะ ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนอันส่งผลกระทบต่อสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เด็กและเยาวชนอย่างมีนัยสำคัญ แต่คำนึงถึงผลกระทบในทางกลับกันต่อสิทธิ เสรีภาพขั้นพื้นฐานของการแสดงความคิดเห็น จึงให้มีคณะกรรมการกลั่นกรองจำนวน 9 คน ที่อย่างน้อย ต้องมาจากภาคเอกชนด้านสิทธิมนุษยชน ด้านสื่อสารมวลชน ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ ด้านอื่นที่เกี่ยวข้อง เป็นองค์ประกอบสำคัญอยู่ในคณะกรรมการดังกล่าวด้วย

3. ผลกระทบที่เกิดขึ้น การโจมตีที่ทำให้ระบบของภาครัฐล่มเพียงเพราะไม่พอใจร่าง พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ฯ นั้น แม้อาจส่งผลกระทบต่อเว็บไซต์ทั่ว ๆ ไปของรัฐ ซึ่งบางคนอาจคิดว่า ไม่ใช่เว็บไซต์ที่มีความสำคัญมากนัก แต่ก็ย่อมส่งผลให้ผู้ใช้บริการของเว็บไซต์เหล่านั้น ไม่สามารถ เข้าใช้บริการได้ จึงมีความเสี่ยงที่ทำให้การกระทำความผิดดังกล่าวไม่ใช่แต่เพียงว่า “ไม่สมควรทำ” เท่านั้น เพราะไปกระทบต่อการใช้งานของประชาชนที่บริสุทธิ์ หากยังเจตนาและจงใจทำให้เกิดความเสียหาย ต่อระบบคอมพิวเตอร์หรือข้อมูลคอมพิวเตอร์ก็อาจเป็นการกระทำที่เข้าข่าย “ผิดกฎหมาย” ด้วย

เช่นกัน  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. แนวทางการสร้างความเข้าใจ ตามที่มีกระแสต่อต้านเกี่ยวกับร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2560 เพราะเชื่อว่า

1. อินเทอร์เน็ตช้าลงเพราะมี Gateway เดียว
2. ถ้าอินเทอร์เน็ตล่มคือล่มทั้งประเทศ
3. ถูกจำกัดการเล่นเว็บไซต์บางเว็บไซต์
4. เข้าถึงเว็บไซต์ต่างประเทศยาก
5. รัฐสามารถดูข้อมูลของเราได้

ความจริงแล้วไม่มีมาตราใดใน พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ ฯ ที่กำหนดให้ประเทศไทยมี Gateway ในการเชื่อมโยงข้อมูลกับต่างประเทศเพียงจุดเดียว ซึ่งในปัจจุบันมี Gateway มากกว่า 10 แห่งที่ให้บริการโดยภาคเอกชน หาก Gateway แห่งใดแห่งหนึ่งไม่สามารถให้บริการได้ ผู้ใช้บริการยังสามารถ รับส่งข้อมูลระหว่างประเทศได้อยู่ผ่าน Gateway อื่น มิได้ทำให้การเข้าเว็บต่างประเทศยากขึ้นแต่อย่างใด

ในประเด็นเรื่องการจำกัดการเล่นเว็บบางเว็บ จะกระทบเพียงเว็บไซต์ที่มีลักษณะผิดกฎหมาย หรือขัดต่อความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน ซึ่งต้องอาศัยอำนาจศาลในการสั่งระงับการ เผยแพร่ทั้งสิ้น การตั้งคณะกรรมการกลั่นกรองข้อมูลคอมพิวเตอร์ซึ่งมีองค์ประกอบจำนวน 9 คน ที่อย่างน้อยต้องมาจากภาคเอกชนด้านสิทธิมนุษยชน ด้านสื่อสารมวลชน ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือด้านอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย นั้นจะช่วยให้กระบวนการพิจารณามีความรอบคอบมากขึ้น การใช้อำนาจตรวจสอบหรือเข้าถึงระบบข้อมูลคอมพิวเตอร์เพื่อสืบสวนหาตัวผู้กระทำความผิด โดยพนักงานเจ้าหน้าที่ที่ต้องอยู่ภายใต้คำสั่งศาล ไม่สามารถทำได้ตามใจชอบ และหากมีการใช้อำนาจในทางมิชอบ ก็มีการลงโทษตามกฎหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อแตกต่างระหว่าง พ.ร.บ.คอมพิวเตอรืพ.ศ. 2550 กับ พ.ร.บ.คอมพิวเตอรืพ.ศ. 2560  
 ตารางที่ 2.1 ข้อแตกต่างระหว่าง พ.ร.บ.คอมพิวเตอรืพ.ศ. 2550 กับ พ.ร.บ.คอมพิวเตอรื พ.ศ. 2560

หัวข้อ	พ.ร.บ. คอมพิวเตอรืพ.ศ. 2550	พ.ร.บ. คอมพิวเตอรืพ.ศ. 2560
ความผิดฐานส่งแสปมโดยปกปิดแหล่งที่มา	ส่งแสปมถ้าไม่เปิดช่องให้บอกเลิก เพิ่มโทษปรับเป็น 200,000 บาท	เพิ่มโทษปรับสองเท่า หากไม่เปิดช่องให้บอกเลิกได้
ความผิดต่อระบบความมั่นคง	ไม่มีโทษเฉพาะ	เพิ่มโทษการเจาะระบบการทำลายระบบที่เกี่ยวกับความมั่นคงของประเทศ
การนำเข้าข้อมูลเท็จตามมาตรา 14 (1)	เปิดช่องให้ตีความเอาผิดกับการหมิ่นประมาทออนไลน์	มุ่งเอาผิดการกระทำต่อทรัพย์สินชัดเจนขึ้น แต่ยังเปิดช่องให้ตีความเอาผิดกับการหมิ่นประมาทได้อยู่
การนำเข้าข้อมูลเท็จที่กระทบต่อความมั่นคง	เอาผิดกับการนำเข้าข้อมูลที่น่าจะ 1) เสียหายต่อความมั่นคงของประเทศ 2) ก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน	เอาผิดกับการนำเข้าข้อมูลเท็จที่น่าจะ 1) เสียหายต่อความมั่นคงของประเทศ 2) เสียหายต่อความปลอดภัยสาธารณะ 3) เสียหายต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจ 4) ก่อให้เกิดการตื่นตระหนกแก่ประชาชน
ผู้ให้บริการที่ไม่ลบเนื้อหาผิดกฎหมาย	รับผิดชอบเมื่อ “จงใจสนับสนุนหรือยินยอม”	รับผิดชอบเมื่อให้ความร่วมมือยินยอม หรือรู้เห็นเป็นใจ ถ้าได้รับแจ้งเตือนแล้วลบออกไม่ต้องรับโทษ
การเผยแพร่ภาพตัดต่อ	ผิดเฉพาะภาพคนที่ยังมีชีวิต	ภาพคนตายก็อาจมีความผิดได้
ให้ทำลายภาพตัดต่อ	ไม่ได้เขียนไว้	ให้ยึดและทำลายภาพตัดต่อได้
เนื้อหาที่จะถูก Block	1) เป็นความผิดต่อความมั่นคงของประเทศ 2) เป็นความผิดเกี่ยวกับการก่อการร้าย 3) ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดี	1) เป็นความผิดตาม พ.ร.บ.คอมพิวเตอรืทุกประเภท 2) เป็นความผิดต่อความมั่นคงของประเทศ 3) เป็นความผิดเกี่ยวกับการก่อการร้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ  
 ไม่ว่าการใด ๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้

หัวข้อ	พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์พ.ศ. 2550	พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์พ.ศ. 2560
		4) เป็นความผิดต่อกฎหมายอื่นที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีและเจ้าหน้าที่ด้านกฎหมายนั้นร้องขอ 5) ไม่เป็นความผิดต่อกฎหมาย แต่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีและคณะกรรมการกฤษฎีกามีมติเอกฉันท์
คณะกรรมการตามกฎหมายนี้	ไม่มี	มีคณะกรรมการ 2 ชุด 1) คณะกรรมการเปรียบเทียบปรับ สำหรับความผิดที่มีแต่โทษปรับหรือโทษจำคุกไม่เกินสองปี 2) คณะกรรมการกฤษฎีกาข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ไม่ผิดกฎหมายแต่ให้บล็อกได้
ผู้ให้บริการมีหน้าที่เก็บข้อมูลการใช้งาน	เก็บไว้ไม่น้อยกว่า 90 วัน กรณีจำเป็น สามารถสั่งให้เก็บเพิ่มได้ไม่เกิน 1 ปี	เก็บไว้ไม่น้อยกว่า 90 วัน กรณีจำเป็นสามารถสั่งให้เก็บเพิ่มได้ไม่เกิน 2 ปี
เงินพิเศษสำหรับเจ้าพนักงาน	ไม่มี	มีเงินเพิ่มสำหรับผู้ดำรงตำแหน่งที่มีเหตุพิเศษ

ที่มา: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (2560)

ผลกระทบจากการบังคับใช้พระราชบัญญัติพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 (ภูมินทร์ บุตรอินทร์ และ ณิชกานต์ พงษ์พันธ์ปัญญา, 2560) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (Ministry of Digital Economy and Society) หรือมีชื่อเดิมคือ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Ministry of Information and Communication Technology) ได้วางแผนที่จะดำเนินการออกกฎหมายหลายฉบับรวมไปถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจตามภารกิจของกระทรวง เพื่อความมุ่งหมายในการสร้างระบบเศรษฐกิจดิจิทัลให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยทางกระทรวงได้เริ่มเสนอทบทวนกฎหมายใหม่รวมถึงการแก้ไขกฎหมายฉบับเดิมเข้าสู่กระบวนการนิติบัญญัติเป็นจำนวนมาก โดยฉบับที่ถูกพูดถึงมากที่สุดในช่วงปลายปี พ.ศ. 2559 คือพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2559 ที่

เป็นการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายชื่อเดียวกันฉบับปี พ.ศ. 2550 โดยทางกระทรวงได้ให้เหตุผลประกอบร่างแก้ไขว่า เนื่องจากบทบัญญัติในกฎหมายฉบับเดิมนั้นมีความล้าสมัย ไม่ทันต่อเหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของสังคม โดยเฉพาะกับเทคโนโลยี ทำให้มีความจำเป็นที่จะต้องแก้ไขเปลี่ยนแปลงกฎหมายที่มีอยู่เดิม โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับผู้รักษาการตามกฎหมาย การกำหนดฐานความผิดขึ้นใหม่ การแก้ไขเพิ่มเติมฐานความผิดเดิม การแก้ไขบทกำหนดโทษของความผิด การปรับปรุงกระบวนการและหลักเกณฑ์ในการระงับการทำให้แพร่หลายหรือลบข้อมูลคอมพิวเตอร์ รวมไปถึงการกำหนดให้มีคณะกรรมการเปรียบเทียบ ซึ่งมีอำนาจเปรียบเทียบความผิด อย่างไรก็ตามเมื่อร่างพระราชบัญญัติความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2559 ได้มีการเผยแพร่ออกสู่สาธารณชน และลงมติให้มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม พ.ศ. 2559 ก็ปรากฏการตั้งคำถามในส่วนที่มีการแก้ไขเพิ่มเติมเป็นจำนวนมาก เนื่องจากอาจเป็นการกระทบต่อสิทธิเสรีภาพขั้นพื้นฐานของประชาชนมากเกินไป นอกจากนี้ผลกระทบที่เกิดจากการบังคับใช้ยังอาจส่งผลไปถึงส่วนความเชื่อมั่นในการลงทุนและเศรษฐกิจอีกด้วย เพราะบทบัญญัติเขียนไว้อย่างกว้าง อีกทั้งยังมีการให้อำนาจแก่คณะกรรมการในการระงับเว็บไซต์หรือข้อมูลในโลกออนไลน์แม้ว่าข้อมูลชุดดังกล่าวจะไม่ใช่ความผิดตามกฎหมายฉบับใดเลยก็ตาม ซึ่งในบทความนี้จะขอยกตัวอย่างประเด็นที่สำคัญและได้รับความสนใจ ประกอบคำอธิบาย ดังนี้

1. การใช้มาตรา 14 (1) กับเรื่องการแสดงความคิดเห็นออนไลน์ กฎหมายมาตรา 14 (1) ร่างขึ้นเพื่อมุ่งเอาผิดกับผู้ที่นำข้อมูลที่ปลอมหรือเท็จเข้าระบบคอมพิวเตอร์เพื่อหลอกลวงผู้อื่นให้เข้าทำธุรกรรมต่าง ๆ แต่เนื่องจากข้อความที่กฎหมายเขียนค่อนข้างกว้างและสามารถตีความได้หลากหลาย จึงทำให้มีผู้ตีความให้ รวมถึงการแสดงความคิดเห็นไม่ว่าประการใด ๆ ลงบนระบบคอมพิวเตอร์ด้วย ซึ่งผู้ตีความได้ใช้ช่องจากตัวบทที่เขียนไว้เพียงว่าการนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายแก่บุคคลอื่น ซึ่งกฎหมายไม่ได้ชี้ให้ชัดเจนไปว่าข้อมูลปลอมหรือเท็จนั้นเป็นข้อมูลชนิดใดและความเสียหายที่เกิดขึ้นจะเป็นลักษณะใด ส่งผลให้การใช้มาตรานี้กว้างไปกว่าการลงโทษเอาผิดแก่กลุ่มบุคคลที่หลอกลวงทางธุรกรรมไปถึงการแสดงความคิดเห็นบนโลกออนไลน์ ซึ่งเป็นการใช้ที่ผิดวัตถุประสงค์ทางกฎหมาย มาตรา 14 (1) ได้มีการเพิ่มเติมเจตนาทุจริตที่เป็นเจตนาพิเศษตามประมวลกฎหมายอาญาในความผิดที่เกี่ยวกับทรัพย์ จึงอาจพิจารณาได้ว่าการตีความกฎหมายมาตรานี้จะเป็นไปในทิศทางที่ถูกต้องมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามกฎหมายใหม่ที่เขียนมานั้นมีคำที่น่าสนใจคือคำว่า “บิดเบือน” เมื่อประกอบกับคำว่า “หลอกลวง” ที่มีความหมายกว้างเช่นเดียวกันที่หากว่ามีการแสดงความคิดเห็นบนโลกออนไลน์เพื่อเป็นการหลอกลวง หรือบิดเบือนข้อมูลต่อบุคคลอื่นในประการที่น่าจะเกิดความเสียหายก็ยังสามารถที่จะทำได้อยู่ เหตุผลก็เพราะมาตรานี้ยังขาดองค์ประกอบคือเพื่อให้ได้ไปซึ่งทรัพย์ของผู้ถูกระทำ กล่าวคือ แม้การกำหนดเจตนาให้ชัดเจนยิ่งขึ้นก็ไม่ทำให้กฎหมายตีความได้ตรงตามวัตถุประสงค์เนื่องจากผลแห่งการกระทำยังกว้างอยู่ คือเพียงแค่ว่าจะเกิดความเสียหายแก่ประชาชนก็เป็นความผิดแล้ว ซึ่งแตกต่างกับประมวลกฎหมายอาญาที่เขียนไว้อย่างชัดเจนให้เป็นเรื่องทรัพย์ เช่น ความผิดฐานฉ้อโกง ส่วนการเขียนกฎหมายโดยกำหนดไม่ให้หมายรวม

เรื่องหมิ่นประมาท มิได้หมายความว่าประชาชนจะสามารถแสดงออกซึ่งสิทธิ เสรีภาพในความคิดเห็นได้เพราะคำว่า “บิดเบือน” และ “หลอกลวง” เพราะข้อมูลที่น่าลงไปจะติดอยู่กับคำที่มีความหมายกว้างเช่นนี้ เช่น นาย ก. แสดงความคิดเห็นเรื่องใดก็ตามขึ้นมาเรื่องหนึ่งโดยไม่ต้องใส่ความบุคคลใดในระบบคอมพิวเตอร์เลย จะมีวิธีการพิสูจน์อย่างไรว่าสิ่งที่นาย ก. แสดงความคิดเห็นนั้น บิดเบือนหรือไม่ ซึ่งจะต้องไม่สับสนกับเรื่องการหมิ่นประมาท เพราะแม้ นาย ก. ไม่ได้กล่าวพาดพิงถึงบุคคลใดเลย แต่ก็ยังจะต้องพิสูจน์เรื่องบิดเบือนกันอยู่ดี ซึ่งมีความหมายกว้างเป็นอย่างมาก

2. คณะกรรมการกลั่นกรองข้อมูล สำหรับประเด็นนี้เป็นส่วนที่ถูกพูดถึงมากที่สุดในกฎหมายฉบับนี้เนื่องจากกฎหมายมีการกำหนดให้อำนาจบุคคลเพียง 9 คนที่ถูกคัดเลือกเป็นคณะกรรมการที่ชื่อว่า “คณะกรรมการกลั่นกรองข้อมูล” ให้มีหน้าที่ระงับสิ่งใดก็ได้ซึ่ง “ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน” ซึ่งในทางกฎหมายนั้นคำดังกล่าวมีความหมายที่กว้างขวางเป็นอย่างมากดังนั้นก็การระงับสิ่งใดก็ได้โดยที่สิ่งนั้นไม่ผิดกฎหมายฉบับใดเลยนั้น อาจเป็นประเด็นปัญหาอย่างมากเพราะสิทธิเสรีภาพที่จะแสดงความคิดเห็นหรือรับรู้ข้อมูลของประชาชนภายในรัฐสมควรถูกต้องถูกปกป้องเอาไว้ ทำให้บทบัญญัติกฎหมายมาตรานี้เองถูกวิพากษ์วิจารณ์กันอย่างแพร่หลายในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะบริบททางกฎหมายนั้นเป็นที่น่าสงสัยอย่างยิ่งว่าสามารถทำได้อย่างไรบนพื้นฐานของกฎหมายอะไร เนื่องจากคำว่า “ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน” นั้นสามารถตีความได้อย่างหลากหลาย ทั้งยังขึ้นอยู่กับความคิดเห็นส่วนบุคคลอยู่ไม่น้อย ยิ่งในกรณีนี้ผู้ที่มีอำนาจพิจารณาเพียงแค่ 9 คน ที่ถูกแต่งตั้งโดยรัฐมนตรีเท่านั้น จึงอาจมีปัญหาอย่างยิ่งในเรื่องวิจรรย์ญาณในการตีความกฎหมายที่แม้จะมีองค์กรตุลาการเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่ก็ไม่อาจจะรับประกันการใช้และการตีความตัวบทกฎหมายที่มีคำจำกัดความที่กว้างเป็นอย่างมากได้

