

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus
ของประชาชนในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ

USER'S SATISFACTION OF A-MOBILE PLUS APPLICATION OF THE PEOPLE IN
NONG BUA RAWE DISTRICT CHAIYAPHUM PROVINCE

ชอุพร สีเดือน

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ร.ท.ส. A-Mobile Plus ของประชาชนในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ 2) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus ของประชาชนในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ โดยจำแนกปัจจัยด้านบุคคล 3) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus ของประชาชนในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus ของประชาชนในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้ดังนี้ ด้านการโอนเงิน ด้านการเติมเงิน และด้านการชำระค่าสินค้าและบริการ ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจ จังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ แสดงถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความพึงพอใจในการใช้ธุรกรรมที่ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมความพึงพอใจในการใช้บริการ จำแนกตามธุรกรรมการใช้งาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามการทำธุรกรรมการเติมเงิน ในการใช้งานธุรกรรมระดับมากที่สุด และระดับมาก มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในการใช้ธุรกรรม ซึ่งมีความแตกต่างกันทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 กับการใช้งานธุรกรรมระดับปานกลาง ซึ่งการทำธุรกรรมในด้านอื่นๆ มีความพึงพอใจในการใช้ธุรกรรมที่ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ พฤติกรรม ธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ แอปพลิเคชัน A-Mobile Plus

¹ นักศึกษาปริญญาโท โครงการทวิปริญญาโทหลักสูตรทวิปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดจังหวัดชัยภูมิ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Abstract

This research study The objectives are 1) to study the satisfaction of users of the BAAC application service. A-Mobile Plus for people in Nong Bua Rawe District Chaiyaphum Province 2) Satisfaction of users of the A-Mobile Plus application service of people in Nong Bua Rawe District. Chaiyaphum Province By classifying personal factors 3) Satisfaction of users of the A-Mobile Plus application of the people in Nong Bua Rawe District. Chaiyaphum Province is classified according to application usage behavior. Results of analysis of satisfaction in using the A-Mobile Plus application service of people in Nong Bua Rawe District. Chaiyaphum Province Overall, the level of opinions was at the highest level. When considering each aspect, it is as follows: Money transfer Top-up side and payment for goods and services, respectively.

Results of comparative analysis of satisfaction Chaiyaphum Province Categorized by personal factors, it was found that demographic data showed gender, age, education level, occupation, and income. There was no difference in satisfaction with transactions.

Results of comparative analysis of behavior satisfaction in using services Categorized by usage transactions, it was found that the sample group was classified by top-up transactions. In the highest and highest levels of transaction usage, there was the highest average satisfaction with transaction usage. which has a significant statistical difference at the 0.05 level with moderate transaction usage. which transactions in other areas Satisfaction in using transactions is not different.

Keywords : Satisfaction, Behavior, Mobile Banking, A-Mobile Plus

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมของโลกได้ก้าวกระโดดพัฒนาไปอย่างก้าวไกล ทำให้สมรรถนะการใช้ชีวิตของมนุษย์ต้องปรับเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ ธรรมชาติและเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาให้ล้ำสมัยยิ่งขึ้น เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน มากขึ้นไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษาในการใช้เทคโนโลยีค้นหาเอกสาร ค้นหาบทความ รวมไปถึงการค้นหาความรู้หรือคำตอบ และเป็นการศึกษาที่ไร้ขีดจำกัด ไม่ว่าใครก็สามารถสืบค้นข้อมูลได้ และไม่ใช่ว่าแค่ด้านการศึกษาแต่เทคโนโลยียังเข้ามามีบทบาทในเรื่องการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องไปถึงการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น ใช้การสื่อสารติดต่อธุรกิจผ่านทางโทรศัพท์มือถือ และใช้คอมพิวเตอร์ในการทำงานหรือสื่อสารการใช้เทคโนโลยีมีอัตราที่สูงขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมาเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในด้านการเงินการธนาคารเป็นอย่างมาก (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565) ซึ่งการใช้เทคโนโลยีในปัจจุบันมีการใช้ผ่านอุปกรณ์ที่หลากหลาย เช่น smart phone Computer Tablet และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ ที่มีบทบาทในการทำหน้าที่แทนเจ้าหน้าที่ธนาคาร นับตั้งแต่ที่ธนาคารในประเทศไทย ได้มีการพัฒนาระบบกันมาอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งมาถึงยุคดิจิทัล ทำให้มีการแพร่กระจายการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างหลายรูปแบบ หลายช่องทางแตกต่างกันออกไป โทรศัพท์เคลื่อนที่ในยุคดิจิทัลส่วนใหญ่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ ข้อมูลสามารถเข้าถึงได้ง่ายดาย ธนาคารจึงประสบกับปัญหาที่ลูกค้าหายไปจากสาขา ไม่มาใช้บริการเหมือนเดิม โดยในยุคหนึ่งธนาคารเป็นพื้นที่ที่คนจะต้องต่อแถวเรียงกันเข้าธนาคาร โดยเฉพาะในช่วงสิ้นเดือนไปถึงต้นเดือน ที่ลูกค้าจะมาทำธุรกรรมถอนเงินในวันเงินเดือนออก หรือชำระบิลบัตรเครดิตในวันที่ครบคิล รวมไปถึงบิลค่าบริการอื่นๆ ที่ทางธนาคารรับชำระ ลูกค้านิติบุคคลทำการโอนข้ามธนาคารเพื่อใช้หมุนเวียนในธุรกิจ รวมไปถึงการโอนเงินต่างประเทศ เป็นต้น ธนาคารต่างๆ ในประเทศไทยจึงปรับตัวให้เข้ากับยุคที่เปลี่ยนไปโดยการผลิตช่องทางที่จะสามารถให้ผู้ใช้งานเข้าธนาคารโดยง่ายขึ้น โดยสิ่งนั้นถูกเรียกว่า แอปพลิเคชัน (Application) (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565)

แอปพลิเคชัน (Application) คือ โปรแกรมที่ใช้อำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ที่ออกแบบมาสำหรับ Mobile (โมบาย) Tablet (แท็บเล็ต) หรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ ซึ่งในแต่ละระบบปฏิบัติการจะมีผู้พัฒนาแอปพลิเคชันขึ้นมามากมายเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน ซึ่งจะมีให้ดาวน์โหลดทั้งฟรีและจ่ายเงิน ทั้งในด้านการศึกษา ด้านการสื่อสาร หรือแม้แต่ด้านธนาคาร (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565)

แอปพลิเคชัน Mobile Banking เป็นผลจากการที่เทคโนโลยีมีการพัฒนาส่งผลให้โลกทางการเงินเกิดรูปแบบการให้บริการทางการเงินต่างๆ ที่สามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้งาน และตอบสนองกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ โดยความโดดเด่นและประโยชน์ของการใช้งานของแอปพลิเคชัน Mobile Banking มีความสะดวกต่างจากสมัยก่อนเป็นอย่างมาก เนื่องจากในสมัยก่อนหากจะทำธุรกรรม

ถอน โอน ฝาก จ่ายหรือการทำธุรกรรมอื่นๆ ผู้บริโภคไม่จำเป็นจะต้องเดินทางไปยังธนาคารเท่านั้นเพื่อใช้บริการ ซึ่งธนาคารแต่ละเขตพื้นที่จะมีเพียงไม่กี่สาขา ส่งผลให้อาจต้องเดินทางระยะไกลและอาจเกิดความไม่สะดวกแต่ในปัจจุบันแอปพลิเคชัน Mobile Banking สามารถเพิ่มความรวดเร็วสะดวกสบาย เกิดจากการที่ผู้บริโภคไม่ต้องรอเวลา ไม่ต้องใช้เวลาในการเดินทาง ไม่ต้องใช้เวลาในการ

คำถามในการวิจัย

1. ประชาชนในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ มีความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus หรือไม่
2. การใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus ของประชาชนในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่แตกต่างกัน โดยการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลใช่หรือไม่
3. ประชาชนในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ มีพฤติกรรมความพึงพอใจในการใช้บริการที่แตกต่างกัน โดยการจำแนกตามธุรกรรมการใช้งานหรือไม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