3. ในมาตราเดียวกัน วรรค 4 ของร่างประกาศกระทรวงดิจิทัลที่ออกโดยอาศัยตามอำนาจมาตรา 20 วรรค 4 ได้เขียนให้อำนาจผู้ให้บริการในระบบคอมพิวเตอร์จะต้อง “ระงับการทำให้แพร่หลายหรือลบข้อมูลคอมพิวเตอร์” ตามคำสั่งของพนักงานเจ้าหน้าที่ในกรณีที่พนักงานไม่ประสงค์จะดำเนินการด้วยตนเอง ซึ่งเป็นประเด็นปัญหาอย่างมาก เพราะนอกจากที่จะเป็นการกระทบสิทธิของประชาชนผู้รับข้อมูลจะหายไปแล้ว ในทางปฏิบัติการปิดกั้น HTTPS นั้นสามารถทำได้หรือไม่นั้นยังเป็นที่ยังสงสัยกันอยู่มาก ซึ่งหากไม่สามารถทำได้ในทางปฏิบัติ ผู้ให้บริการทั้งหลายที่ไม่สามารถปฏิบัติตามคำสั่งจะต้องรับโทษทางกฎหมายด้วยหรือไม่ และไม่ว่าทางใดก็ตามธุรกิจของผู้ให้บริการทั้งหลายจะต้องได้รับผลกระทบอย่างยิ่ง โดยเฉพาะผู้ให้บริการธุรกิจที่เป็นข้อมูลส่วนบุคคลทั้งหลาย เช่น ธนาคารที่ต้องมีหน้าที่รักษาข้อมูลส่วนบุคคลมิให้ถูกเข้ารหัสจะอย่างไร เมื่อถูกบังคับให้เข้ารหัส ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่มากกว่าหากกฎหมายนี้บังคับใช้ได้ ข้อมูลส่วนบุคคลทั้งหมดของประชาชนจะไม่สามารถภัยอีกต่อไป ซึ่งจะส่งผลกระทบไปถึงการดำเนินการธุรกิจไปจนถึงเศรษฐกิจของรัฐอย่างมหาดศาล เพราะเจ้าของระบบทั้งหลายจะไม่กล้าเข้ามาลงทุนเพื่อทำระบบในประเทศ เนื่องจากความปลอดภัยของฐานข้อมูลลูกค้าอาจถูกพนักงานเจ้าหน้าที่เข้ามาสั่งให้หยุดการเผยแพร่หรือลบเมื่อใดก็ได้ ซึ่งก็เป็นไปตามธรรมชาติของระบบข้อมูลอยู่แล้วที่เมื่อต้องการลบหรือหยุดการเผยแพร่ก็จะต้องมี

การเปิดหรือเข้าถึงข้อมูลชุดนั้นเสียก่อน ดังนั้นด้วยเหตุผลที่ว่า ชัดต่อความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีในชาติ ข้อมูลทุกอย่างในระบบคอมพิวเตอร์ออนไลน์สามารถถูกเข้าถึงได้โดยรัฐทั้งหมดนั่นเอง จากตัวอย่างการแก้ไขพระราชบัญญัติความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2559 ทำให้เห็นแล้วว่าประชาชนผู้ใช้ระบบอินเทอร์เน็ต รวมไปถึงผู้ให้บริการทั้งหลายจะต้องได้รับผลกระทบอย่างมาก ผลกระทบดังกล่าวไม่เป็นเพียงการกระทบต่อสิทธิเสรีภาพในการใช้แสดงความคิดเห็น ซึ่งเป็นพื้นฐานแต่ยังรวมถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจที่มากมายมหาศาล เนื่องจากความเชื่อมั่นในการลงทุนสร้างระบบออนไลน์ในประเทศไทย จะต้องถูกพิจารณาใหม่ทั้งหมด เนื่องจากรัฐบาลมีอำนาจในการแทรกแซงเข้ามาเพื่อขอข้อมูลได้เสมอ โดยอ้างเหตุเรื่องความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดี โดยที่ไม่มีเหตุผิดกฎหมายใดเลยก็ตาม ซึ่งในส่วนตัวเองที่จะทำให้ภาคธุรกิจที่ใช้ระบบอินเทอร์เน็ตได้รับผลกระทบอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หรือธุรกิจธนาคารที่มีข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งเป็นความลับของผู้ใช้เป็นจำนวนมาก

## 2.9 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ธ.ก.ส. A-Mobile

Mobile Banking (ไมบายแบงก์กิ้ง) คล้าย Internet Banking เพียงแต่เป็นการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันของธนาคาร ทำให้สามารถโอนเงิน สอบถามยอดในบัญชี ซื้อสินค้าและบริการ จ่ายบิลต่างๆ ผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ตโฟนได้เลย ซึ่งแต่ละธนาคารมีการพัฒนาแอปพลิเคชัน Mobile Banking ให้อำนวยความสะดวกในการซื้อขายของออนไลน์มากขึ้นเพื่อเข้ากับพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภคในปัจจุบัน เช่น K PLUS ของธนาคารกสิกรไทย SCB ของธนาคารไทยพาณิชย์ ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

### แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile

แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile บริการทางการเงินรูปแบบใหม่ ที่ช่วยให้การทำธุรกรรมทางการเงินเป็นเรื่องง่าย สะดวก ปลอดภัย สร้างความมั่นใจในการใช้บริการ ทุกเวลา ตลอด 24 ชั่วโมง

แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ช่องทางการให้บริการทางการเงินบนสมาร์ตโฟนจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ที่จะช่วยให้ธุรกรรมทางการเงินของท่านเป็นเรื่องง่าย สะดวก ปลอดภัย สร้างความมั่นใจในการใช้บริการทุกที่ ทุกเวลาตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านเครือข่าย 4G/3G และ Wi-Fi พร้อมด้วยบริการที่มากกว่าการเป็นธนาคาร

### บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile

- โอนเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสาร-เติมเงินทุกเครือข่าย ารใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- สแกน QR Code เพื่อชำระเงิน
- ถอนเงินไม่ใช้บัตร
- ฝากสลาก (เงื่อนไขเป็นไปตามที่ธนาคารกำหนด)
- ขอรายการเคลื่อนไหวบัญชี (Statement)
- ตรวจสอบยอดเงินฝาก สินเชื่อและสลากออมทรัพย์
- ลงทะเบียน และยกเลิกการลงทะเบียนพร้อมเพย์
- สร้างรายการเตือนเพื่อจ่าย (Pay Alert)
- โอนเงิน หรือจ่ายบิล เมื่อได้รับรายการเรียกเก็บ
- QR รับเงิน
- ดึงภาพ QR เพื่อชำระเงิน
- การเปลี่ยนแปลงวงเงินการทำธุรกรรม
- การตั้งค่าการแสดงผลเลขที่บัญชี
- อื่นๆ เช่น ข่าวสาร ผลิตภัณฑ์ธนาคาร ความรู้ ราคาสินค้าเกษตร บริการสินเชื่อ ค้นหาที่ตั้งสาขา ตรวจสอบสลาก และข้อมูลทางการเงิน

## 2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.10.1 งานวิจัยในประเทศ

ธนภรณ์ แสงโชติ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยคือ 410 คน และปรับแก้แบบสอบถามเพื่อความถูกต้องด้วยการสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน แล้วนำมาสรุปและวิเคราะห์ผลการวิจัย โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ผลทาง สถิติคือ การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ และสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้เชี่ยวชาญ ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) มาตรฐานของการรักษาความลับ (Standard of confidentiality) (2) ข้อมูลถูกต้อง และเข้าใจง่าย (Accuracy and Understandability) (3) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) (4) ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) (5)ความสามารถของแอปพลิเคชัน (Ability of Application) ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจของธนาคารออมสินได้ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินได้มากที่สุด และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

จิรนนท์ ต๊ะมอญและวรัทยา ชินกรรม (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตอำเภอแม่สรวย จังหวัด เชียงราย จากการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 30-39 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่า

ปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้อยู่ในช่วง 10,000–20,000 บาทต่อเดือน พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเช็คยอดเงินและรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีเงินฝากและบัญชีสินเชื่อ รองลงมาคือบริการโอนเงินภายในบัญชีธนาคาร และต่างธนาคารใช้งานแอปพลิเคชัน 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนใหญ่จะใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงิน ในช่วงเช้า เวลา 06.00 – 12.00 น. และใช้ในทุกช่วงเวลาของเดือน ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ของผู้ใช้บริการธนาคารออนไลน์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่า ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมด้านการใช้งานผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือด้านอุปกรณ์สื่อสาร และน้อยที่สุดคือด้านการรับรู้ความเสี่ยง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมด้านการรับรู้คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความรู้สึกรับได้รับประโยชน์จากการใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าการใช้บริการหน้าเคาเตอร์ธนาคาร อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเรื่องการประหยัดเวลาในการเดินทางมาทำธุรกรรม และอาชีพมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาข้อมูลก่อนการเปิดใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ฉัญญากร ขวัญใจสกุล (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการชำระเงินผ่านระบบโมบายแบงก์กิ้งและระบบโมบายเพย์เมนต์ โดยการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีและการทบทวนงานวิจัยในอดีต ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ความเชื่อมั่นไว้วางใจในผู้ให้บริการและความถี่ในการใช้งาน งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณประเภทสำรวจ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่างประชากรผู้ที่เคยใช้บริการทางการเงินผ่านระบบโมบายแบงก์กิ้งและระบบโมบายเพย์เมนต์ งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลจากกลุ่ม ตัวอย่างเป็นจำนวนทั้งหมด 200 คน โดยมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงหรือความน่าเชื่อถือของเครื่องมือด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ในส่วนของ การทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ความตั้งใจของลูกค้ายในการใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ โมบายแบงก์กิ้งและระบบโมบายเพย์เมนต์ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความเชื่อมั่นไว้วางใจในผู้ให้บริการและการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ตามลำดับ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อ ความตั้งใจในการใช้บริการชำระเงินผ่านระบบโมบายแบงก์กิ้ง ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานโมบายเพย์เมนต์ ความเชื่อมั่นไว้วางใจในผู้ให้บริการระบบโมบายแบงก์กิ้ง การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานโมบายเพย์เมนต์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบโมบายเพย์เมนต์เรียงตามลำดับความสำคัญ ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานโมบายเพย์เมนต์ ความเชื่อมั่นไว้วางใจในผู้ให้บริการระบบโมบายเพย์เมนต์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานโมบายเพย์เมนต์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งและการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง ตามลำดับ และผลการวิเคราะห์ยัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของโครงการวิจัยเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่หรือใช้ซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการของแต่ละผู้ให้บริการต่างไม่ส่งผลเชิงลบต่อความตั้งใจในการใช้บริการระหว่างระบบผู้ให้บริการ

เตชะพิทย์ ผลวางศ์ (2560) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานบริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือต่อเนื่อง โดยประยุกต์ทฤษฎีแบบจำลองความสำเร็จของระบบสารสนเทศ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยทางด้านคุณภาพ ระบบ คุณภาพข้อมูล คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ รวมถึงภาพลักษณ์องค์กร ความมั่นคงของระบบและความภักดีของลูกค้าต่อองค์กร กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) อยู่ในปัจจุบันและลูกค้าที่เคยใช้การบริการแต่ปัจจุบันเลิกใช้แล้ว จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เพื่อเก็บข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking ต่อเนื่อง แปรผันตามความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยด้านความมั่นคงของระบบ ภาพลักษณ์และคุณภาพข้อมูลตามลำดับ ในงานวิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์แก่ผู้บริหาร และผู้พัฒนาระบบให้เข้าใจและตระหนักถึงปัจจัยสำคัญเพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือให้สนองความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

ปวีตรา สอนดี (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) ของกลุ่มผู้ใช้งาน ที่มีอายุ 40-60 ปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการยอมรับนวัตกรรมของกลุ่มคนที่มีอายุตั้งแต่ 40-60 ปีที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) ที่มีอายุ 40-60 ปี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ทั้งเพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพในแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกันเมื่อได้รับรู้ข่าวสารต่างๆที่เท่ากันก็จะส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมที่ไม่แตกต่างกัน

ปาลี คล้ายเพชร (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องการเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยี Mobile Banking : กรณีศึกษา MYMO กับ K-PLUS ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากการวิจัยพบว่าการรับรู้ถึงการใช้ง่าย และการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งานส่งผลในเชิงบวกต่อทัศนคติในการใช้ Mobile Banking ซึ่งจะมีผลในเชิงบวกต่อทัศนคติการใช้ Mobile Banking เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินและบรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อกับและบรรทัดฐานของคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูงส่งผลในเชิงบวกต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ซึ่งมีผลต่อในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ Mobile Banking ในการทำธุรกรรมทางการเงินโดยที่ความตั้งใจในการใช้ Mobile Banking เพื่อทำธุรกรรมทางการเงิน ส่งผลในเชิงบวกต่อการเลือกใช้จริง แต่หากมีการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้ Mobile Banking เพื่อทำธุรกรรมทางการเงิน จะมีผลในเชิงลบต่อความตั้งใจในการใช้ Mobile Banking และการเลือกใช้จริงของ Mobile Banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

แก้วขวัญ ผดุงพิพัฒน์บวร (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารกรุงไทย โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ผู้ให้บริการ สภาพแวดล้อมการ

บริการ และกระบวนการบริการ รวมถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ เพื่อเป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจและเป็นประโยชน์ต่อผู้ให้บริการทางการเงิน ในการนำไปปรับปรุงและพัฒนากระบวนการใช้งานให้ตรงกับความต้องการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ นอกจากนี้สามารถนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดในการขยายฐานลูกค้าไปสู่ภาคธุรกิจอื่นๆ โดยการเก็บข้อมูลแบบสอบถามทางออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ Mobile Banking ธนาคารกรุงไทย จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้ Mobile Banking จากมากที่สุดไปน้อยที่สุดคือ สภาพแวดล้อมการบริการ ผลผลิตภัณฑ์ช่องทางการจัดจำหน่าย และกระบวนการบริการในส่วนของคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่แตกต่างกัน

อัครเดช ปิ่นสุข และนิตนา ฐานิตธนกร (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์และส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้า ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (E-satisfaction) ในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ 1) การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน และด้านการรับรู้ประโยชน์ 2) คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านความน่าเชื่อถือและด้านความเป็นส่วนตัว และ 3) ส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความต้องการเฉพาะของลูกค้า และด้านความสะดวกในการใช้งาน ในขณะที่คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านการเข้าถึงการให้บริการส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าด้านการจัดองค์ประกอบ และด้านช่องทางในการสื่อสาร ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

เกวรินทร์ ละเอียดดินันท์ และนิตนา ฐานิตธนกร (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคทางออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่ใช้เวลาในการอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์โดยเฉลี่ย วันละ 1-3 ชั่วโมง เคยตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เนื้อหาประเภทหนังสือนวนิยาย และเคยตัดสินใจซื้อ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mebmarket.com สื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์คือ Dek-d.com โดยราคาเฉลี่ยของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่เลือกซื้อในแต่ละครั้งราคา 100-300 บาท สถานที่ที่ผู้บริโภคใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด คือ บ้าน และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านการนำมาใช้งานจริง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมาคือ พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ด้านทัศนคติที่มีต่อสื่อออนไลน์ การยอมรับเทคโนโลยีด้านความง่ายในการใช้งาน พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ด้านความบันเทิงทางออนไลน์ ด้านการรับรู้ทางออนไลน์ และการยอมรับเทคโนโลยี



Sinha & Mukherjee (2016) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของสาขาปิต: กรณีศึกษาชาวอินเดีย (Acceptance of Technology, Related Factors in Use Off Branch E-Banking: An Indian Case Study) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) การแพร่กระจายของ นวัตกรรม (Diffusions of Innovation) และความน่าเชื่อถือ (Trustworthiness) โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาตัวกำหนดปัจจัยที่มีผลกระทบ เช่น การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) การรับรู้การใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use) การรับรู้ความซับซ้อน (Perceived Complexity) การรับรู้ความไว้วางใจในธนาคาร (Perceived Trust on Bank) การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) และการรับรู้ความไว้วางใจในเทคโนโลยี (Perceived Trust on Technology) ที่มีผลกระทบต่อความตั้งใจใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Banking) ผลการศึกษาพบว่า 60.3% ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความตั้งใจที่จะใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Banking) รูปแบบโดยรวมมีนัยสำคัญ ( $F = 126.402, P = 0.000$ ) จากการทดสอบตัวแปรแต่ละตัว การรับรู้ประโยชน์การรับรู้การใช้งานง่าย การรับรู้ความซับซ้อน การรับรู้ความไว้วางใจในธนาคาร และการรับรู้ความไว้วางใจในเทคโนโลยี เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญเป็นตัวกำหนดผลกระทบต่อความตั้งใจใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้งานชาวอินเดียทั้งสิ้น

Schilkrut, A. (2000) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่าการเข้ามาของเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตจะช่วยเพิ่มช่องทางใหม่ในการติดต่อสื่อสาร และตอบคำถามต่าง ๆ เกี่ยวกับผู้บริโภค เช่น การหาช่องทางการจำหน่ายเพิ่มการแสวงหาวิธีการบริหารการส่งเสริมการจัดจำหน่าย การศึกษาพบว่าคุณภาพและการบริการจะส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจในระดับของการบริการมากขึ้นและมีความจงรักภักดีอยู่กับการบริการต่อไป โดยเริ่มจากการวิจัยผลที่ได้จากการจัดการบริการผ่านช่องทางต่างๆ และทำความเข้าใจถึงพื้นฐานในระบบเหล่านั้น และพัฒนาวิธีการที่จะสามารถขยายช่องทางด้านต่าง ๆ เพื่อให้เกิดช่องทางเพิ่มมากขึ้น โดยสุดท้ายการพัฒนาบริการจะส่งผลให้เกิดช่องทางในการตัดสินใจให้กับผู้บริโภคมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการโอบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโอบายแบงก์กิ้งที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร 2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการโอบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 3.1 รูปแบบการวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 รูปแบบการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเพื่อนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ให้ทราบถึง ข้อมูลพื้นฐาน และการศึกษาพฤติกรรมและความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการโอบายแบงก์กิ้ง ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

#### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ที่เป็นผู้ใช้บริการโอบายแบงก์กิ้ง ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถหาจำนวนประชากรที่แน่นอนจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้ ผู้วิจัยจึงกำหนดให้มีขนาดตัวอย่าง โดยการคำนวณแบบไม่ทราบประชากร และกำหนดให้มีขนาดความแปรปรวนสูงสุด คือ  $p=0.5$  และ  $q=0.5$  โดยยอมรับความคลาดเคลื่อนในขอบเขตร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยใช้สูตร Cochran ในการคำนวณขนาดตัวอย่าง (Cochran, 1963) ดังนี้

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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์หรือที่สงวนลิขสิทธิ์ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีโทษปรับและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$p$  = โอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์หรือสัดส่วนของคุณลักษณะที่สนใจในกลุ่มตัวอย่าง

$q$  = โอกาสที่จะไม่เกิดเหตุการณ์ซึ่งเท่ากับ  $1-p$  ในกรณีของกลุ่มตัวอย่าง

$e$  = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

แทนค่า

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(1-0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = 384.16$$

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างข้างต้น ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 ราย อย่างไรก็ตาม เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการตอบแบบสอบถามที่ไม่ถูกต้อง ไม่ครบถ้วน ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้เพิ่มอีก 15 ราย รวมเท่ากับ 400 ราย โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คือเลือกเฉพาะกลุ่มคนที่ใช้บริการโอบายแบงก์กิ้งของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร เท่านั้น

### 3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1) ตัวแปรด้านพฤติกรรมการใช้บริการ ประกอบด้วย ช่องทางการรับรู้การให้บริการ ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ และจำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง

2) ตัวแปรด้านความปลอดภัยและการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ความปลอดภัยในการใช้งาน ความง่ายของการใช้งาน ประโยชน์ของการใช้งาน และกฎหมาย และ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์และการกำกับใช้

ตัวแปรตาม ได้แก่

ความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการโอบายแบงก์กิ้ง ประกอบด้วย คุณภาพการบริการ การใช้บริการซ้ำ ๆ ความพึงพอใจ และการบอกต่อของลูกค้า