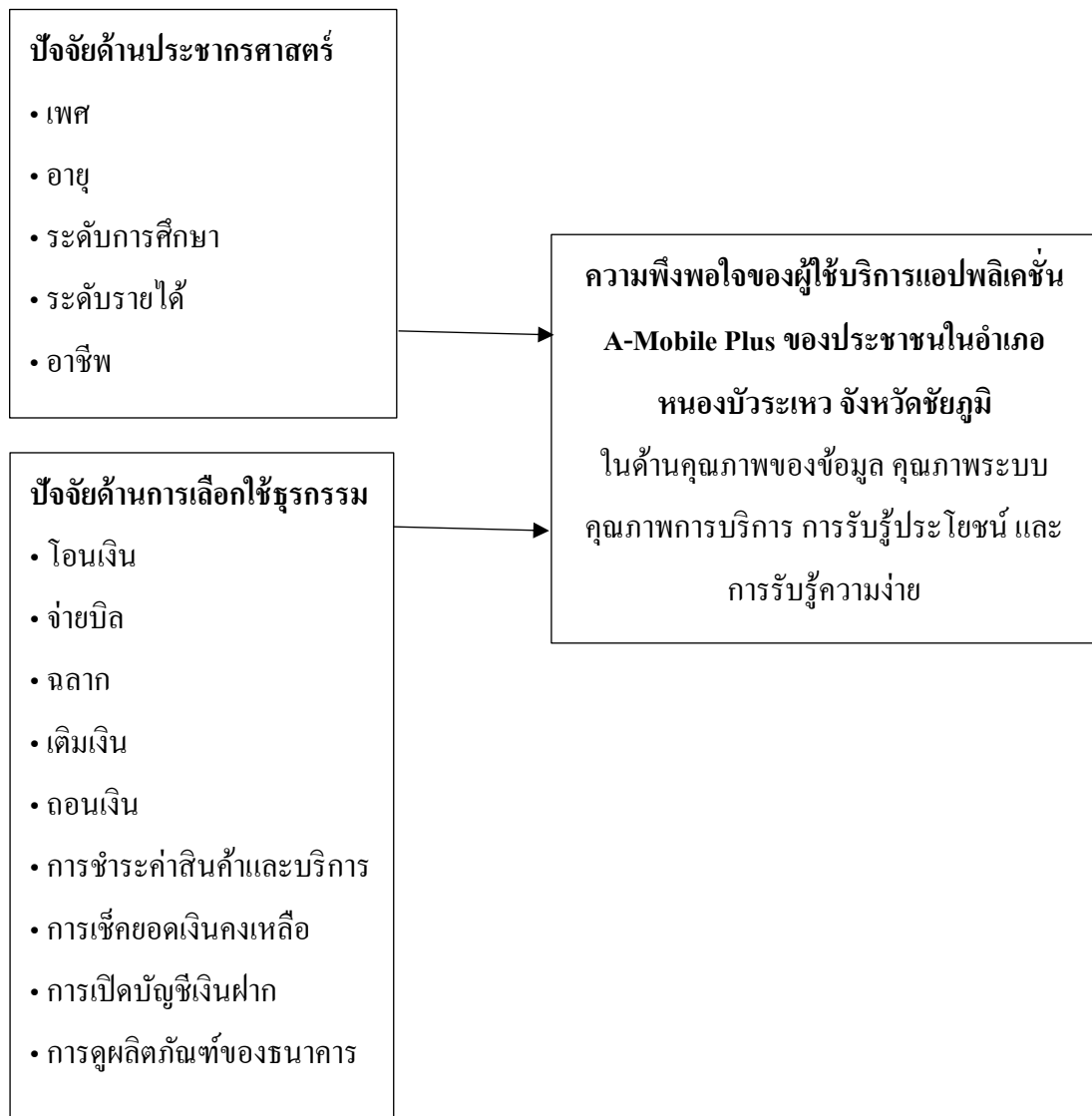
1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus ของประชาชนในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus ของประชาชนในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus ของประชาชนในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามธุรกรรมการใช้งาน