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารเพื่อ การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร โดยปรับจากแบบสอบถามจากงานวิจัย ที่ได้ทบทวนวรรณกรรม เป็นแบบสอบถามที่มีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choices) ลักษณะ แบบปลายปิด จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามที่วัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความปลอดภัยและการยอมรับการใช้ เทคโนโลยีของแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile โดยปรับจากแบบสอบถามจากงานวิจัยที่ได้ทบทวน วรรณกรรม ลักษณะแบบปลายปิดให้เลือกตอบ มีจำนวน 11 รายข้อใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความ ปลอดภัยในการใช้งาน ด้านความง่ายของการใช้งาน ด้านประโยชน์ของการใช้งาน และด้านกฎหมาย และ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์และการกำกับใช้ โดยใช้เครื่องมือประเภทมาตรประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ จากน้อยไปมาก (Likert Scale)

ตอนที่ 4 แบบสอบถามที่วัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile โดยปรับจากแบบสอบถามจากงานวิจัยที่ได้ทบทวนวรรณกรรม ลักษณะแบบ ปลายปิดให้เลือกตอบ มีจำนวน 5 รายข้อใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการให้บริการ ชั่ว ๆ ด้านความพึงพอใจ และด้านการบอกต่อของลูกค้า โดยใช้เครื่องมือประเภทมาตรประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ จากน้อยไปมาก (Likert Scale)

ตอนที่ 3 และตอนที่ 4 ใช้เครื่องมือประเภทมาตรประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแบ่งระดับ ความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ จากน้อยไปมาก (Likert Scale) ดังนี้

ระดับความคิดเห็น/ความเชื่อมั่น	ระดับคะแนนในแบบสอบถาม
มากที่สุด	5 คะแนน
มาก	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
น้อยที่สุด	1 คะแนน

#### เกณฑ์การแปลค่าเฉลี่ย

ระดับค่าคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.21-5.00	มากที่สุด
3.42-4.20	มาก
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ผู้ศึกษาสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่กำลังศึกษา เพื่อใช้เป็นข้อมูลในกำหนดตัวแปร ซึ่งเป็นแนวทางการออกแบบเครื่องมือที่เป็นข้อคำถามที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นกำหนดเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดในการศึกษา เพื่อนำมาเป็นกรอบการสร้างแบบสอบถาม

2. จัดทำแบบสอบถาม เพื่อใช้ศึกษาเชิงปริมาณตามกรอบแนวคิดการศึกษา และครอบคลุมนิยามศัพท์ของตัวแปรที่ได้พัฒนาขึ้นมา

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดการศึกษา นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาความถูกต้อง เหมาะสม และครอบคลุมเนื้อหาของการศึกษา

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำ แล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และครอบคลุมเนื้อหาของการจัดทำการศึกษา จัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับร่าง เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือด้านค่าความตรง (Validity) โดยใช้เทคนิค IOC (Index of Item – Objective Congruence) โดยให้ทางอาจารย์ที่ปรึกษาแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ดังรายชื่อ ในภาคผนวก โดยผู้ทรงคุณวุฒิจะพิจารณาถึงความเห็นข้อคำถามในแบบสอบถามว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่ แล้วพิจารณาให้คะแนนค่าความสอดคล้อง ระหว่าง +1 , 0 และ -1

โดย +1 หมายถึง แนใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

0 หมายถึง ไม่แนใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

-1 หมายถึง แนใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

หลังจากนั้นนำค่าคะแนนมาใช้แทนสูตร

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

โดย  $\sum X$  หมายถึง ผลรวมคะแนนจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด

$N$  หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

เกณฑ์การพิจารณาข้อคำถามแต่ละข้อควรมีค่าเท่ากับ 0.66-1.00 จึงจะนำไปใช้ได้ ถ้าไม่ถึงต้องปรับปรุงจนกระทั่งมีค่าที่ต้องการแล้ว จึงนำไปใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ค่าความเชื่อมั่น (Reliability : R)

## Case Processing Summary

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

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.926	44

5. ทำการจัดพิมพ์แบบสอบถามที่ผ่านการหาความตรงแล้ว และทดลองใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง (ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 30 คน เพื่อทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค โดยพิจารณาค่าความเชื่อมั่น หากมีค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไปถือว่าใช้ได้ ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.926 และเมื่อพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.7 ทุกข้อ ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างได้

6. หลังจากผู้จัดทำได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้ว จึงนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยต่อไป

### 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยดำเนินการตามขั้นตอนและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของลูกค้าที่ใช้บริการโฉบายแบงก์กิ้งของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ลูกค้าที่ใช้บริการโฉบายแบงก์กิ้งของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร เป็นกลุ่มตัวอย่าง

3.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีลักษณะคำถามปลายปิด เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และศึกษาข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านความปลอดภัยและการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และด้านความเชื่อมั่นของลูกค้าที่ใช้บริการโฉบายแบงก์กิ้งของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จังหวัดชุมพร โดยในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้จัดทำได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 1 ชุด กับกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามแผนการสุ่ม โดยมีขั้นตอน ดังนี้

3.5.1.1 ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยทำการเก็บข้อมูล โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 2 เดือน

3.5.1.2 เมื่อได้รับแบบสอบถามแล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

3.5.1.3 นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับไปวิเคราะห์ข้อมูล และแปลผลต่อไป

3.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย วิทยานิพนธ์ หนังสือ รายงานต่าง ๆ และเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณมีรายละเอียด ดังนี้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ในแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ในแบบสอบถามตอนที่ 2 เกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร การประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็น ในแบบสอบถามตอนที่ 3 เกี่ยวกับความปลอดภัยและการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile และในแบบสอบถามตอนที่ 4 เกี่ยวกับระดับความเชื่อมั่นที่มีผลต่อการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของลูกค้า ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร โดยวิธีประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.6.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษา เพื่อศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ได้ใช้สถิติ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.6.3.1 สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics)

วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile ความปลอดภัยและการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของแอปพลิเคชันธ.ก.ส. A-Mobile และความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile โดยการหาค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยาย และการสรุปผลการดำเนินการศึกษา และได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้

**ตารางที่ 3.1** เกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนสำหรับความคิดเห็นในการตอบแบบสอบถาม

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนนในแบบสอบถาม
มากที่สุด	5 คะแนน
มาก	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
น้อยที่สุด	1 คะแนน

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้  
ช่วงคะแนน

$$= \frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.80$$

ดังนั้น ช่วงคะแนน = 0.80  
โดยแบ่งเป็นช่วงคะแนน ดังนี้

**ตารางที่ 3.2** เกณฑ์การแปลผลของค่าเฉลี่ยคะแนน

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนนในแบบสอบถาม
มีความคิดเห็นอยู่ระดับมากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00
มีความคิดเห็นอยู่ระดับมาก	ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20
มีความคิดเห็นอยู่ระดับปานกลาง	ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40
มีความคิดเห็นอยู่ระดับน้อย	ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60
มีความคิดเห็นอยู่ระดับน้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80

### 3.6.3.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การวิเคราะห์ความแปรปรวนหลายทางแบบ F-Test เพื่อทดสอบว่า พฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กึ่งที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กึ่ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว

จังหวัดชุมพร ใช้สถิติทดสอบสหสัมพันธ์ Correlation Analysis เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป ซึ่งการบอกระดับหรือขนาดของความสัมพันธ์จะใช้ตัวเลขของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ หากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเข้าใกล้ -1 หรือ 1 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง แต่หากมีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อยหรือไม่มีเลย สำหรับการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดยทั่วไปอาจใช้เกณฑ์ดังนี้

ค่า r	ระดับของความสัมพันธ์
0.90 - 1.00	มีความสัมพันธ์กันสูงมาก
0.70 - 0.90	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
0.50 - 0.70	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
0.30 - 0.50	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
0.00 - 0.30	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อใช้สรุปสมมติฐานวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวและตัวแปรตามที่มีระดับการวัดประเภทช่วง (Interval Scale) โดยใช้สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร
- 2) ศึกษาปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว นำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับทั้งหมด 6 ส่วน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.1 ผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ

4.2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile ประกอบด้วย ช่องทางการรับรู้การให้บริการ ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ และจำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ

4.3 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความปลอดภัยและการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ความปลอดภัยในการใช้งาน ความง่ายของการใช้งาน ประโยชน์ของการใช้งาน กฎหมาย และ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์และการกำกับใช้ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.4 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ประกอบด้วย คุณภาพการบริการ การใช้บริการซ้ำ ๆ ความพึงพอใจ และการบอกต่อของลูกค้า โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.5 ผลการวิเคราะห์ การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร (ผลการทดสอบสมมติฐาน) โดยการวิเคราะห์ F-Test (One Way ANOVA) ค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธีของ LSD กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หาค่าโดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.6 ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทิว จังหวัดชุมพร (ผลการทดสอบสมมติฐาน) โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน โดยการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ

#### 4.1 ผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	232	58.00
หญิง	168	42.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมาเป็นเพศหญิง มีจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	22	5.50
21 – 30 ปี	172	43.00
31 – 40 ปี	170	42.50
41 – 50 ปี	27	6.80
มากกว่า 51 ปีขึ้นไป	9	2.20
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21 - 30 ปี มีจำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมาคืออายุ 31 - 40 ปี มีจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 อายุ 41 - 50 ปี มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 อายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 เอกสารนี้ อายุ และอายุมากกว่า 51 ปีขึ้นไป มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20 ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	134	33.50
สมรส	185	46.20
ม่าย/หย่า	73	18.20
แยกกันอยู่	8	2.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.20 รองลงมา มีสถานภาพโสด จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 มีสถานภาพม่าย/หย่า จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.20 และมีสถานภาพแยกกันอยู่ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	24	6.00
มัธยมศึกษา	38	9.50
ปวช./ปวส.	167	41.80
ปริญญาตรี	154	38.50
ปริญญาโท	13	3.20
ปริญญาเอก	4	1.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปวช./ปวส. จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.80 รองลงมา มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.20 และมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาเอก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	35	8.80
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	22	5.50
พนักงานบริษัทเอกชน	104	26.00
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	120	30.00
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	9	2.20
เกษตรกร	91	22.80
อื่น ๆ	19	4.80
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคืออาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 อาชีพเกษตรกร จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.80 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 อาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 อาชีพอื่น ๆ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80 และอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	49	12.20
15,001 – 30,000 บาท	209	52.20
30,001 – 45,000 บาท	120	30.00
มากกว่า 45,001 บาทขึ้นไป	22	5.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.20 รองลงมาคือมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.20 และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile ประกอบด้วย ช่องทางการรับรู้การให้บริการ ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ และจำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางรับรู้การให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile

ช่องทางที่ท่านรับรู้การให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile	ความถี่	ร้อยละ
เพื่อน/คนรู้จัก	68	17.00
ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	73	18.20
พนักงานธนาคาร	127	31.80
Social Media	98	24.50
อื่น ๆ	34	8.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่องทางรับรู้การให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile จากพนักงานธนาคาร จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.80 รองลงมามีช่องทางรับรู้การให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile จาก Social Media จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 มีช่องทางรับรู้การให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile จากครอบครัว/ญาติพี่น้อง จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.20 มีช่องทางรับรู้การให้บริการจากเพื่อน/คนรู้จัก จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 และมีช่องทางรับรู้การให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile จากช่องทางอื่น ๆ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ

ประเภทธุรกรรมที่ท่านใช้บริการ	ความถี่	ร้อยละ
ตรวจสอบยอดคงเหลือ	59	14.80
โอนเงินระหว่างบัญชี	86	21.50
ชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ	113	28.20
เติมเงินโทรศัพท์มือถือ	85	21.20
ซื้อขายตราสารหรือกองทุน	35	8.80
อื่น ๆ	22	5.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.20 รองลงมาใช้บริการโอนเงินระหว่างบัญชี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 ใช้บริการเติมเงินโทรศัพท์มือถือ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.20 ใช้บริการตรวจสอบยอดคงเหลือ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 ใช้บริการซื้อขายตราสารหรือกองทุน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 และใช้บริการอื่น ๆ คือ ถอนเงินไม่ใช้บัตร ขอรายการเคลื่อนไหวบัญชี ผากสลาก และเปลี่ยนแปลงวงเงินการทำธุรกรรม จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile (จำนวนครั้ง/สัปดาห์)

ท่านมีความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile (จำนวนครั้ง/สัปดาห์)		
	ความถี่	ร้อยละ
โดยเฉลี่ย 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	161	40.2
โดยเฉลี่ย 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	157	39.2
โดยเฉลี่ย 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	30	7.50
โดยเฉลี่ยมากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	38	9.50
อื่น ๆ	14	3.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile โดยเฉลี่ย 1 – 2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.20 รองลงมาเฉลี่ย 3 – 4 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.20 โดยเฉลี่ยมากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 โดยเฉลี่ย 5 – 6 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 และอื่น ๆ คือ ไม่ได้เข้าใช้บริการเลยใน 1 สัปดาห์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง

จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้ บริการต่อครั้ง	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	64	16.00
501 – 1,500 บาท	78	19.50
1,501 – 2,500 บาท	115	28.80
2,501 – 3,500 บาท	85	21.20
3,501 – 4,500 บาท	35	8.80
มากกว่า 4,501 บาทขึ้นไป	23	5.80
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการด้วยจำนวนเงินเฉลี่ย 1,501 – 2,500 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.80 รองลงมาใช้บริการด้วยจำนวนเงินเฉลี่ย 2,501 – 3,500 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.20 ใช้บริการด้วยจำนวนเงินเฉลี่ย 501 – 1,500 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 ใช้บริการด้วยจำนวนเงินเฉลี่ยต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ใช้บริการด้วยจำนวนเงินเฉลี่ย 3,501 – 4,500 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 และใช้บริการด้วยจำนวนเงินเฉลี่ยมากกว่า 4,501 บาทขึ้นไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความปลอดภัยและการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ความปลอดภัยในการใช้งาน ความง่ายของการใช้งาน ประโยชน์ของการใช้งาน กฎหมาย และ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์และการกำกับใช้ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความปลอดภัยและการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ของลูกค้ำธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

ความปลอดภัยและการยอมรับการใช้เทคโนโลยี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความปลอดภัยในการใช้งาน	3.89	0.79	มาก
ความง่ายของการใช้งาน	4.13	0.87	มาก
ประโยชน์ของการใช้งาน	4.19	0.80	มาก
กฎหมาย และ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์และการกำกับใช้	3.99	0.77	มาก
รวม	4.05	0.75	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความปลอดภัยและการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.05$ , S.D. = 0.75) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ประโยชน์ของการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.19$ , S.D. = 0.80) รองลงมา ความง่ายของการใช้งาน ( $\bar{X} = 4.13$ , S.D. = 0.87) กฎหมาย และ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์และการกำกับใช้ ( $\bar{X} = 3.99$ , S.D. = 0.77) และความปลอดภัยในการใช้งาน ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = 0.79) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความปลอดภัยในการใช้งาน ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

ความปลอดภัย ในการใช้งาน	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. การ ลงทะเบียนใช้ งานครั้งแรกผ่าน ตู้ ATM อินเทอร์เน็ต และ เคาน์เตอร์ ธนาคาร	150 (37.50)	115 (28.80)	84 (21.00)	37 (9.20)	14 (3.50)	3.88	1.12	มาก
2. การมีรหัสผ่าน ก่อนเข้าใช้ บริการในแต่ละ ครั้ง	90 (22.50)	163 (40.80)	115 (28.80)	26 (6.50)	6 (1.50)	3.76	0.92	มาก
3. การมีระบบ ป้องกันการขโมย รหัสผ่านที่ น่าเชื่อถือ	161 (40.20)	112 (28.00)	94 (23.50)	23 (5.80)	10 (2.50)	3.98	1.04	มาก
4. การมีการ สงวนสิทธิและ ความเป็นส่วนตัว ของผู้ใช้	149 (37.20)	132 (33.00)	65 (16.20)	40 (10.00)	14 (3.50)	3.90	1.11	มาก
5. มีระบบความ ปลอดภัยต่อการ ป้องกันการ โจรกรรม	143 (35.80)	141 (35.20)	87 (21.80)	22 (5.50)	7 (1.80)	3.98	0.97	มาก
	<b>ภาพรวม</b>					<b>3.89</b>	<b>0.79</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อความปลอดภัยในการใช้งานในภาพรวมอยู่ใน  
เอกสารนี้ระดับมาก ( $\bar{x}=3.89$ , S.D.= 0.79) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การมีระบบป้องกันการขโมย  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รหัสผ่านที่น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.98$ , S.D. = 1.04) รองลงมา การมีระบบความปลอดภัยต่อการป้องกันการโจรกรรม ( $\bar{X} = 3.98$ , S.D. = 0.97) การมีการสงวนสิทธิและความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ ( $\bar{X} = 3.90$ , S.D. = 1.11) การลงทะเบียนใช้งานครั้งแรกผ่านตู้ ATM อินเทอร์เน็ตและเคาน์เตอร์ธนาคาร ( $\bar{X} = 3.88$ , S.D. = 1.12) และการมีรหัสผ่านก่อนเข้าใช้บริการในแต่ละครั้ง ( $\bar{X} = 3.76$ , S.D. = 0.92) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

**ตารางที่ 4.13** ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความง่ายของการทำงาน ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

ความง่ายของ การใช้งาน	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
6. การทำรายการ ง่าย ไม่ซับซ้อน	201 (50.20)	113 (28.20)	56 (14.00)	22 (5.50)	8 (2.00)	4.19	1.00	มาก
7. ภาษาที่ใช้ สามารถอ่านและ เข้าใจง่าย	194 (48.50)	121 (30.20)	43 (10.80)	30 (7.50)	12 (3.00)	4.14	1.07	มาก
8. มีรูปแบบที่ใช้ งานง่าย	156 (39.00)	164 (41.00)	57 (14.20)	19 (4.80)	4 (1.00)	4.12	0.89	มาก
9. มีการ ประมวลผลที่ รวดเร็ว	208 (52.00)	107 (26.80)	48 (12.00)	24 (6.00)	13 (3.20)	4.18	1.06	มาก
10. มีการแยก หมวดหมู่ที่ชัดเจน	177 (44.20)	122 (30.50)	57 (14.20)	29 (7.20)	15 (3.80)	4.04	1.10	มาก
<b>ภาพรวม</b>						<b>4.13</b>	<b>0.87</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อความง่ายของการทำงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.13$ , S.D. = 0.87) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การทำรายการง่าย ไม่ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.19$ , S.D. = 1.00) รองลงมา มีการประมวลผลที่รวดเร็ว ( $\bar{X} = 4.18$ , S.D. = 1.06) ภาษาที่ใช้สามารถอ่านและเข้าใจง่าย ( $\bar{X} = 4.14$ , S.D. = 1.07) มีรูปแบบที่ใช้งานง่าย ( $\bar{X} = 4.12$ , S.D. = 0.89) และมีการแยกหมวดหมู่ที่ชัดเจน ( $\bar{X} = 4.04$ , S.D. = 1.10) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ของการใช้งาน ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

ประโยชน์ของ การใช้งาน	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
11. ความสะดวก ในการใช้งาน	166 (41.50)	147 (36.80)	67 (16.80)	17 (4.20)	3 (0.80)	4.14	0.89	มาก
12. ประหยัดเวลา ในการใช้งาน	220 (55.00)	111 (27.80)	47 (11.80)	17 (4.20)	5 (1.20)	4.31	0.92	มากที่สุด
13. ประหยัด ค่าใช้จ่ายในการ ใช้งาน	221 (55.20)	109 (27.20)	35 (8.80)	19 (4.80)	16 (4.00)	4.25	1.06	มากที่สุด
14. สามารถทำ ธุรกรรมได้ทุกที่ ทุกเวลา	153 (38.20)	168 (42.00)	53 (13.20)	21 (5.20)	5 (1.20)	4.11	0.91	มาก
15. การใช้บริการ ธุรกรรมการเงิน ผ่านมือถือช่วย ทุ่นแรงในการ เดินทางไปทำ ธุรกรรมที่ธนาคาร หรือตู้ ATM	197 (49.20)	120 (30.00)	56 (14.00)	16 (4.00)	11 (2.80)	4.19	1.00	มาก
ภาพรวม						4.19	0.80	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อประโยชน์ของการใช้งานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.19$ , S.D. = 0.08) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ประหยัดเวลาในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.31$ , S.D. = 0.92) รองลงมา ประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้งาน ( $\bar{X} = 4.25$ , S.D. = 1.06) การใช้บริการธุรกรรมการเงินผ่านมือถือช่วยทุ่นแรงในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร หรือตู้ ATM ( $\bar{X} = 4.19$ , S.D. = 1.00) ความสะดวกในการใช้งาน ( $\bar{X} = 4.14$ , S.D. = 0.89) และสามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ ทุกเวลา ( $\bar{X} = 4.11$ , S.D. = 0.91)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกฎหมาย และ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์และการกำกับใช้ ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

กฎหมาย และ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ และการกำกับใช้	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
16. การมี พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ (ฉบับ ที่ 2) พ.ศ. 2560 และการกำกับใช้ คุ้มครองผู้ใช้บริการ	151 (37.80)	104 (26.00)	96 (24.00)	33 (8.20)	16 (4.00)	3.85	1.13	มาก
17. มินโยบายและ วิธีปฏิบัติการรักษา ความมั่นคง ปลอดภัยด้าน สารสนเทศ	127 (31.80)	133 (33.20)	120 (30.00)	17 (4.20)	3 (0.80)	3.91	0.92	มาก
18. มีมาตรการใน การรักษาความ มั่นคงปลอดภัยของ ข้อมูลส่วนบุคคล	145 (36.20)	133 (33.20)	96 (24.00)	18 (4.50)	8 (2.00)	3.97	0.98	มาก
19. มีมาตรการ ป้องกันการแก้ไข เข้าถึง หรือเปิดเผย ข้อมูล	187 (46.80)	121 (30.20)	49 (12.20)	31 (7.80)	12 (3.00)	4.10	1.07	มาก
20. มีการสงวน สิทธิและความเป็น ส่วนตัวของผู้ใช้ที่ น่าเชื่อถือ	164 (41.00)	149 (37.20)	64 (16.00)	20 (5.00)	3 (0.80)	4.13	0.90	มาก
<b>ภาพรวม</b>						3.99	0.77	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารจากตารางที่ 4.15 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อกฎหมาย และ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์และการกำกับใช้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.99$ , S.D. = 0.77) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีการ

สงวนสิทธิและความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ที่น่าเชื่อถือ ( $\bar{X} = 4.13$ , S.D. = 0.90) รองลงมา มีมาตรการป้องกันการแก้ไข เข้าถึง หรือเปิดเผยข้อมูล ( $\bar{X} = 4.10$ , S.D. = 1.07) มีมาตรการในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล ( $\bar{X} = 3.97$ , S.D. = 0.98) มีนโยบายและวิธีปฏิบัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ ( $\bar{X} = 3.91$ , S.D. = 0.92) และการมี พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 และการกำกับใช้คุ้มครองผู้ใช้บริการ ( $\bar{X} = 3.85$ , S.D. = 1.13)

4.4 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ประกอบด้วย คุณภาพการบริการ การใช้บริการซ้ำ ๆ ความพึงพอใจ และการบอกต่อของลูกค้า โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
คุณภาพการบริการ	4.15	0.83	มาก
การใช้บริการซ้ำ ๆ	4.15	0.83	มาก
ความพึงพอใจ	4.16	0.85	มาก
การบอกต่อของลูกค้า	4.15	0.85	มาก
รวม	4.15	0.81	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$ , S.D. = 0.81) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.16$ , S.D. = 0.85) รองลงมา การบอกต่อของลูกค้า ( $\bar{X} = 4.15$ , S.D. = 0.85) และคุณภาพการบริการ ( $\bar{X} = 4.15$ , S.D. = 0.83) การใช้บริการซ้ำ ๆ ( $\bar{X} = 4.15$ , S.D. = 0.83) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ  
ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

คุณภาพการบริการ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
21. ท่านคิดว่าแอป พลิเคชัน ธ.ก.ส. A- Mobile มีการเข้าสู่ ระบบด้วยความ รวดเร็ว ทันต่อความ ต้องการ	204 (51.00)	110 (27.50)	50 (12.50)	23 (5.80)	13 (3.20)	4.17	1.06	มาก
22. ท่านคิดว่าแอป พลิเคชัน ธ.ก.ส. A- Mobile มีเจ้าหน้าที่ คอยให้คำปรึกษา ตลอดเวลา	186 (46.50)	112 (28.00)	49 (12.20)	36 (9.00)	17 (4.20)	4.04	1.15	มาก
23. ท่านคิดว่าแอป พลิเคชัน ธ.ก.ส. A- Mobile มีคุณภาพ ในการทำธุรกรรม ต่าง ๆ	146 (36.50)	157 (39.20)	68 (17.00)	23 (5.80)	6 (1.50)	4.04	0.94	มาก
24. ท่านคิดว่าแอป พลิเคชัน ธ.ก.ส. A- Mobile สามารถทำ ธุรกรรมที่ หลากหลาย	206 (51.50)	118 (29.50)	49 (12.20)	20 (5.00)	7 (1.80)	4.24	0.96	มาก ที่สุด
25. ท่านคิดว่าแอป พลิเคชัน ธ.ก.ส. A- Mobile พร้อม ให้บริการตลอดเวลา	227 (56.80)	103 (25.80)	33 (8.20)	27 (6.80)	10 (2.50)	4.28	1.03	มาก ที่สุด
<b>ภาพรวม</b>						<b>4.15</b>	<b>0.83</b>	<b>มาก</b>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$  , S.D. = 0.83) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile พร้อมให้บริการตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.28$  , S.D. = 1.03) รองลงมา ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile สามารถทำธุรกรรมที่หลากหลาย ( $\bar{X} = 4.24$  , S.D. = 0.96) ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile มีการเข้าสู่ระบบด้วยความรวดเร็ว ทันต่อความต้องการ ( $\bar{X} = 4.17$  , S.D. = 1.06) ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำปรึกษาตลอดเวลา ( $\bar{X} = 4.04$  , S.D. = 1.15) และท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile มีคุณภาพในการทำธุรกรรมต่าง ๆ ( $\bar{X} = 4.04$  , S.D. = 0.94)

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการซ้ำ ๆ ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

การใช้บริการ ซ้ำ ๆ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
26. หากท่าน ต้องการทำ ธุรกรรมทางการ เงินในครั้งต่อไป ท่านจะเลือกใช้ บริการแอป พลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile อีก	164 (41.00)	151 (37.80)	61 (15.20)	21 (5.20)	3 (0.80)	4.13	0.90	มาก
27. หากท่าน ต้องการทำ ธุรกรรมทางการ เงิน ท่านจะนึก ถึง ธ.ก.ส. A- Mobile เป็น ลำดับแรก	190 (47.50)	124 (31.00)	49 (12.20)	26 (6.50)	11 (2.80)	4.14	1.04	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการซ้ำ ๆ ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร (ต่อ)

การใช้บริการ ซ้ำ ๆ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
28. ท่านจะ เลือกใช้บริการ แอปพลิเคชัน ธ. ก.ส. A-Mobile อีก ถึงแม้ท่าน จะมีแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์ กึ่งของธนาคาร อื่น ๆ	187 (46.80)	115 (28.80)	41 (10.20)	44 (11.00)	13 (3.20)	4.05	1.14	มาก
29. ท่านจะ เลือกใช้บริการ แอปพลิเคชัน ธ. ก.ส. A-Mobile อีก ถึงแม้จะมี ผู้อื่นแนะนำของ ธนาคารอื่น ๆ	164 (41.00)	147 (36.80)	72 (18.00)	15 (3.80)	2 (0.50)	4.14	0.87	มาก
30. ท่านมีความ ตั้งใจที่จะ กลับมาใช้ บริการ แอปพลิเคชัน ธ. ก.ส. A-Mobile อีกในอนาคต	225 (56.20)	98 (24.50)	59 (14.80)	11 (2.80)	7 (1.80)	4.31	0.94	มากที่สุด
<b>ภาพรวม</b>						<b>4.15</b>	<b>0.83</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการใช้บริการซ้ำ ๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับ  
เอกสารนี้มาก ( $\bar{x} = 4.15$ , S.D. = 0.83) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ท่านมีความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการ  
ไม่ว่าการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile อีกในอนาคต ( $\bar{x} = 4.31$ , S.D. = 0.94) รองลงมา หากท่านต้องการ

ทำธุรกรรมทางการเงิน ท่านจะนึกถึง ธ.ก.ส. A-Mobile เป็นลำดับแรก ( $\bar{X} = 4.14$  , S.D. = 1.04) ท่านจะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile อีก ถึงแม้จะมีผู้อื่นแนะนำของธนาคารอื่น ๆ ( $\bar{X} = 4.14$  , S.D. = 0.87) หากท่านต้องการทำธุรกรรมทางการเงินในครั้งต่อไป ท่านจะเลือกใช้ บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile อีก ( $\bar{X} = 4.13$  , S.D. = 0.90) และท่านจะเลือกใช้บริการ แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile อีก ถึงแม้ท่านจะมีแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารอื่น ๆ ( $\bar{X} = 4.05$  , S.D. = 1.14)

**ตารางที่ 4.19** ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจ ของ ลูกค้านักวิชาการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

ความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
31. ท่านรู้สึกพึงพอใจเมื่อใช้ บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile	213 (53.20)	102 (25.50)	42 (10.50)	34 (8.50)	9 (2.20)	4.19	1.07	มาก
32. ท่านรู้สึกคุ้มค่าเมื่อใช้ บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile	176 (44.00)	134 (33.50)	67 (16.80)	22 (5.50)	1 (2.00)	4.16	0.91	มาก
33. ท่านรู้สึกพึงพอใจการ ยกเว้นค่าธรรมเนียมในการ โอนเงินหรือถอนเงินไม่ใช้ บัตร	208 (52.00)	111 (27.80)	50 (12.50)	22 (5.50)	9 (2.20)	4.22	1.01	มากที่สุด
34. ท่านรู้สึกพึงพอใจใน แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A- Mobile ที่มีบริการที่ตรงกับ ความต้องการ	200 (50.00)	106 (26.50)	47 (11.80)	35 (8.80)	12 (3.00)	4.12	1.10	มาก
35. ท่านรู้สึกพึงพอใจใน แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A- Mobile ที่มีการป้องกันการ โจรกรรมทางการเงิน	167 (41.80)	145 (36.20)	61 (15.20)	23 (5.80)	4 (1.00)	4.12	0.93	มาก
<b>ภาพรวม</b>						<b>4.16</b>	<b>0.85</b>	<b>มาก</b>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.16$ , S.D. = 0.85) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ท่านรู้สึกพึงพอใจการยกเว้นค่าธรรมเนียมในการโอนเงินหรือถอนเงินไม่ใช้บัตร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.22$ , S.D. = 1.01) รองลงมา ท่านรู้สึกพึงพอใจเมื่อใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ( $\bar{X} = 4.19$ , S.D. = 1.07) ท่านรู้สึกคุ้มค่าเมื่อใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ( $\bar{X} = 4.16$ , S.D. = 0.91) ท่านรู้สึกพึงพอใจในแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ที่มีบริการที่ตรงกับความต้องการ ( $\bar{X} = 4.12$ , S.D. = 1.10) และท่านรู้สึกพึงพอใจในแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ที่มีการป้องกันการโจรกรรมทางการเงิน ( $\bar{X} = 4.12$ , S.D. = 0.93)

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบอกต่อของลูกค้าของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

การบอกต่อของลูกค้า	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
36. ท่านจะมีการแนะนำคนรอบตัวของท่านให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile	213 (53.20)	109 (27.20)	57 (14.20)	16 (4.00)	5 (1.20)	4.27	0.93	มากที่สุด
37. ท่านพูดถึงคุณภาพในการใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ให้ผู้อื่นฟัง	246 (61.50)	83 (20.80)	35 (8.80)	25 (6.20)	11 (2.80)	4.32	1.04	มากที่สุด
38. ท่านบอกต่อให้คนรอบตัวของท่านให้เลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile เป็นลำดับแรก	159 (39.80)	155 (38.80)	62 (15.51)	17 (4.20)	7 (1.80)	4.10	0.93	มาก
39. ท่านยินดีให้คำแนะนำหากบุคคลรอบตัวของท่านต้องการข้อมูล	173 (43.20)	132 (33.00)	60 (15.00)	24 (6.00)	11 (2.80)	4.08	1.03	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบอกต่อของลูกค้าของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร (ต่อ)

การบอกต่อของลูกค้า	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
40. หากท่านได้ยินบุคคลอื่น ๆ พูดถึงบริการ แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A- Mobile ในแง่ลบ ท่านยินดี จะแก้ต่างให้	172 (43.00)	128 (32.00)	36 (9.00)	49 (12.20)	15 (3.80)	3.98	1.16	มาก
ภาพรวม						4.15	0.85	มาก

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการบอกต่อของลูกค้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$ , S.D. = 0.85) เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ท่านพูดถึงคุณภาพในการใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ให้ผู้อื่นฟัง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.32$ , S.D. = 1.04) รองลงมา ท่านจะมีการแนะนำคนรอบตัวของท่านให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ( $\bar{X} = 4.27$ , S.D. = 0.93) ท่านบอกต่อให้คนรอบตัวของท่านให้เลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile เป็นลำดับแรก ( $\bar{X} = 4.10$ , S.D. = 0.93) ท่านยินดีให้คำแนะนำ หากบุคคลรอบตัวของท่านต้องการข้อมูล ( $\bar{X} = 4.08$ , S.D. = 1.03) และหากท่านได้ยินบุคคลอื่น ๆ พูดถึงบริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ในแง่ลบ ท่านยินดีจะแก้ต่างให้ ( $\bar{X} = 3.98$ , S.D. = 1.16)

4.5 ผลการวิเคราะห์ การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กึ่งที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร (ผลการทดสอบสมมติฐาน) โดยการวิเคราะห์ F-Test (One Way ANOVA) ค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธีของ LSD กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หาค่าโดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

(ผลการทดสอบสมมติฐาน) โดยการวิเคราะห์ F-Test (One Way ANOVA) ค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธีของ LSD กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หาค่าโดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สมมติฐานที่ 1 : พฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กึ่งที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรนำไปทำประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 4.21** การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กึ่งที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร จำแนกตามช่องทางการรับรู้การให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile

$H_0$  = ช่องทางการรับรู้การให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = ช่องทางการรับรู้การให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร แตกต่างกัน

**จำแนกตามช่องทางการรับรู้การให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile**

ช่องทางการรับรู้การให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile	ความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig
เพื่อน/คนรู้จัก	3.42	0.82	25.63	.000*
ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	4.10	0.83		
พนักงานธนาคาร	4.40	0.62		
Social Media	4.44	0.58		
อื่น ๆ	3.91	0.98		
รวม	4.15	0.81		

\*P < .05

จากตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้านช่องทางการรับรู้การให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile ของผู้ตอบแบบสอบถาม พิจารณาระดับความสำคัญต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร มีความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$  , S.D. = 0.81) พบว่า ความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร มีช่องทางการรับรู้การให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile จาก Social Media มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.44$  , S.D. = 0.58) รองลงมาคือจากพนักงานธนาคาร มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.40$  , S.D. = 0.62) จากครอบครัว/ญาติพี่น้อง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.10$  , S.D. = 0.83) จากอื่น ๆ คือ ไปสเตอร์โฆษณา และตู้ ATM มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.91$  , S.D. = 0.98) และจากเพื่อน/คนรู้จัก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.42$  , S.D. = 0.82) ตามลำดับ

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ F-test เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ตัวแปรต้น ที่มีค่าตอบมากกว่า 2 กลุ่ม คือ ช่องทางการรับรู้การให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile พบว่า ได้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ค่าสถิติที่คำนวณ (F) เท่ากับ 25.63 และค่านัยสำคัญ เท่ากับ 0.001 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถิติที่ 0.05 แสดงว่าพฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ได้แก่ ช่องทางการรับรู้การให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile ที่ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.22** การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร จำแนกตามประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ

$H_0$  = ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร แตกต่างกัน

จำแนกตามประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ				
ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ	ความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig
ตรวจสอบยอดคงเหลือ	3.32	0.82	31.12	.000
โอนเงินระหว่างบัญชี	4.00	0.77		
ชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ	4.52	0.48		
เติมเงินโทรศัพท์มือถือ	4.55	0.49		
ซื้อขายตราสารหรือกองทุน	3.95	0.98		
อื่น ๆ	3.85	0.92		
รวม	4.15	0.81		

\* $P < .05$

จากตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้านประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม พิจารณาระดับความสำคัญต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร มีความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$ , S.D. = 0.81) พบว่า ความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร มีประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ เติมเงินโทรศัพท์มือถือ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.55$ , S.D. = 0.49) รองลงมา คือชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.52$ , S.D. = 0.48) โอนเงินระหว่างบัญชี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = 0.77) ซื้อขายตราสารหรือกองทุน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$ , S.D. = 0.98) อื่น ๆ คือ ถอนเงินไม่ใช้บัตร ขอรายการเคลื่อนไหวบัญชี ผ่ากลสลาก และเปลี่ยนแปลงวงเงินการ

ทำธุรกรรม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.85$  , S.D. = 0.92) และตรวจสอบยอดคงเหลือมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.32$  , S.D. = 0.82) ตามลำดับ

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ F-test เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ตัวแปรต้น ที่มีค่าตอบมากกว่า 2 กลุ่ม คือ ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ พบว่า ได้ค่าสถิติที่คำนวณ (F) เท่ากับ 31.12 และค่านัยสำคัญ เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า พฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ได้แก่ ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.23** การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

$H_0$  = ความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = ความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร แตกต่างกัน

จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ				
ความถี่ในการใช้บริการ	ความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig
โดยเฉลี่ย 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	4.03	0.91	4.70	.000*
โดยเฉลี่ย 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	4.09	0.78		
โดยเฉลี่ย 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	4.54	0.59		
โดยเฉลี่ยมากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	4.48	0.40		
อื่น ๆ	4.38	0.62		
รวม	4.15	0.81		

\*P<.05

จากตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้านรายได้ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม พิจารณาระดับความสำคัญต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร มีความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$  , S.D. = 0.81) พบว่า ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

มีความถี่ในการใช้บริการโดยเฉลี่ย 5-6 ครั้ง/สัปดาห์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.54$  , S.D. = 0.59) ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า พฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ได้แก่ ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการที่แตกต่างกัน