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน Mobile Banking

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค
3. ทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค
4. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus
5. การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus ของประชาชนในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ โดยใช้วิธีการวิจัยแบบการสำรวจ (Survey Research) โดยการเก็บข้อมูลทางแบบสอบถาม (Questionnaire) และส่งแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ (Google Survey) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อสรุปที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus ของประชาชนในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือประชาชนที่ใช้บริการธุรกรรมการเงินผ่าน แอปพลิเคชัน A-Mobile Plus ในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ

2. กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร ผู้วิจัยจึงให้สูตรคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (Yamane, 1973) โดย กำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 383 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันการผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นขณะเก็บแบบสอบถามผู้ศึกษาจึงจะใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการ เก็บรวบรวมข้อมูล โดยประเภทของคำถาม แบ่งออกเป็น ส่วน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

คำถามคัดกรอง (Screening Questions) เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close Ended Question) มีคำถาม 2 ข้อ คือ (1) ท่านอาศัยอยู่ในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิหรือไม่ โดยมี 2 คำตอบให้เลือก (Dichotomous) และ (2) ท่านเคยใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus หรือไม่ ทั้งนี้เพื่อเป็นการคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เกี่ยวข้องออกจากกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยประชากรศาสตร์ ซึ่งข้อมูลประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เป็นคำถามแบบคำถามปลายปิด (Close Ended Question)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปริมาณการใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะเป็นคำถามให้เรียงลำดับ (Ranking) โดยกำหนดให้

- 5 หมายถึง ใช้มากที่สุด
- 4 หมายถึง ใช้มาก
- 3 หมายถึง ใช้ปานกลาง
- 2 หมายถึง ใช้น้อย
- 1 หมายถึง ใช้น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะเป็นคำถามให้เรียงลำดับ (Ranking) โดยกำหนดให้

- 5 หมายถึง ใช้มากที่สุด
- 4 หมายถึง ใช้มาก
- 3 หมายถึง ใช้ปานกลาง
- 2 หมายถึง ใช้น้อย
- 1 หมายถึง ใช้น้อยที่สุด

โดยวัดระดับความสำคัญต่อความพึงพอใจด้วย Likert Scale ออกเป็น 5 ระดับ และกำหนดคะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

มากที่สุด	ให้คะแนน 5 คะแนน
มาก	ให้คะแนน 4 คะแนน
ปานกลาง	ให้คะแนน 3 คะแนน
น้อย	ให้คะแนน 2 คะแนน
น้อยที่สุด	ให้คะแนน 1 คะแนน

ในการแปลผลระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจจะจัดกลุ่มคะแนนตามอันตรภาคชั้น เท่ากับ 0.80 โดยคำนวณจากสูตร

ดังนั้น ในการจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยจึงสามารถจัดลำดับคะแนน และแปลระดับความสำคัญ ดังนี้

- คะแนนเฉลี่ย 4.21 ขึ้นไป หมายถึง มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
- คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจมาก
- คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจน้อย
- คะแนนเฉลี่ยต่ำกว่า 1.80 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

การหาความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 30 ชุดไปทำการทดสอบ (Pilot-test) และนำข้อมูลที่ได้ไปทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยใช้การทดสอบความเชื่อมั่นวิธีของ Cronbach's Alpha เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา โดยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาที่ยอมรับที่ 0.79

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดย เลือกใช้วิธีการสุ่มการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จำนวน 400 ตัวอย่าง เก็บในช่วงเดือน สิงหาคม ถึงเดือนกันยายน พ.ศ.2566 โดยสถานที่เก็บแบบสอบถามคือ อำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ โดยมีรายละเอียดข้อมูลดังต่อไปนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของประชาชนในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ของ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และการใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus ของผู้ตอบแบบสอบถาม

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการค้นคว้าหาข้อมูลจาก วารสาร บทความ ผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการพัฒนาการสร้างแบบสอบถาม และอภิปรายผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมการเงิน Mobile Banking ในจังหวัดแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequencies) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยปัจจัยประชากรศาสตร์ และการใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus แสดงผลเป็นลักษณะการแจกแจงความถี่ร้อยละ