S.D. = 0.59) รองลงมา โดยเฉลี่ยมากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.48 , S.D. = 0.40) อื่น ๆ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.38 , S.D. = 0.62) โดยเฉลี่ย 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.09 , S.D. = 0.78) และโดยเฉลี่ย 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.03 , S.D. = 0.91) ตามลำดับ

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ F-test เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ตัวแปรต้น ที่มีค่าตอบมากกว่า 2 กลุ่ม คือ ความถี่ในการใช้บริการ พบว่า ได้ค่าสถิติที่คำนวณ (F) เท่ากับ 4.70 และค่านัยสำคัญ เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่าพฤติกรรมการใช้บริการโรมบายนั่งเบาะกึ่ง ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.24** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธีของ LSD จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ความถี่ในการใช้บริการ		Mean Difference	Std. Error	Sig
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	3-4 ครั้ง/สัปดาห์	-.05	.08	.51
	5-6 ครั้ง/สัปดาห์	-.50	.15	.00*
	มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	-.44	.14	.00*
	อื่น ๆ	-.35	.22	.11
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	1-2 ครั้ง/สัปดาห์	.05	.08	.51
	5-6 ครั้ง/สัปดาห์	-.44	.15	.00*
	มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	-.38	.14	.00*
	อื่น ๆ	-.29	.22	.19
5-6 ครั้ง/สัปดาห์	1-2 ครั้ง/สัปดาห์	.50	.15	.00*
	3-4 ครั้ง/สัปดาห์	.44	.15	.00*
	มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	.06	.19	.75
	อื่น ๆ	.15	.25	.55
มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	1-2 ครั้ง/สัปดาห์	.44	.14	.00*
	3-4 ครั้ง/สัปดาห์	.38	.14	.00*
	5-6 ครั้ง/สัปดาห์	-.06	.19	.75
	อื่น ๆ	.09	.24	.71

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธีของ LSD จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ(ต่อ)

ความถี่ในการใช้บริการ	Mean	Std. Error	Sig	
	Difference			
อื่น ๆ	1-2 ครั้ง/สัปดาห์	.35	.22	.11
	3-4 ครั้ง/สัปดาห์	.29	.22	.19
	5-6 ครั้ง/สัปดาห์	-.15	.25	.55
	มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	-.09	.24	.71

\*P < .05

จากตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธีของ LSD จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างความถี่ในการใช้บริการ โดยเฉลี่ย 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ กับ 5-6 ครั้ง/สัปดาห์ ได้ค่านัยสำคัญ เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.50 ค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่าง 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ กับ มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์ ได้ค่านัยสำคัญ เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ -0.44 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 4.25** การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กึ่งที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร จำแนกตามจำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง

$H_0$  = จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้งที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้งที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร แตกต่างกัน

**จำแนกตามจำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง**

จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง	ความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร			
	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig
ต่ำกว่า 500 บาท	3.36	0.80	29.76	.000*
501 – 1,500 บาท	4.02	0.81		
1,501 – 2,500 บาท	4.50	0.49		
2,501 – 3,500 บาท	4.55	0.49		
3,501 – 4,500 บาท	3.95	0.98		
มากกว่า 4,501 บาทขึ้นไป	3.85	0.90		
รวม	4.15	0.81		

\*P < .05

จากตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้านจำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง ของผู้ตอบแบบสอบถาม พิจารณาระดับความสำคัญต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร มีความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$  , S.D. = 0.81) พบว่า ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ใช้จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง 2,501 – 3,500 บาท มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.55$  , S.D. = 0.49) รองลงมา ใช้จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง 1,501 – 2,500 บาท มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.50$  , S.D. = 0.49) ใช้จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง 501 – 1,500 บาท มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.02$  , S.D. = 0.81) ใช้จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง 3,501 – 4,500 บาท มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$  , S.D. = 0.98)

ใช้จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง มากกว่า 4,501 บาทขึ้นไป มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.85$  , S.D. = 0.90) เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไมออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.85 , S.D. = 0.90) และใช้จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง ต่ำกว่า 500 บาท มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$  = 3.36 , S.D. = 0.80) ตามลำดับ

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ F-test เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ตัวแปรต้น ที่มีค่าตอบมากกว่า 2 กลุ่ม คือ จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง พบว่า ได้ค่าสถิติที่คำนวณ (F) เท่ากับ 29.76 และค่านัยสำคัญ เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่าพฤติกรรมการใช้บริการโฉบเฉี่ยวแบ่งกึ่ง ได้แก่ จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้งที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.26** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธีของ LSD จำแนกตามจำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง

จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง		Mean Difference	Std. Error	Sig
ต่ำกว่า 500 บาท	501 – 1,500 บาท	-.66	.11	.00*
	1,501 – 2,500 บาท	-1.14	.10	.00*
	2,501 – 3,500 บาท	-1.18	.11	.00*
	3,501 – 4,500 บาท	-.58	.14	.00*
	4,501 บาทขึ้นไป	-.49	.16	.00*
501 – 1,500 บาท	ต่ำกว่า 500 บาท	.66	.11	.00*
	1,501 – 2,500 บาท	-.48	.10	.00*
	2,501 – 3,500 บาท	-.52	.10	.00*
	3,501 – 4,500 บาท	.07	.14	.58
	4,501 บาทขึ้นไป	.17	.16	.29
1,501 – 2,500 บาท	ต่ำกว่า 500 บาท	1.14	.10	.00*
	501 – 1,500 บาท	0.48	.10	.00*
	2,501 – 3,500 บาท	-.04	.09	.66
	3,501 – 4,500 บาท	.55	.13	.00*
	4,501 บาทขึ้นไป	.65	.15	.00*
2,501 – 3,500 บาท	ต่ำกว่า 500 บาท	1.18	.11	.00*
	501 – 1,500 บาท	.52	.10	.00*
	1,501 – 2,500 บาท	.04	.09	.66
	3,501 – 4,500 บาท	.60	.14	.00*
	4,501 บาทขึ้นไป	.69	.16	.00*

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธีของ LSD จำแนกตามจำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง (ต่อ)

จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง		Mean Difference	Std. Error	Sig
3,501 – 4,500 บาท	ต่ำกว่า 500 บาท	.58	.14	.00*
	501 – 1,500 บาท	-.07	.14	.58
	1,501 – 2,500 บาท	-.55	.13	.00*
	2,501 – 3,500 บาท	-.60	.14	.00*
	4,501 บาทขึ้นไป	.09	.18	.61
4,501 บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 500 บาท	.49	.16	.00*
	501 – 1,500 บาท	-.17	.16	.29
	1,501 – 2,500 บาท	-.65	.15	.00*
	2,501 – 3,500 บาท	-.69	.16	.00*
	3,501 – 4,500 บาท	-.09	.18	.61

\*P < .05

จากตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธีของ LSD จำแนกตามจำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างจำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง ต่ำกว่า 500 บาท กับ 501 – 1,500 บาท ได้ค่านัยสำคัญ เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.66 ค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่าง ต่ำกว่า 500 บาท กับ 1,501 – 2,500 บาท ได้ค่านัยสำคัญ เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -1.14 ค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่าง ต่ำกว่า 500 บาท กับ 2,501 – 3,500 บาท ได้ค่านัยสำคัญ เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -1.18 ค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่าง ต่ำกว่า 500 บาท กับ 3,501 – 4,500 บาท ได้ค่านัยสำคัญ เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.58 ค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่าง ต่ำกว่า 500 บาท กับ 4,501 บาทขึ้นไป ได้ค่านัยสำคัญ เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.49

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.6 ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร (ผลการทดสอบสมมติฐาน) โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน โดยการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ

ในการทดสอบสมมติฐานมีกระบวนการทางสถิติ โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพื่อทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ และในการทดสอบสมมติฐานพหุคูณ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์เส้นตรงร่วมพหุระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) โดยใช้วิธีการ Correlation Analysis และเมื่อไม่พบความสัมพันธ์เส้นตรงร่วมพหุระหว่างตัวแปรอิสระ ก็จะดำเนินการทดสอบสมมติฐานพหุคูณโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) โดยวิธีการ Enter Method ในลำดับต่อไป

ซึ่งจากการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และจะยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แทน คือ

**สมมติฐานที่ 2** ( $H_0$ ) : ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ไม่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

( $H_1$ ) : ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

ผลการศึกษาการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคสหสัมพันธ์เพียร์สัน ( $r$ ) ระหว่างปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ได้ผลการศึกษาดังตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กึ่ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กึ่ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร				
	(X <sub>1</sub> )	(X <sub>2</sub> )	(X <sub>3</sub> )	(X <sub>4</sub> )
1. ความปลอดภัยในการใช้งาน (X <sub>1</sub> )	1	0.712**	0.695**	0.659**
2. ความง่ายของการใช้งาน (X <sub>2</sub> )		1	0.769**	0.746**
3. ประโยชน์ของการใช้งาน (X <sub>3</sub> )			1	0.795**
4. กฎหมาย และ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์และการกำกับใช้ (X <sub>4</sub> )				1

\*P < .01

จากตารางที่ 4.27 ผลการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กึ่ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ตามเงื่อนไขทางสถิติพบว่าตัวแปรต้นทั้งหมดมีค่าความสัมพันธ์กันเองอยู่ระหว่าง 0.712 – 0.795 จึงถือได้ว่าตัวแปรต้นทั้งหมดไม่มีปัญหาความสัมพันธ์กันเองหรือไม่มีปัญหา Multicollinearity จึงสามารถศึกษาวิเคราะห์ตัวแปรต้นทั้งหมดที่ส่งผลต่อตัวแปรตามด้วยเทคนิคการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตามได้

พฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กึ่ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 วิเคราะห์ตัวแปรต้นทั้งหมดที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการสมการพยากรณ์ดังตารางที่ 4.28

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.28 ค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติทดสอบพฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร	Unstandardized Coefficients		Standardize d	t	Sig
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
ค่าคงที่	0.197	0.089		2.208	.028
1. ความปลอดภัยในการทำงาน	0.313	0.045	0.336	6.921	.000*
2. ความง่ายของการใช้งาน	0.048	0.036	0.047	1.326	.186
3. ประโยชน์ของการใช้งาน	0.272	0.051	0.270	5.286	.000*
4. กฎหมาย และ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์และการกำกับใช้ (X <sub>4</sub> )	0.333	0.044	0.316	7.524	.000*
R = 0.921 <sup>a</sup>		R <sup>2</sup> = 0.848	Se <sub>est</sub> = 0.319	F = 549.544	Sig = 0.000

\*P < .05

R แทนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ

R<sup>2</sup> แทนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์

SE<sub>est</sub> แทนความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์

F แทนสถิติที่ใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบเอฟเพื่อทราบนัยสำคัญของ R

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ประกอบไปด้วย 4 ตัวแปร ซึ่งเป็นตัวพยากรณ์ ได้แก่ ความปลอดภัยในการทำงาน ความง่ายของการใช้งาน ประโยชน์ของการใช้งาน กฎหมาย และ พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์และการกำกับใช้ ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร (ค่า R = 0.921) หมายถึง มีความสัมพันธ์กันสูงมาก สามารถใช้ตัวแปรต้นทั้งหมดพยากรณ์ตัวแปรตามได้ดีและสามารถอธิบาย (ตัวแปรตาม) ความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร (R<sup>2</sup> = 0.848) และมีความคลาดเคลื่อนไม่มากในการพยากรณ์ (SE<sub>est</sub> = 0.319) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัย

และการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ด้านความปลอดภัยในการใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\beta = 0.313, p < .05$ ) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ H<sub>1</sub> ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ด้านความง่ายของการใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\beta = 0.048, p < .05$ ) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ H<sub>1</sub> ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ด้านประโยชน์ของการใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\beta = 0.272, p < .05$ ) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ H<sub>1</sub> ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ด้านกฎหมาย และ พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์และการกำกับใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\beta = 0.333, p < .05$ ) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ H<sub>1</sub> ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

ทั้งนี้ตัวแปรอิสระปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ความปลอดภัยในการใช้งาน ความง่ายของการใช้งาน ประโยชน์ของการใช้งาน กฎหมาย และ พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์และการกำกับใช้ มีประสิทธิภาพร่วมกัน พยากรณ์และอธิบายตัวแปรตาม ประสิทธิภาพการดำเนินงานของตัวแปรอิสระได้ร้อยละ 84.80 ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.197 + 0.313 X_1 + 0.048 X_2 + 0.272 X_3 + 0.333 X_4$$

$$\hat{Z} = 0.336 Z_1 + 0.047 Z_2 + 0.270 Z_3 + 0.316 Z_4$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร โดยกลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ที่ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ธ.ก.ส. A-Mobile จำนวน 400 ราย การกำหนดกลุ่มประชากร โดยการคำนวณด้วยสูตร Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม จำนวน 50 ข้อ การเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงเดือนพฤศจิกายน 2564 ทำการหาคุณภาพเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตามเทคนิค IOC โดยใช้เกณฑ์ข้อคำถามที่มีค่า  $IOC < 0.66$  และทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามใช้วิธี Alpha Coefficient ของ Cochran โดยการทดสอบหาค่าประสิทธิผลของความเชื่อมั่นของข้อคำถามที่มีมาตรวัดแบบช่วง (Interval Scale) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.88 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ และ F-test (One Way ANOVA) เพื่อทดสอบพฤติกรรมและความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ซึ่งผู้ศึกษาขอแนะนำสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะตามลำดับดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร จังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร จังหวัดชุมพร

### 5.1.1 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่องทางการรับรู้การให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile จากพนักงานธนาคาร จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.80 รองลงมาคือช่องทางรับรู้การให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile จาก Social Media จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 มีช่องทางรับรู้การให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile จากครอบครัว/ญาติพี่น้อง จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.20 มีช่องทางรับรู้การให้บริการจากเพื่อน/คนรู้จัก จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 และมีช่องทางรับรู้การให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile จากช่องทางอื่น ๆ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ใช้บริการธุรกรรม ชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.20 รองลงมาใช้บริการโอนเงินระหว่างบัญชี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 ใช้บริการเติมเงินโทรศัพท์มือถือ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.20 ใช้บริการตรวจสอบยอดคงเหลือ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 ใช้บริการซื้อขายตราสารหรือกองทุน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 และใช้บริการอื่น ๆ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile โดยเฉลี่ย 1 – 2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.20 รองลงมาเฉลี่ย 3 – 4 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.20 โดยเฉลี่ยมากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 โดยเฉลี่ย 5 – 6 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 และอื่น ๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ใช้บริการด้วยจำนวนเงินเฉลี่ย 1,501 – 2,500 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.80 รองลงมาใช้บริการด้วยจำนวนเงินเฉลี่ย 2,501 – 3,500 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.20 ใช้บริการด้วยจำนวนเงินเฉลี่ย 501 – 1,500 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 ใช้บริการด้วยจำนวนเงินเฉลี่ยต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ใช้บริการด้วยจำนวนเงินเฉลี่ย 3,501 – 4,500 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 และใช้บริการด้วยจำนวนเงินเฉลี่ยมากกว่า 4,501 บาทขึ้นไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 ตามลำดับ

### 5.1.2 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความปลอดภัยในการใช้งาน ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงตามระดับความคิดเห็นในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านความปลอดภัยในการใช้งาน ด้านความง่ายของการใช้งาน ด้านประโยชน์ของการใช้งาน ด้านกฎหมาย และ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ และการกำกับใช้ ดังนี้

ด้านความปลอดภัยในการใช้งาน พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อความปลอดภัยในการใช้งานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.89, S.D. = 0.79) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การมีระบบป้องกัน

การขโมยรหัสผ่านที่น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.98$ , S.D. = 1.04) รองลงมา การมีระบบความปลอดภัยต่อการป้องกันการโจรกรรม ( $\bar{X} = 3.98$ , S.D. = 0.97) การมีการสงวนสิทธิและความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ ( $\bar{X} = 3.90$ , S.D. = 1.11) การลงทะเบียนใช้งานครั้งแรกผ่านตู้ ATM อินเทอร์เน็ต และเคาน์เตอร์ธนาคาร ( $\bar{X} = 3.88$ , S.D. = 1.12) และการมีรหัสผ่านก่อนเข้าใช้บริการในแต่ละครั้ง ( $\bar{X} = 3.76$ , S.D. = 0.92) ตามลำดับ

ด้านความง่ายของการใช้งาน พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อความง่ายของการใช้งานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.13$ , S.D. = 0.87) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การทำรายการง่ายไม่ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.19$ , S.D. = 1.00) รองลงมา มีการประมวลผลที่รวดเร็ว ( $\bar{X} = 4.18$ , S.D. = 1.06) ภาษาที่ใช้สามารถอ่านและเข้าใจง่าย ( $\bar{X} = 4.14$ , S.D. = 1.07) มีรูปแบบที่ใช้งานง่าย ( $\bar{X} = 4.12$ , S.D. = 0.89) และมีการแยกหมวดหมู่ที่ชัดเจน ( $\bar{X} = 4.04$ , S.D. = 1.10) ตามลำดับ

ด้านประโยชน์ของการใช้งาน พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อประโยชน์ของการใช้งานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.19$ , S.D. = 0.08) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ประหยัดเวลาในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.31$ , S.D. = 0.92) รองลงมา ประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้งาน ( $\bar{X} = 4.25$ , S.D. = 1.06) การใช้บริการธุรกรรมการเงินผ่านมือถือช่วยทุ่นแรงในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร หรือตู้ ATM ( $\bar{X} = 4.19$ , S.D. = 1.00) ความสะดวกในการใช้งาน ( $\bar{X} = 4.14$ , S.D. = 0.89) และสามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ ทุกเวลา ( $\bar{X} = 4.11$ , S.D. = 0.91) ตามลำดับ

ด้านกฎหมาย และ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ และการกำกับใช้ พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อกฎหมาย และ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์และการกำกับใช้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.99$ , S.D. = 0.77) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีการสงวนสิทธิและความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ที่น่าเชื่อถือ ( $\bar{X} = 4.13$ , S.D. = 0.90) รองลงมา มีมาตรการป้องกันการแก้ไข เข้าถึง หรือเปิดเผยข้อมูล ( $\bar{X} = 4.10$ , S.D. = 1.07) มีมาตรการในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล ( $\bar{X} = 3.97$ , S.D. = 0.98) มีนโยบายและวิธีปฏิบัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ ( $\bar{X} = 3.91$ , S.D. = 0.92) และการมี พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 และการกำกับใช้คุ้มครองผู้ใช้บริการ ( $\bar{X} = 3.85$ , S.D. = 1.13) ตามลำดับ

### 5.1.3 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงตามระดับความคิดเห็นในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการใช้บริการซ้ำ ๆ ด้านความพึงพอใจ ด้านการบอกต่อของลูกค้า ดังนี้

ด้านคุณภาพการบริการ พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$ , S.D. = 0.83) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Mobile พร้อมให้บริการตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.28$  , S.D. = 1.03) รองลงมา ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile สามารถทำธุรกรรมที่หลากหลาย ( $\bar{X} = 4.24$  , S.D. = 0.96) ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile มีการเข้าสู่ระบบด้วยความรวดเร็ว ทันต่อความต้องการ ( $\bar{X} = 4.17$  , S.D. = 1.06) ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำปรึกษาตลอดเวลา ( $\bar{X} = 4.04$  , S.D. = 1.15) และท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile มีคุณภาพในการทำธุรกรรมต่าง ๆ ( $\bar{X} = 4.04$  , S.D. = 0.94) ตามลำดับ

ด้านการใช้บริการซ้ำ ๆ พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการใช้บริการซ้ำ ๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$  , S.D. = 0.83) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ท่านมีความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile อีกในอนาคต ( $\bar{X} = 4.31$  , S.D. = 0.94) รองลงมา หากท่านต้องการทำธุรกรรมทางการเงิน ท่านจะนึกถึง ธ.ก.ส. A-Mobile เป็นลำดับแรก ( $\bar{X} = 4.14$  , S.D. = 1.04) ท่านจะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile อีก ถึงแม้จะมีผู้อื่นแนะนำของธนาคารอื่น ๆ ( $\bar{X} = 4.14$  , S.D. = 0.87) หากท่านต้องการทำธุรกรรมทางการเงินในครั้งต่อไป ท่านจะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile อีก ( $\bar{X} = 4.13$  , S.D. = 0.90) และท่านจะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile อีก ถึงแม้ท่านจะมีแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารอื่น ๆ ( $\bar{X} = 4.05$  , S.D. = 1.14) ตามลำดับ

ด้านความพึงพอใจ พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.16$  , S.D. = 0.85) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ท่านรู้สึกพึงพอใจการยกเว้นค่าธรรมเนียมในการโอนเงินหรือถอนเงินไม่ใช้บัตร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.22$  , S.D. = 1.01) รองลงมา ท่านรู้สึกพึงพอใจเมื่อใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ( $\bar{X} = 4.19$  , S.D. = 1.07) ท่านรู้สึกคุ้มค่าเมื่อใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ( $\bar{X} = 4.16$  , S.D. = 0.91) ท่านรู้สึกพึงพอใจในแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ที่มีบริการที่ตรงกับความต้องการ ( $\bar{X} = 4.12$  , S.D. = 1.10) และท่านรู้สึกพึงพอใจในแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ที่มีการป้องกันการโจรกรรมทางการเงิน ( $\bar{X} = 4.12$  , S.D. = 0.93) ตามลำดับ

ด้านการบอกต่อของลูกค้า พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการบอกต่อของลูกค้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$  , S.D. = 0.85) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ท่านพูดถึงคุณภาพในการใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ให้ผู้อื่นฟัง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.32$  , S.D. = 1.04) รองลงมา ท่านจะมีการแนะนำครอบครัวของท่านให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ( $\bar{X} = 4.27$  , S.D. = 0.93) ท่านบอกต่อให้ครอบครัวของท่านให้เลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile เป็นลำดับแรก ( $\bar{X} = 4.10$  , S.D. = 0.93) ท่านยินดีให้คำแนะนำ หากบุคคลรอบตัวของท่านต้องการข้อมูล ( $\bar{X} = 4.08$  , S.D. = 1.03) และหากท่านได้ยินบุคคลอื่น ๆ พูดถึงบริการแอปพลิเคชัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ธ.ก.ส. A-Mobile ในแง่ลบ ท่านยินดีจะแก้ต่างให้ ( $\bar{X} = 3.98$  , S.D. = 1.16) ตามลำดับ  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

การศึกษา พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ประกอบไปด้วย ความปลอดภัยในการใช้งาน ความง่ายของการใช้งาน ประโยชน์ของการใช้งาน กฎหมาย และ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์และการกำกับใช้ พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง มีค่าสถิติโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีระดับความคิดเห็น ด้านประโยชน์ของการใช้งาน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.19$  , S.D. = 0.80) รองลงมา ด้านความง่ายของการใช้งาน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.13$  , S.D. = 0.87) รองลงมา ด้านกฎหมาย และ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์และการกำกับใช้ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.99$  , S.D. = 0.77) รองลงมา ด้านความปลอดภัยในการใช้งาน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.89$  , S.D. = 0.79) ตามลำดับ ในภาพรวม ( $F = 549.544$  , Sig = 0.00) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple R) เท่ากับ 0.921<sup>a</sup> ค่าสัมประสิทธิ์ในการทำนาย ( $R^2$ ) เท่ากับ 0.848 ความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ ( $Se_{set}$ ) เท่ากับ 0.319 สรุปได้ว่าปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีงานวิจัยของ ปาลี คล้ายเพชร (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องการเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยี Mobile Banking : กรณีศึกษา MYMO กับ K-PLUS ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากการศึกษาพบว่าการใช้ Mobile Banking เพื่อทำธุรกรรมทางการเงิน และบรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อกับและบรรทัดฐานของคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูงส่งผลในเชิงบวกต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ซึ่งมีผลต่อในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ Mobile Banking ในการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยที่ความตั้งใจในการใช้ Mobile Banking เพื่อทำธุรกรรมทางการเงิน ส่งผลในเชิงบวกต่อการเลือกใช้จริง แต่หากมีการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้ Mobile Banking เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินจะมีผลในเชิงลบต่อความตั้งใจในการใช้ Mobile Banking และการเลือกใช้จริงของ Mobile Banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ Venkatesh, Davis and Morris (2003) กล่าวว่า ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการอธิบายปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งโดยอธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและใช้งานเทคโนโลยี 4 ปัจจัย ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ โดยการที่ผู้ใช้งานรู้สึกว่าการใช้เทคโนโลยีที่ใช้นั้นสามารถลดระยะเวลาในการทำงาน และเป็นประโยชน์ต่อการทำงาน ความคาดหวังในความพยายาม ซึ่งเป็นระดับการรับรู้ในความง่ายของการใช้งานเทคโนโลยีการทำงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร่วมกัน หรือสามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ง่ายสะดวกไม่ซับซ้อน ไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการทำงาน

### 5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย

5.3.1 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งนี้จากการศึกษาพฤติกรรมและความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ ดังนี้

5.3.1.1 จากการศึกษาพบว่า ด้านความปลอดภัยและการยอมรับการใช้เทคโนโลยีพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เพื่อเป็นการสนับสนุนให้ผู้ใช้บริการเกิดการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน Mobile Banking มากยิ่งขึ้น ผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนากระบวนการสร้างความน่าเชื่อถือในการทำงานเป็นระบบที่มีความเสถียรและสามารถตอบโจทย์ผู้ใช้บริการอย่างสูงสุด รวมถึงการพัฒนาปรับปรุงทางการรับรู้การทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด รวมทั้งได้เห็นถึงประโยชน์และความเสี่ยงทางการทำธุรกรรมทางการเงิน

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 การศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินโดยเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัยที่มีความเหมาะสมต่อกรณีศึกษาในการต่อยอดงานวิจัยนี้ในอนาคต

5.3.2.2 การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาความพึงพอใจของแอปพลิเคชัน Mobile Banking รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อแอปพลิเคชัน Mobile Banking เพื่อนำผลการศึกษากลับไปเป็นประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาระบบให้ดียิ่งขึ้น

5.3.2.3 ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้แง่มุมในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น ส่วนด้านปัจจัยหรือตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัยสามารถทำการวิจัยเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินมากยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

กาญจนา โปยายรส. (2557). *แรงจูงใจและพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.

กิตติศักดิ์ แก้วนิลประเสริฐ. (2559). การประยุกต์ใช้ตัวแบบในการสร้างความเชื่อถือว่าไว้วางใจในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, 36(3),18-31.

เกวลิน ช่วยบำรุง. (2556). *ปัจจัยทางการตลาดผ่าน Mobile Marketing ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. (การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะบริหารธุรกิจ.

เกศวิฑู ทิพย์ศ. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน)*. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเนชั่น.

ณัฐณี คุรุกิจวานิชย์. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสินในเขตธนาคารออมสินภาค3*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ. (2549). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. กรุงเทพฯ: วี อินเทอร์เน็ต.

พรชนก พลาบุลย์. (2558). *การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของรัฐบาลไทย*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พรพรรณ ช่างงานิยม. (2553). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, คณะบริหารธุรกิจ.

ภาวิณี กาญจนภา. (2559). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ภักฎดา ธีรชัยหาญ. (2559). *ปัจจัยทางการตลาดผ่าน Mobile Banking ของธนาคารไทยพาณิชย์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจดาวโหลด Application SCB UP2ME ของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารมหาวิทยาลัยกรุงเทพ. การศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ภักจิรา นิลเกษม. (2556). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดปทุมธานี**. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุรีย์พร เหมืองหลิ่ง. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต),มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

### ออนไลน์

- การเงินการธนาคาร. (2561). **สรุปพีรค่าธรรมเนียมต่างๆของธนาคาร**.  
สืบค้นจาก <https://money.kapook.com/>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2562). **ยุคที่สมาร์ทโฟน เข้าสู่จุดอิ่มตัว**.  
สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/>
- ครองขวัญ รอดหมวน. (2561). **พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่**.  
สืบค้นจาก <https://www.thaipost.net/main/detail/15886>
- ณัฐดา ประสงค์ ทรัพย์. (2559). **ศึกษาปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้าคุณภาพการให้บริการ**.  
สืบค้นจาก <http://www.repository.rmutt.ac.th/>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). **ธุรกรรมภาพรวมระบบการชำระเงิน**.  
สืบค้นจาก <http://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/>
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2562). **ธ.ก.ส. A-Mobile**.  
สืบค้นจาก <https://www.baac.or.th/th/>
- ศูนย์วิจัยกสิกร. (2560). **แผน National e-Payment**.  
สืบค้นจาก <https://www.kasikornresearch.com/>
- DAAT. (2559). **DAATเผยข้อมูลผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของไทย ไตรมาส 1 ประจำปี 2559**.  
สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/>
- Mangozero. (2563). **อนาคตของธนาคารกับบทบาทที่เปลี่ยนไป**.  
สืบค้นจาก <https://www.mangozero.com/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม (ต่อ)

### ภาษาอังกฤษ

Rogers, E., & Shoemaker, E. (1971). *Diffusion of innovations*. New York: Free.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations (5<sup>th</sup> ed.)*. New York: Free.

Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). *Assessing IT usage: The role of prior experience*. *MIS Quarterly*, 19(4), 561-570.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User acceptance of information technology: Toward a unified view*. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425-478.

Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis (2<sup>nd</sup> ed.)*. New York: Harper & Row.

Zeithaml, V. A. (1988). *Consumer perceptions of price, quality, and value: A Mean end model and synthesis of evidence*. *Journal of Marketing*, 52, 2-22.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง พฤติกรรมและความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของลูกค้า

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

**คำชี้แจง** 1. แบบสอบถามการศึกษาชุดนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง และปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

2. แบบสอบถามชุดนี้ มีจำนวน 4 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความปลอดภัยและการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile

3. ข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามนี้จะเป็นประโยชน์ทางวิชาการอย่างมากต่อการนำไปใช้เป็นข้อมูลในการศึกษา และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร จึงขอความกรุณาจากท่านได้โปรดตอบแบบสอบถามให้ตรงกับสภาพความเป็นจริง เพื่อจะได้ดำเนินในขั้นตอนต่อไปอย่างสมบูรณ์ และข้อมูลที่ท่านให้ไว้ ผู้ศึกษาจะเก็บเป็นความลับ และไม่นำไปเผยแพร่แต่ประการใด ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านเป็นอย่างสูง ที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลไว้ ณ โอกาสนี้

นางสาวพลอยงาม เลิศพรศิลป์นาการ

นักศึกษาปริญญาตรี สาขาบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ  ชาย  
 หญิง
2. อายุ  อายุต่ำกว่า 20 ปี  อายุ 21-30 ปี  
 อายุ 31-40 ปี  อายุ 41-50 ปี  
 มากกว่า 51 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ  โสด  สมรส  
 ม่าย/หย่า  แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษา  ต่ำกว่ามัธยมศึกษา  มัธยมศึกษา  
 ปวช./ปวส.  ปริญญาตรี  
 ปริญญาโท  ปริญญาเอก
5. อาชีพ  นักเรียน/นักศึกษา  เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว  
 พนักงานบริษัทเอกชน  ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 แม่บ้าน/พ่อบ้าน  เกษตรกร  
 อื่น ๆ โปรดระบุ.....
6. รายได้ต่อเดือน  ต่ำกว่า 15,000 บาท  
 15,001 – 30,000 บาท  
 30,001 – 45,000 บาท  
 มากกว่า 45,001 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile

คำชี้แจง : กรุณาตอบแบบสอบถามโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับท่านมากที่สุด

7. ช่องทางที่ท่านรับรู้การให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile
- เพื่อน/คนรู้จัก
  - ครอบครัว/ญาติพี่น้อง
  - พนักงานธนาคาร
  - Social Media โปรดระบุ.....
  - อื่น ๆ โปรดระบุ.....
8. ประเภทธุรกรรมที่ท่านใช้บริการ
- ตรวจสอบยอดคงเหลือ
  - โอนเงินระหว่างบัญชี
  - ชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ
  - เติมเงินโทรศัพท์มือถือ
  - ซื้อขายตราสารหรือกองทุน
  - อื่น ๆ โปรดระบุ.....
9. ท่านมีความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile (จำนวนครั้ง/สัปดาห์)
- โดยเฉลี่ย 1-2 ครั้ง/สัปดาห์
  - โดยเฉลี่ย 3-4 ครั้ง/สัปดาห์
  - โดยเฉลี่ย 5-6 ครั้ง/สัปดาห์
  - โดยเฉลี่ยมากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์
  - อื่น ๆ โปรดระบุ.....
10. จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง
- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 500 บาท   | <input type="checkbox"/> 501 – 1,500 บาท         |
| <input type="checkbox"/> 1,501 – 2,500 บาท | <input type="checkbox"/> 2,501 – 3,500 บาท       |
| <input type="checkbox"/> 3,501 – 4,500 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 4,501 บาทขึ้นไป |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความปลอดภัยและการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของแอปพลิเคชัน  
 ธ.ก.ส. A-Mobile

คำชี้แจง : กรุณาประเมินบริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ว่าท่านเห็นด้วยกับข้อความต่อไปนี้  
 มากน้อยเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด  
 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก  
 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง  
 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย  
 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ที่	ความปลอดภัยและการยอมรับการใช้ เทคโนโลยีของแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
<b>1. ความปลอดภัยในการใช้งาน</b>						
1.1	การลงทะเบียนใช้งานครั้งแรกผ่านตู้ ATM อินเทอร์เน็ต และเคาน์เตอร์ธนาคาร					
1.2	การมีรหัสผ่านก่อนเข้าใช้บริการในแต่ละครั้ง					
1.3	การมีระบบป้องกันการขโมยรหัสผ่านที่ น่าเชื่อถือ					
1.4	การมีการสงวนสิทธิและความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้					
1.5	มีระบบความปลอดภัยต่อการป้องกันการ โจรกรรม					
<b>2. ความง่ายของการใช้งาน</b>						
2.1	การทำรายการง่าย ไม่ซับซ้อน					
2.2	ภาษาที่ใช้สามารถอ่านและเข้าใจง่าย					
2.3	มีรูปแบบที่ใช้งานง่าย					
2.4	มีการประมวลผลที่รวดเร็ว					
2.5	มีการแยกหมวดหมู่ที่ชัดเจน					
<b>3. ประโยชน์ของการใช้งาน</b>						
3.1	ความสะดวกในการใช้งาน					
3.2	ประหยัดเวลาในการใช้งาน					
3.3	ประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้งาน					
3.4	สามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ ทุกเวลา					

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์สำหรับครูผู้ใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ตามการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5	การใช้บริการธุรกรรมการเงินผ่านมือถือช่วยทุ่นแรงในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร หรือตู้ ATM					
<b>4. กฎหมาย และ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์และการกำกับใช้</b>						
4.1	การมี พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 และการกำกับใช้คุ้มครองผู้ใช้บริการ					
4.2	มีนโยบายและวิธีปฏิบัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ					
4.3	มีมาตรการในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล					
4.4	มีมาตรการป้องกันการแก้ไข เข้าถึง หรือเปิดเผยข้อมูล					
4.5	มีการสงวนสิทธิและความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ที่น่าเชื่อถือ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile

คำชี้แจง : กรุณาประเมินความเชื่อมั่นของแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ว่าท่านเห็นด้วยกับข้อความต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด  
 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก  
 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง  
 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย  
 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ที่	ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
<b>1. คุณภาพการบริการ</b>						
1.1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile มีการเข้าสู่ระบบด้วยความรวดเร็ว ทันต่อความต้องการ					
1.2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำปรึกษาตลอดเวลา					
1.3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile มีคุณภาพในการทำธุรกรรมต่าง ๆ เช่น การโอนเงิน					
1.4	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile สามารถทำธุรกรรมที่หลากหลาย					
1.5	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile พร้อมให้บริการตลอดเวลา					
<b>2. การใช้บริการซ้ำ ๆ</b>						
2.1	หากท่านต้องการทำธุรกรรมทางการเงินในครั้งต่อไป ท่านจะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile อีก					
2.2	หากท่านต้องการทำธุรกรรมทางการเงิน ท่านจะนึกถึง ธ.ก.ส. A-Mobile เป็นลำดับแรก					
2.3	ท่านจะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile อีก ถึงแม้ท่านจะมีแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารอื่น ๆ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ลงนามแล้วสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำโดยไม่ขออนุญาต  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4	ท่านจะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile อีก ถึงแม้จะมีผู้อื่นแนะนำของธนาคารอื่น ๆ					
2.5	ท่านมีความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile อีกในอนาคต					
<b>3. ความพึงพอใจ</b>						
3.1	ท่านรู้สึกพึงพอใจเมื่อใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile					
3.2	ท่านรู้สึกคุ้มค่าเมื่อใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile					
3.3	ท่านรู้สึกพึงพอใจการยกเว้นค่าธรรมเนียมในการโอนเงินหรือถอนเงินไม่ใช้บัตร					
3.4	ท่านรู้สึกพึงพอใจในแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ที่มีบริการที่ตรงกับความต้องการ					
3.5	ท่านรู้สึกพึงพอใจในแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ที่มีการป้องกันการโจรกรรมทางการเงิน					
<b>4. การบอกต่อของลูกค้า</b>						
4.1	ท่านจะมีการแนะนำคนรอบตัวของท่านให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile					
4.2	ท่านพูดถึงคุณภาพในการใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ให้ผู้อื่นฟัง					
4.3	ท่านบอกต่อให้คนรอบตัวของท่านให้เลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile เป็นลำดับแรก					
4.4	ท่านยินดีให้คำแนะนำ หากบุคคลรอบตัวของท่านต้องการข้อมูล					
4.5	หากท่านได้ยินบุคคลอื่น ๆ พูดถึงบริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ในแง่ลบ ท่านยินดีจะแก้ต่างให้					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ข.