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างและทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยจะใช้โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์ทางสถิติด้วย (Independent-Sample T-Test) และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus ของประชาชนในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ สรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้

จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 400 คน เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus ของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามการทำธุรกรรมการเติมเงิน ในการใช้งานธุรกรรมระดับมากที่สุด และระดับมาก มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในการใช้ธุรกรรม ซึ่งมีความแตกต่างกันทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 กับการใช้งานธุรกรรมระดับปานกลาง

จากการศึกษาการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus ของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามการทำธุรกรรมในการโอนเงิน การจ่ายบิล การฝากเงิน การถอนเงิน การชำระค่าสินค้าและบริการ การเช็คยอดเงินคงเหลือ การเปิดบัญชีเงินฝาก และการดูผลิตภัณฑ์ของธนาคาร มีความพึงพอใจในการใช้ธุรกรรมที่ไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus ของประชาชนในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 400 คน เป็นเพศหญิง มีจำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 70.75 เพศชาย มีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25และตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ 31 – 40 ปี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาคือช่วงอายุ 41 - 50 ปีจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 ช่วงอายุที่ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือ 15 - 30 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 และ

ประกอบอาชีพที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ อาชีพเกษตรกรรวม จำนวน 233 คนและจำแนกตามปริมาณ ความพึงพอใจในการใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus มากที่สุดคือ การโอนเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 เปอร์เซ็นต์ การเติมเงินมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 เปอร์เซ็นต์ และการชำระค่าสินค้าและบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 เปอร์เซ็นต์ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus ของประชาชนในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus ของประชาชนในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้ดังนี้ ด้านการโอนเงิน ด้านการเติมเงิน และด้านการชำระค่าสินค้าและบริการ ตามลำดับ โดยอ้างอิงงานวิจัยของ วุฒิพงษ์ ฤาษะพิงค์ (2546 : 59-63) ได้กล่าวถึง ความพึงพอใจว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของการบริการ เพราะสิ่งต่างๆ ที่ผู้รับบริการต้องการนั้น เมื่อตอบสนองความต้องการตามที่ผู้รับบริการต้องการตามวัตถุประสงค์แล้วก็จะตอบว่าพึงพอใจมาก และความพึงพอใจยังแตกต่างกันออกไปในแต่ละบุคคลโดยอ้างอิงงานวิจัย ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546 : 90) กล่าวถึง ความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกของลูกค้ว่าพึงพอใจหรือไม่นั้นเป็นผลลัพธ์มาจากการเปรียบเทียบการรับรู้กับความคาดหวังของลูกค้ ถ้าผลการรับรู้ต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้ก็จะไม่พึงพอใจ หากผลการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังลูกค้ก็จะพึงพอใจอย่างมาก

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus ของประชาชนในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ แสดงถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความพึงพอใจในการใช้ธุรกรรมที่ไม่แตกต่างกัน โดยอ้างอิงงานวิจัยของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้ให้คำจำกัดความว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา องค์ประกอบเหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมนำมาใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรที่จะสามารถช่วยกำหนดตลาดของกลุ่มเป้าหมายรวมทั้งทำให้ง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรทางด้านอื่นๆ จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ หรือลักษณะส่วนบุคคล ผู้วิจัย ได้ให้ความหมายของลักษณะประชากรศาสตร์ว่า หมายถึง การอธิบายถึงความแตกต่างในลักษณะทางกายภาพของแต่ละบุคคลในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เนื่องจากมีความคิดเห็นว่าเป็นตัวแปรที่เป็นปัจจัยพื้นฐานของความแตกต่างที่จะนำมาสู่การกำหนดการเลือกซื้อหรือเลือกใช้บริการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะสามารถใช้ใน