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิและจดหมายต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

### 1. ดร.กิตติ แก้วเขียว

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์  
จังหวัดชุมพร

### 2. คุณชลิต เกิดผล

ผู้ช่วยผู้จัดการ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

### 3. คุณสุขศิริ น้อยศรี

หัวหน้าหน่วยอำเภอ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐุมพร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “พฤติกรรมและความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว” โดย นางสาวพลอยงาม เลิศพรศิลปนาการ นักศึกษาปริญญาตรี รหัสนักศึกษา 61551025 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมีอาจารย์ ดร.อุษณีย์ เสวกวัชร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว ที่ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง

ผู้วิจัยใคร่ขออุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

ถ้าเห็นว่ายืดหยุ่น	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่ายืดหยุ่น	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่ายืดหยุ่น	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวพลอยงาม เลิศพรศิลปนาการ)

นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น.....*ดร. กิตติ แก้วเขียว*

ผู้ทรงคุณวุฒิ ดร. กิตติ แก้วเขียว

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารทูลเกล้าฯ เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ยกเว้นเห็นเหตุจำเป็นและต้องยื่นข้อร้องเรียนของเอกสารที่ส่งมาให้นำไปใช้





### คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “พฤติกรรมและความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว” โดย นางสาวพลอยงาม เลิศพรศิลป์นาการ นักศึกษาปริญญาตรี รหัสนักศึกษา 61551025 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมีอาจารย์ ดร.อุษณีย์ เสวกวิชัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว ที่ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง

ผู้วิจัยใคร่ขออนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง ส่วนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน

2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

ถ้าเห็นสอดคล้อง	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวพลอยงาม เลิศพรศิลป์นาการ)

นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น.....

ผู้ทรงคุณวุฒิ นายชลิต เกิดผล

เอกสารนี้เป็นตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





### คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “พฤติกรรมและความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของลูกค้านาคาการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว” โดย นางสาวพลอยงาม เลิศพรศิลป์นาการ นักศึกษาปริญญาตรี รหัสนักศึกษา 61551025 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมีอาจารย์ ดร.อุษณีย์ เสวกวัชรีย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามลูกค้านาคาการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว ที่ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง

ผู้วิจัยใคร่ขออุทธรณ์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวพลอยงาม เลิศพรศิลป์นาการ)

นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น.....สุขศิริ น้อยศรี.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดก็ตาม อีกหัวหน้าหน่วยอำเภอ ธนาการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบุรีรัมย์





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การหาค่าความตรง (Validity : IOC)

การทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์  
(Testability of Item Variable Congruence Index)

## ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อที่	ข้อคำถามในแบบสอบถาม	ผู้ที่เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
1.	เพศ					
	ชาย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	หญิง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2.	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	21-30 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	31-40 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	41-50 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	51-60 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	61 ปีขึ้นไป	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3.	สถานภาพ					
	โสด	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	สมรส	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ม่าย/หย่า	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	แยกกันอยู่	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4.	ระดับการศึกษาสูงสุด					
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	มัธยมศึกษา	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ปวช./ปวส.	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ปริญญาตรี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ปริญญาโท	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ปริญญาเอก	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อที่	ข้อคำถามในแบบสอบถาม	ผู้ที่เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
5.	อาชีพ					
	นักเรียน/นักศึกษา	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	พนักงานบริษัทเอกชน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	เกษตรกร	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	อื่น ๆ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6.	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 10,000 บาท	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	10,001 – 20,000 บาท	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	20,001 – 30,000 บาท	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	30,001 – 40,000 บาท	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	40,001 – 50,000 บาท	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	50,001 บาทขึ้นไป	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตอนที่ 2 แบบสอบถามด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ผู้ที่เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
7.	ช่องทางที่ท่านรับรู้การให้บริการ ธ.ก.ส. A-Mobile					
	เพื่อน/คนรู้จัก	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	พนักงานธนาคาร	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	Social Media	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	อื่น ๆ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
8.	ประเภทธุรกรรมที่ท่านใช้บริการ					
	ตรวจสอบยอดคงเหลือ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	โอนเงินระหว่างบัญชี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	เติมเงินโทรศัพท์มือถือ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ซื้อขายตราสารหรือกองทุน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	อื่น ๆ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
9.	ท่านมีความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile (จำนวนครั้ง/สัปดาห์)					
	โดยเฉลี่ย 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	โดยเฉลี่ย 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	โดยเฉลี่ย 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	โดยเฉลี่ยมากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	อื่น ๆ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
10.	จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง					
	ต่ำกว่า 500 บาท	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	501 – 1,500 บาท	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	1,501 – 2,500 บาท	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2,501 – 3,500 บาท	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3,501 – 4,500 บาท	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	มากกว่า 4,501 บาทขึ้นไป	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความปลอดภัยและการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของแอปพลิเคชัน  
ธ.ก.ส. A-Mobile

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ผู้ที่เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
<b>1. ความปลอดภัยในการใช้งาน</b>						
1.1	การลงทะเบียนใช้งานครั้งแรกผ่านตู้ ATM อินเทอร์เน็ต และเคาน์เตอร์ ธนาคาร	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
1.2	การมีรหัสผ่านก่อนเข้าใช้บริการในแต่ละครั้ง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
1.3	การมีระบบป้องกันการขโมยรหัสผ่านที่น่าเชื่อถือ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
1.4	การมีการสงวนสิทธิและความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
1.5	มีระบบความปลอดภัยต่อการป้องกันการโจรกรรม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
<b>2. ความง่ายของการใช้งาน</b>						
2.1	การทำรายการง่าย ไม่ซับซ้อน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2.2	ภาษาที่ใช้สามารถอ่านและเข้าใจง่าย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2.3	มีรูปแบบที่ใช้งานง่าย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2.4	มีการประมวลผลที่รวดเร็ว	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2.5	มีการแยกหมวดหมู่ที่ชัดเจน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
<b>3. ประโยชน์ของการใช้งาน</b>						
3.1	ความสะดวกในการใช้งาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3.2	ความรวดเร็วในการใช้งาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3.3	ประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้งาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3.4	สามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ทุกเวลา	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3.5	การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านมือถือช่วยทุ่นแรงในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร หรือตู้ ATM	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อที่	ข้อคำถามในแบบสอบถาม	ผู้ที่เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
<b>4. กฎหมาย และ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์และการกำกับใช้</b>						
4.1	การมี พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 และการกำกับใช้คุ้มครองผู้ใช้บริการ	+1	+1	0	0.66	ใช้ได้
4.2	มีนโยบายและวิธีปฏิบัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4.3	มีมาตรการในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4.4	มีมาตรการป้องกันการแก้ไข เข้าถึง หรือเปิดเผยข้อมูล	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4.5	มีการสงวนสิทธิและความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ที่น่าเชื่อถือ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ผู้ที่เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
<b>1. คุณภาพการบริการ</b>						
1.1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile มีการเข้าสู่ระบบด้วยความรวดเร็ว ทันต่อความต้องการ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
1.2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำปรึกษาตลอดเวลา	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
1.3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile มีคุณภาพในการทำธุรกรรมต่างๆ เช่น การโอนเงิน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
1.4	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile สามารถทำธุรกรรมที่หลากหลาย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
1.5	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile พร้อมให้บริการตลอดเวลา	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
<b>2. การใช้บริการซ้ำ ๆ</b>						
2.1	หากท่านต้องการทำธุรกรรมทางการเงินในครั้งต่อไป ท่านจะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile อีก	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2.2	หากท่านต้องการทำธุรกรรมทางการเงิน ท่านจะนึกถึง ธ.ก.ส. A-Mobile เป็นลำดับแรก	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2.3	ท่านจะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile อีก ถึงแม้ท่านจะมีแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารอื่น ๆ	0	+1	+1	0.66	ใช้ได้
2.4	ท่านจะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile อีก ถึงแม้จะมีผู้อื่นแนะนำของธนาคารอื่น ๆ	0	+1	+1	0.66	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในการเรียนการสอนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ผู้ที่เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
2.5	ท่านมีความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile อีกในอนาคต	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
<b>3. ความพึงพอใจ</b>						
3.1	ท่านรู้สึกพึงพอใจเมื่อใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3.2	ท่านรู้สึกคุ้มค่าเมื่อใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3.3	ท่านรู้สึกพึงพอใจการยกเว้นค่าธรรมเนียมในการโอนเงินหรือถอนเงินไม่ใช่บัตร	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3.4	ท่านรู้สึกพึงพอใจในแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ที่มีบริการที่ตรงกับความ ต้องการ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3.5	ท่านรู้สึกพึงพอใจในแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ที่มีการป้องกันการโจรกรรมทางการเงิน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
<b>4. การบอกต่อของลูกค้า</b>						
4.1	ท่านจะมีการแนะนำคนรอบตัวของท่านให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4.2	ท่านพูดถึงคุณภาพในการใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ให้ผู้อื่นฟัง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4.3	ท่านบอกต่อให้คนรอบตัวของท่านให้เลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile เป็นลำดับแรก	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อที่	ข้อความถามในแบบสอบถาม	ผู้ที่เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
4.4	ท่านยินดีให้คำแนะนำ หากบุคคลรอบตัวของท่านต้องการข้อมูล	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4.5	หากท่านได้ยืมบุคคลอื่น ๆ พุดถึงบริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ในแง่ลบ ท่านยินดีจะแก้ต่างให้	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

#### หมายเหตุ

ข้อความถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.66 - 1.00 คัดเลือกไว้ใช้ได้

ข้อความถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.00 - 0.60 พิจารณาปรับปรุง หรือตัดออก

#### ค่าความเชื่อมั่น (Reliability : R)

##### Case Processing Summary

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

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.926	44

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ง  
ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์ทางสถิติเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ

### Statistics

		1.เพศ	2.อายุ	3.สถานภาพ	4.การศึกษา	5.อาชีพ	6.เงินเดือน
N	Valid	400	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		1.42	2.57	1.89	3.26	3.99	2.29
Std. Deviation		.494	.791	.766	.934	1.623	.749

### 1.เพศ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ชาย	232	58.0	58.0	58.0
	หญิง	168	42.0	42.0	100.0
Total		400	100.0	100.0	

### 2.อายุ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่า 20 ปี	22	5.5	5.5	5.5
	21-30ปี	172	43.0	43.0	48.5
	31-40ปี	170	42.5	42.5	91.0
	41-50ปี	27	6.8	6.8	97.8
	มากกว่า 51 ปี	9	2.2	2.2	100.0
Total		400	100.0	100.0	

### 3.สถานภาพ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	โสด	134	33.5	33.5	33.5
	สมรส	185	46.2	46.2	79.8
	ม่าย/หย่า	73	18.2	18.2	98.0
	แยกกันอยู่	8	2.0	2.0	100.0
Total		400	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 4.การศึกษา

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	24	6.0	6.0	6.0
	มัธยมศึกษา	38	9.5	9.5	15.5
	บวช/บวส.	167	41.8	41.8	57.2
	ปริญญาตรี	154	38.5	38.5	95.8
	ปริญญาโท	13	3.2	3.2	99.0
	ปริญญาเอก	4	1.0	1.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## 5.อาชีพ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	นักเรียนนักศึกษา	35	8.8	8.8	8.8
	เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	22	5.5	5.5	14.2
	พนักงานบริษัทเอกชน	104	26.0	26.0	40.2
	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	120	30.0	30.0	70.2
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	9	2.2	2.2	72.5
	เกษตรกร	91	22.8	22.8	95.2
	อื่นๆ	19	4.8	4.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## 6.เงินเดือน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่า 15,000 บาท	49	12.2	12.2	12.2
	15,001 - 30,000 บาท	209	52.2	52.2	64.5
	30,001 - 45,000 บาท	120	30.0	30.0	94.5
	มากกว่า 45,001 บาท	22	5.5	5.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## Statistics

		7.ช่องทางที่ ท่านรับบริการให้ บริการ ร.ก.ส. A-Mobile	8.ประเภท ธุรกรรมที่ท่าน ใช้บริการ	9.ท่านมีความถี่ ในการใช้งาน แอปพลิเคชัน ร.ก.ส. A- Mobile (จำนวน ครั้ง/สัปดาห์)	10.จำนวนเงิน เฉลี่ยที่ใช้ บริการต่อครั้ง
N	Valid	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0
Mean		2.89	3.04	1.97	3.04
Std. Deviation		1.200	1.366	1.084	1.385

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 7.ช่องทางที่ท่านใช้บริการให้บริการ 5.ก.ส. A-Mobile

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid เพื่อน/คนรู้จัก	68	17.0	17.0	17.0
ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	73	18.2	18.2	35.2
พนักงานธนาคาร	127	31.8	31.8	67.0
Social Media	98	24.5	24.5	91.5
อื่นๆ	34	8.5	8.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

## 8.ประเภทธุรกรรมที่ท่านใช้บริการ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ตรวจสอบยอดคงเหลือ	59	14.8	14.8	14.8
โอนเงินระหว่างบัญชี	86	21.5	21.5	36.2
ชำระค่าสินค้าและบริการ ต่างๆ	113	28.2	28.2	64.5
เติมเงินโทรศัพท์มือถือ	85	21.2	21.2	85.8
ซื้อขายตราสารหรือกองทุน	35	8.8	8.8	94.5
อื่นๆ	22	5.5	5.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

## 9.ท่านมีความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชัน 5.ก.ส. A-Mobile (จำนวนครั้ง/สัปดาห์)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid โดยเฉลี่ย 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	161	40.2	40.2	40.2
โดยเฉลี่ย 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	157	39.2	39.2	79.5
โดยเฉลี่ย 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	30	7.5	7.5	87.0
โดยเฉลี่ยมากกว่า 6 ครั้ง/ สัปดาห์	38	9.5	9.5	96.5
อื่นๆ	14	3.5	3.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

## 10.จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ต่ำกว่า 500 บาท	64	16.0	16.0	16.0
501 - 1,500 บาท	78	19.5	19.5	35.5
1,501 - 2,500 บาท	115	28.8	28.8	64.2
2,501 - 3,500 บาท	85	21.2	21.2	85.5
3,501 - 4,500 บาท	35	8.8	8.8	94.2
มากกว่า 4,501 บาทขึ้นไป	23	5.8	5.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์ทางสถิติระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความปลอดภัยและการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ความปลอดภัยในการใช้งาน ความง่ายของการใช้งาน ประโยชน์ของการใช้งาน กฎหมาย และ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์และการกำกับใช้ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

### Statistics

		1. การลงทะเบียนใช้งานครั้งแรกผ่านตู้ ATM อินเทอร์เน็ต และเตาเตอร์ธนาคาร	2. การมีรหัสผ่านก่อนเข้าใช้บริการในแต่ละครั้ง	3. การมีระบบป้องกันการขโมยรหัสผ่านที่ น่าเชื่อถือ	4. การมีการสงวนสิทธิ์และความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้	5. มีระบบความปลอดภัยต่อการป้องกันการโจรกรรม
N	Valid	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.88	3.76	3.98	3.90	3.98
Std. Deviation		1.121	.924	1.046	1.115	.977

#### 1. การลงทะเบียนใช้งานครั้งแรกผ่านตู้ ATM อินเทอร์เน็ต และเตาเตอร์ธนาคาร

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	14	3.5	3.5	3.5
	น้อย	37	9.2	9.2	12.8
	ปานกลาง	84	21.0	21.0	33.8
	มาก	115	28.8	28.8	62.5
	มากที่สุด	150	37.5	37.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

#### 2. การมีรหัสผ่านก่อนเข้าใช้บริการในแต่ละครั้ง

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	6	1.5	1.5	1.5
	น้อย	26	6.5	6.5	8.0
	ปานกลาง	115	28.8	28.8	36.8
	มาก	163	40.8	40.8	77.5
	มากที่สุด	90	22.5	22.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

#### 3. การมีระบบป้องกันการขโมยรหัสผ่านที่ น่าเชื่อถือ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	10	2.5	2.5	2.5
	น้อย	23	5.8	5.8	8.2
	ปานกลาง	94	23.5	23.5	31.8
	มาก	112	28.0	28.0	59.8
	มากที่สุด	161	40.2	40.2	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4. การมีภาระงานสิทธิ์และความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	14	3.5	3.5	3.5
	น้อย	40	10.0	10.0	13.5
	ปานกลาง	65	16.2	16.2	29.8
	มาก	132	33.0	33.0	62.8
	มากที่สุด	149	37.2	37.2	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

#### 5. ีระบบความปลอดภัยต่อการม็องกัการโจรกรรม

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	7	1.8	1.8	1.8
	น้อย	22	5.5	5.5	7.2
	ปานกลาง	87	21.8	21.8	29.0
	มาก	141	35.2	35.2	64.2
	มากที่สุด	143	35.8	35.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

#### Statistics

		6. การทำรายการง่ายไม่ซับซ้อน	7. ภาษาที่ใช้สามารถอ่านและเข้าใจง่าย	8. มีฟีเจอร์ที่ใช้งานง่าย	9. มีการประมวลผลที่รวดเร็ว	10. มีการแยกหมวดหมู่ที่ชัดเจน
N	Valid	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.19	4.14	4.12	4.18	4.04
Std. Deviation		1.004	1.071	.894	1.069	1.102

#### 6. การทำรายการง่ายไม่ซับซ้อน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	8	2.0	2.0	2.0
	น้อย	22	5.5	5.5	7.5
	ปานกลาง	56	14.0	14.0	21.5
	มาก	113	28.2	28.2	49.8
	มากที่สุด	201	50.2	50.2	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 7.ภาษาที่ใช้สามารถอ่านและเข้าใจง่าย

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	12	3.0	3.0	3.0
	น้อย	30	7.5	7.5	10.5
	ปานกลาง	43	10.8	10.8	21.2
	มาก	121	30.2	30.2	51.5
	มากที่สุด	194	48.5	48.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

### 8.มีฟีเจอร์ที่ใช้งานง่าย

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	4	1.0	1.0	1.0
	น้อย	19	4.8	4.8	5.8
	ปานกลาง	57	14.2	14.2	20.0
	มาก	164	41.0	41.0	61.0
	มากที่สุด	156	39.0	39.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

### 9.มีการประมวลผลที่รวดเร็ว

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	13	3.2	3.2	3.2
	น้อย	24	6.0	6.0	9.2
	ปานกลาง	48	12.0	12.0	21.2
	มาก	107	26.8	26.8	48.0
	มากที่สุด	208	52.0	52.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

### 10.มีการแยกหมวดหมู่ที่ชัดเจน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	15	3.8	3.8	3.8
	น้อย	29	7.2	7.2	11.0
	ปานกลาง	57	14.2	14.2	25.2
	มาก	122	30.5	30.5	55.8
	มากที่สุด	177	44.2	44.2	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## Statistics

		11.ความ สะดวกในการ ใช้งาน	12.ประหยัด เวลาในการใช้ งาน	13.ประหยัดค่า ใช้จ่ายในการ ใช้งาน	14.สามารถทำ ธุรกรรมได้ทุก ที่ ทุกเวลา	15.การใช้บริการ ธุรกรรมการเงิน ผ่านมือถือช่วยทุ แรงในการเดินทาง ไปทำธุรกรรมที่ ธนาคารหรือตู้ ATM
N	Valid	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.14	4.31	4.25	4.11	4.19
Std. Deviation		.896	.925	1.063	.910	1.003

## 11.ความสะดวกในการใช้งาน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	3	.8	.8	.8
	น้อย	17	4.2	4.2	5.0
	ปานกลาง	67	16.8	16.8	21.8
	มาก	147	36.8	36.8	58.5
	มากที่สุด	166	41.5	41.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## 12.ประหยัดเวลาในการใช้งาน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	5	1.2	1.2	1.2
	น้อย	17	4.2	4.2	5.5
	ปานกลาง	47	11.8	11.8	17.2
	มาก	111	27.8	27.8	45.0
	มากที่สุด	220	55.0	55.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

## 13.ประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้งาน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	16	4.0	4.0	4.0
	น้อย	19	4.8	4.8	8.8
	ปานกลาง	35	8.8	8.8	17.5
	มาก	109	27.2	27.2	44.8
	มากที่สุด	221	55.2	55.2	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**14.สามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ ทุกเวลา**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	5	1.2	1.2	1.2
	น้อย	21	5.2	5.2	6.5
	ปานกลาง	53	13.2	13.2	19.8
	มาก	168	42.0	42.0	61.8
	มากที่สุด	153	38.2	38.2	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**15.การใช้บริการธุรกรรมการเงินผ่านมือถือช่วยทุ่นแรงในการเดินทางไปที่ทำธุรกรรมที่ธนาคาร หรือตู้ ATM**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	11	2.8	2.8	2.8
	น้อย	16	4.0	4.0	6.8
	ปานกลาง	56	14.0	14.0	20.8
	มาก	120	30.0	30.0	50.8
	มากที่สุด	197	49.2	49.2	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**Statistics**

		16.การมี พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 และการกำกับผู้ใช้คุ้มครองผู้ใช้บริการ	17.มีนโยบายและวิธีปฏิบัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ	18.มีมาตรการในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล	19.มีมาตรการป้องกันการแก้ไข เขาถึง หรือเปิดเผยข้อมูล	20.มีการส่งวนสิทธิและความเป็นส่วนตัวของ ผู้ใช้ที่นำใช้ชื่อ
N	Valid	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.85	3.91	3.97	4.10	4.13
Std. Deviation		1.135	.921	.982	1.078	.907

**16.การมี พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 และการกำกับผู้ใช้คุ้มครองผู้ใช้บริการ**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	16	4.0	4.0	4.0
	น้อย	33	8.2	8.2	12.2
	ปานกลาง	96	24.0	24.0	36.2
	มาก	104	26.0	26.0	62.2
	มากที่สุด	151	37.8	37.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**17. มีนโยบายและวิธีปฏิบัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	3	.8	.8	.8
	น้อย	17	4.2	4.2	5.0
	ปานกลาง	120	30.0	30.0	35.0
	มาก	133	33.2	33.2	68.2
	มากที่สุด	127	31.8	31.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**18. มีมาตรการในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	8	2.0	2.0	2.0
	น้อย	18	4.5	4.5	6.5
	ปานกลาง	96	24.0	24.0	30.5
	มาก	133	33.2	33.2	63.8
	มากที่สุด	145	36.2	36.2	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**19. มีมาตรการป้องกันการแก้ไข เข้าถึง หรือเปิดเผยข้อมูล**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	12	3.0	3.0	3.0
	น้อย	31	7.8	7.8	10.8
	ปานกลาง	49	12.2	12.2	23.0
	มาก	121	30.2	30.2	53.2
	มากที่สุด	187	46.8	46.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**20. มีการสงวนสิทธิ์และความเบ็ดเสร็จส่วนตัวของผู้ใช้ที่นำเชื่อถือ**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	3	.8	.8	.8
	น้อย	20	5.0	5.0	5.8
	ปานกลาง	64	16.0	16.0	21.8
	มาก	149	37.2	37.2	59.0
	มากที่สุด	164	41.0	41.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์ทางสถิติระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ประกอบด้วย คุณภาพการบริการ การใช้บริการซ้ำ ๆ ความพึงพอใจ และการบอกต่อของลูกค้า โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

Statistics

		21. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile มีการเข้าสู่ระบบด้วยความรวดเร็วทันต่อความต้องการ	22. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำปรึกษาตลอดเวลา	23. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile มีคุณภาพในการทำธุรกรรมต่าง ๆ	24. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile สามารถทำธุรกรรมที่หลากหลาย	25. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile พร้อมให้บริการตลอดเวลา
N	Valid	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.17	4.04	4.04	4.24	4.28
Std. Deviation		1.063	1.154	.949	.969	1.035

21. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile มีการเข้าสู่ระบบด้วยความรวดเร็วทันต่อความต้องการ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	13	3.2	3.2	3.2
	น้อย	23	5.8	5.8	9.0
	ปานกลาง	50	12.5	12.5	21.5
	มาก	110	27.5	27.5	49.0
	มากที่สุด	204	51.0	51.0	100.0
Total		400	100.0	100.0	

22. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำปรึกษาตลอดเวลา

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	17	4.2	4.2	4.2
	น้อย	36	9.0	9.0	13.2
	ปานกลาง	49	12.2	12.2	25.5
	มาก	112	28.0	28.0	53.5
	มากที่สุด	186	46.5	46.5	100.0
Total		400	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**23. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ร.ก.ส. A-Mobile มีคุณภาพในการทำธุรกรรมต่าง ๆ**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	6	1.5	1.5	1.5
	น้อย	23	5.8	5.8	7.2
	ปานกลาง	68	17.0	17.0	24.2
	มาก	157	39.2	39.2	63.5
	มากที่สุด	146	36.5	36.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**24. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ร.ก.ส. A-Mobile สามารถทำธุรกรรมที่หลากหลาย**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	7	1.8	1.8	1.8
	น้อย	20	5.0	5.0	6.8
	ปานกลาง	49	12.2	12.2	19.0
	มาก	118	29.5	29.5	48.5
	มากที่สุด	206	51.5	51.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**25. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน ร.ก.ส. A-Mobile พร้อมให้บริการตลอดเวลา**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	10	2.5	2.5	2.5
	น้อย	27	6.8	6.8	9.2
	ปานกลาง	33	8.2	8.2	17.5
	มาก	103	25.8	25.8	43.2
	มากที่สุด	227	56.8	56.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**Statistics**

		26. หากท่านต้องการทำธุรกรรมทางการเงินในครั้งต่อไป ท่านจะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ร.ก.ส. A-Mobile อีก	27. หากท่านต้องการทำธุรกรรมทางการเงิน ท่านจะนึกถึง ร.ก.ส. A-Mobile เป็นลำดับแรก	28. ท่านจะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ร.ก.ส. A-Mobile อีก ถึงแม้ท่านจะมีแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กึ่งของธนาคารอื่น ๆ	29. ท่านจะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ร.ก.ส. A-Mobile อีก ถึงแม้จะมีผู้อื่นแนะนำของธนาคารอื่น ๆ	30. ท่านมีความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการแอปพลิเคชัน ร.ก.ส. A-Mobile อีกในอนาคต
N	Valid	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.13	4.14	4.05	4.14	4.31
Std. Deviation		.908	1.043	1.142	.876	.941

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**26.หากท่านต้องการทำธุรกรรมทางการเงินในครั้งต่อไป ท่านจะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile อีก**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	3	.8	.8	.8
	น้อย	21	5.2	5.2	6.0
	ปานกลาง	61	15.2	15.2	21.2
	มาก	151	37.8	37.8	59.0
	มากที่สุด	164	41.0	41.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**27.หากท่านต้องการทำธุรกรรมทางการเงิน ท่านจะนึกถึง ธ.ก.ส. A-Mobile เป็นลำดับแรก**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	11	2.8	2.8	2.8
	น้อย	26	6.5	6.5	9.2
	ปานกลาง	49	12.2	12.2	21.5
	มาก	124	31.0	31.0	52.5
	มากที่สุด	190	47.5	47.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**28.ท่านจะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile อีก ถึงแม้ท่านจะมีแอปพลิเคชันเวิลด์บายเวิลด์ของธนาคารอื่น ๆ**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	13	3.2	3.2	3.2
	น้อย	44	11.0	11.0	14.2
	ปานกลาง	41	10.2	10.2	24.5
	มาก	115	28.8	28.8	53.2
	มากที่สุด	187	46.8	46.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**29.ท่านจะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile อีก ถึงแม้จะมีผู้อื่นแนะนำของธนาคารอื่น ๆ**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	2	.5	.5	.5
	น้อย	15	3.8	3.8	4.2
	ปานกลาง	72	18.0	18.0	22.2
	มาก	147	36.8	36.8	59.0
	มากที่สุด	164	41.0	41.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**30. ท่านมีความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการ แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile อีกในอนาคต**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	7	1.8	1.8	1.8
	น้อย	11	2.8	2.8	4.5
	ปานกลาง	59	14.8	14.8	19.2
	มาก	98	24.5	24.5	43.8
	มากที่สุด	225	56.2	56.2	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**Statistics**

		31. ท่านรู้สึกพึงพอใจเมื่อใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile	32. ท่านรู้สึกคุ้มค่าเมื่อใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile	33. ท่านรู้สึกพึงพอใจการยกเว้นค่าธรรมเนียมในการโอนเงินหรือถอนเงินไม่ใช้บัตร	34. ท่านรู้สึกพึงพอใจในแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ที่มีบริการที่ตรงต่อความต้องการ	35. ท่านรู้สึกพึงพอใจในแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ที่มีการป้องกันการโจรกรรมทางการเงิน
N	Valid	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.19	4.16	4.22	4.12	4.12
Std. Deviation		1.071	.910	1.011	1.108	.937

**31. ท่านรู้สึกพึงพอใจเมื่อใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	9	2.2	2.2	2.2
	น้อย	34	8.5	8.5	10.8
	ปานกลาง	42	10.5	10.5	21.2
	มาก	102	25.5	25.5	46.8
	มากที่สุด	213	53.2	53.2	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**32. ท่านรู้สึกคุ้มค่าเมื่อใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	1	.2	.2	.2
	น้อย	22	5.5	5.5	5.8
	ปานกลาง	67	16.8	16.8	22.5
	มาก	134	33.5	33.5	56.0
	มากที่สุด	176	44.0	44.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**33. ท่านรู้สึกพึงพอใจการยกเว้นค่าธรรมเนียมในการโอนเงินหรือถอนเงินไม่ใช้บัตร**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	9	2.2	2.2	2.2
	น้อย	22	5.5	5.5	7.8
	ปานกลาง	50	12.5	12.5	20.2
	มาก	111	27.8	27.8	48.0
	มากที่สุด	208	52.0	52.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**34. ท่านรู้สึกพึงพอใจในแอปพลิเคชัน ร.ก.ส. A-Mobile ที่มีบริการที่ตรงกับความต้องการ**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	12	3.0	3.0	3.0
	น้อย	35	8.8	8.8	11.8
	ปานกลาง	47	11.8	11.8	23.5
	มาก	106	26.5	26.5	50.0
	มากที่สุด	200	50.0	50.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**35. ท่านรู้สึกพึงพอใจในแอปพลิเคชัน ร.ก.ส. A-Mobile ที่มีการป้องกันการโจรกรรมทางการเงิน**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	4	1.0	1.0	1.0
	น้อย	23	5.8	5.8	6.8
	ปานกลาง	61	15.2	15.2	22.0
	มาก	145	36.2	36.2	58.2
	มากที่สุด	167	41.8	41.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**Statistics**

		36.ท่านจะมีการแนะนำคนรอบตัวของท่านให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ร.ก.ส. A-Mobile	37.ท่านพูดถึงคุณภาพในการให้บริการแอปพลิเคชัน ร.ก.ส. A-Mobile ให้ผู้อื่นฟัง	38.ท่านบอกต่อให้คนรอบตัวของท่านให้เลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ร.ก.ส. A-Mobile เป็นลำดับแรก	39.ท่านยินดีให้คำแนะนำหากบุคคลรอบตัวของท่านต้องการขอมูล	40.หากท่านได้ยินบุคคลอื่น ๆ พูดถึงบริการแอปพลิเคชัน ร.ก.ส. A-Mobile ในแง่ลบ ท่านยินดีจะแตกต่างให้
N	Valid	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.27	4.32	4.10	4.08	3.98
Std. Deviation		.936	1.049	.933	1.033	1.162

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**36. ท่านจะมีการแนะนำครอบครัวของท่านให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ร.ก.ส. A-Mobile**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	5	1.2	1.2	1.2
	น้อย	16	4.0	4.0	5.2
	ปานกลาง	57	14.2	14.2	19.5
	มาก	109	27.2	27.2	46.8
	มากที่สุด	213	53.2	53.2	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**37. ท่านพูดถึงคุณภาพในการใช้บริการแอปพลิเคชัน ร.ก.ส. A-Mobile ให้ผู้อื่นฟัง**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	11	2.8	2.8	2.8
	น้อย	25	6.2	6.2	9.0
	ปานกลาง	35	8.8	8.8	17.8
	มาก	83	20.8	20.8	38.5
	มากที่สุด	246	61.5	61.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**38. ท่านขอต่อให้ครอบครัวของท่านให้เลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ร.ก.ส. A-Mobile เป็นลำดับแรก**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	7	1.8	1.8	1.8
	น้อย	17	4.2	4.2	6.0
	ปานกลาง	62	15.5	15.5	21.5
	มาก	155	38.8	38.8	60.2
	มากที่สุด	159	39.8	39.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

**39. ท่านยินดีให้คำแนะนำ หากบุคคลรอบตัวของท่านต้องการข้อมูล**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	11	2.8	2.8	2.8
	น้อย	24	6.0	6.0	8.8
	ปานกลาง	60	15.0	15.0	23.8
	มาก	132	33.0	33.0	56.8
	มากที่สุด	173	43.2	43.2	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

40.หากท่านได้มีบุคคลอื่น ๆ พุดถึงบริการ แอปพลิเคชัน ร.ก.ส. A-Mobile ในแง่ลบ ท่านยินดีจะแตกต่างให้

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	15	3.8	3.8	3.8
	น้อย	49	12.2	12.2	16.0
	ปานกลาง	36	9.0	9.0	25.0
	มาก	128	32.0	32.0	57.0
	มากที่สุด	172	43.0	43.0	100.0
Total		400	100.0	100.0	

ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กึ่งที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร (ผลการทดสอบสมมติฐาน) โดยการวิเคราะห์ F-Test (One Way ANOVA) ค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธีของ LSD กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทาค่าโดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

Descriptives

Confli	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
เพื่อน/คนรู้จัก	68	3.4279	.82405	.09993	3.2285	3.6274	1.20	5.00
ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	73	4.1082	.83200	.09738	3.9141	4.3023	1.75	5.00
พนักงานธนาคาร	127	4.4071	.62325	.05530	4.2976	4.5165	1.55	5.00
Social Media	98	4.4474	.58892	.05949	4.3294	4.5655	2.15	5.00
อื่นๆ	34	3.9147	.98692	.16926	3.5704	4.2591	1.80	5.00
Total	400	4.1541	.81432	.04072	4.0741	4.2342	1.20	5.00

ANOVA

Confli	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	54.521	4	13.630	25.630	.000
Within Groups	210.065	395	.532		
Total	264.586	399			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## Descriptives

Confli	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
ตรวจสอบยอดคงเหลือ	59	3.3212	.82583	.10751	3.1060	3.5364	1.20	4.90
โอนเงินระหว่างบัญชี	86	4.0087	.77994	.08410	3.8415	4.1759	1.75	5.00
ชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ	113	4.5226	.48803	.04591	4.4316	4.6135	2.70	5.00
เติมเงินโทรศัพท์มือถือ	85	4.5512	.49677	.05388	4.4440	4.6583	2.15	5.00
ซื้อขายตราสารหรือกองทุน	35	3.9500	.98489	.16648	3.6117	4.2883	1.80	5.00
อื่น ๆ	22	3.8545	.92619	.19747	3.4439	4.2652	1.55	5.00
Total	400	4.1541	.81432	.04072	4.0741	4.2342	1.20	5.00

## ANOVA

Confli	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	74.924	5	14.985	31.129	.000
Within Groups	189.661	394	.481		
Total	264.586	399			

## Descriptives

Confli	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
โดยเฉลี่ย 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	161	4.0391	.91467	.07209	3.8968	4.1815	1.20	5.00
โดยเฉลี่ย 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	157	4.0975	.78965	.06302	3.9730	4.2219	1.50	5.00
โดยเฉลี่ย 5-6 ครั้ง/สัปดาห์	30	4.5433	.59302	.10827	4.3219	4.7648	2.10	5.00
โดยเฉลี่ยมากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	38	4.4816	.40627	.06591	4.3480	4.6151	3.15	5.00
อื่น ๆ	14	4.3893	.62763	.16774	4.0269	4.7517	2.45	5.00
Total	400	4.1541	.81432	.04072	4.0741	4.2342	1.20	5.00

## ANOVA

Confli	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	12.027	4	3.007	4.702	.001
Within Groups	252.559	395	.639		
Total	264.586	399			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## Descriptives

Confli	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
ต่ำกว่า 500 บาท	64	3.3641	.80630	.10079	3.1627	3.5655	1.20	4.90
501 - 1,500 บาท	78	4.0276	.81662	.09246	3.8434	4.2117	1.75	5.00
1,501 - 2,500 บาท	115	4.5083	.49568	.04622	4.4167	4.5998	2.70	5.00
2,501 - 3,500 บาท	85	4.5512	.49677	.05388	4.4440	4.6583	2.15	5.00
3,501 - 4,500 บาท	35	3.9500	.98489	.16648	3.6117	4.2883	1.80	5.00
มากกว่า 4,501 บาทขึ้นไป	23	3.8543	.90490	.18868	3.4630	4.2457	1.55	5.00
Total	400	4.1541	.81432	.04072	4.0741	4.2342	1.20	5.00

## ANOVA

Confli	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	72.546	5	14.509	29.768	.000
Within Groups	192.040	394	.487		
Total	264.586	399			

ผลการวิเคราะห์ทางสถิติปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้  
บริการโมบายแบงก์กิ้ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์  
การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

## Correlations

		SUMA	SUMB	SUMC	SUMD
SUMA	Pearson Correlation	1	.712**	.695**	.659**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	400	400	400	400
SUMB	Pearson Correlation	.712**	1	.769**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	400	400	400	400
SUMC	Pearson Correlation	.695**	.769**	1	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400
SUMD	Pearson Correlation	.659**	.746**	.795**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	400	400	400	400

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ ค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติทดสอบพฤติกรรมการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปะทิว จังหวัดชุมพร

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.921 <sup>a</sup>	.848	.846	.31942

a. Predictors: (Constant), SUMD, SUMA, SUMB, SUMC

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	224.283	4	56.071	549.544	.000 <sup>a</sup>
	Residual	40.302	395	.102		
	Total	264.586	399			

a. Predictors: (Constant), SUMD, SUMA, SUMB, SUMC

b. Dependent Variable: Confi

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.197	.089		2.208	.028
	SUMA	.313	.045	.336	6.921	.000
	SUMB	.048	.036	.047	1.326	.186
	SUMC	.272	.051	.270	5.286	.000
	SUMD	.333	.044	.316	7.524	.000

a. Dependent Variable: Confi

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ประวัติย่อผู้ศึกษา

ชื่อ - ชื่อสกุล	นางสาวพลอยงาม เลิศพรศิลป์นาการ
วัน เดือน ปีเกิด	29 เดือนสิงหาคม 2542
สถานที่เกิด	โรงพยาบาลชุมพรเขตรอุดมศักดิ์
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	125/1 หมู่ 10 ต.ดอนยาง อ.ปะทิว จ.ชุมพร 86210
สถานที่ศึกษาปัจจุบัน	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2555	มัธยมศึกษาตอนต้น สายวิทย์-คณิต โรงเรียนนมาบอำมฤตวิทยา อ.ปะทิว จ.ชุมพร
พ.ศ. 2558	มัธยมศึกษาตอนปลาย สายศิลป์ไทย-สังคม โรงเรียนศรีราษฎร์ อ.เมือง จ.ชุมพร
พ.ศ. 2561	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้