การกำหนดกลุ่มเป้าหมายวางแผนนโยบาย และกลยุทธ์ให้ตอบ โจทย์กับธุรกิจได้ สรุปคือด้าน
ประชากรศาสตร์มีความพึงพอใจที่ไม่ต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมความพึงพอใจในการใช้บริการ
แอปพลิเคชัน A-Mobile Plus ของประชาชนในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามธุรกรรมการ
ใช้งาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามการทำธุรกรรมการเติมเงิน ในการใช้งานธุรกรรมระดับมากที่สุด
และระดับมาก มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในการใช้ธุรกรรม ซึ่งมีความแตกต่างกันทางสถิติอย่างมี
นัยสำคัญที่ระดับ 0.05 กับการใช้งานธุรกรรมระดับปานกลาง ซึ่งการทำธุรกรรมในด้านอื่นๆ มีความ
พึงพอใจในการใช้ธุรกรรมที่ไม่แตกต่างกัน โดยอ้างอิงวิจัยของ Kotler (2003) กล่าวว่า รูปแบบของ
พฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ สินค้า จะตัดสินใจ 1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) จากภายในหรือจาก
ภายนอก โดยสิ่งกระตุ้นนั้นๆ เป็นมูลเหตุทำให้เกิดความต้องการซื้อสินค้า ซึ่งสิ่งกระตุ้นภายนอก คือ สิ่ง
กระตุ้นทางการตลาด และสิ่งกระตุ้นอื่นๆ เป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น เทคโนโลยี เศรษฐกิจ
วัฒนธรรม และการเมือง และความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อ (Buyer's black box) เป็นความรู้สึกลึกซึ้งหรือความ
ต้องการของผู้บริโภค โดยผู้ผลิตไม่สามารถรับรู้ได้ ประกอบไปด้วยลักษณะของผู้ซื้อ เช่น ปัจจัยด้าน
วัฒนธรรม สังคม บุคคล จิตวิทยา และกระบวนการตัดสินใจซื้อ เช่น การตระหนักถึงความต้องการการ
เสาะแสวงหาข่าวสาร การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมหลังซื้อ และ การตอบสนองของ
ผู้บริโภค (Buyer's Response) เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกหลังจากมีสิ่งที่มีมากระตุ้น ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ที่เลือก
ตราสินค้าที่เลือก ราคาที่เลือก เวลาที่เลือก และปริมาณที่ซื้อ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus ของประชาชนใน
อำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นๆ เพิ่มที่อาจจะส่งผลต่อการพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน
A-Mobile Plus เช่น ตัวแปรด้านส่วนประสบการณ์ตลาด ที่ยังไม่ได้ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อนำข้อมูลที่ได้
ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชัน ให้เป็นที่ยอมรับและตอบสนองการใช้งานของผู้บริโภค

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะประชาชนในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ เท่านั้น
ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาให้กว้าง และครอบคลุมยิ่งขึ้น เพื่อให้ทราบความ
คิดเห็นที่แตกต่างและหลากหลายเพิ่มขึ้น

ข้อสังเกตที่ได้จากการวิจัย

ควรมีการศึกษาในเชิงลึกเกี่ยวกับเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile Plus ของประชาชนในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการที่แอปพลิเคชันที่ชัดเจน และนำไปสู่การพัฒนาที่ตรงประเด็น

บรรณานุกรม

- กนกวรรณ คงยืน. (2563). ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ Application Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยจำกัด(มหาชน)ในเขตกรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- คุณธรรม สิทธิศักดิ์. (2562). การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดพิษณุโลก. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- คุณิตา เทพวงศ์. (2557). การตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Bualuang mBanking ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ ใน เขตจังหวัดชลบุรี. วารสารสหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี, 2(1), 1-9.
- จักรกรวาล อินทะปัญญา และ พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โฆษณเบงกักังแอปพลิเคชันของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุตั้งแต่ 50-70 ปี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- จุฑารัตน์ ดาบแก้ว, ผศ.ดร.กฤษ จรินโท และ ทศไน ปรามณ. (2562). ความสำเร็จและ ความ พึงพอใจใน Mobile banking ระหว่างธนาคาร สัญชาติไทย สิงคโปร์ และมาเลเซีย. ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.
- โชติรส นพเกล้า และ นนทร์ วรพานิชย์. (2563). การศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าสำหรับบริการธุรกรรม ทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่กับการใช้บริการผ่านสาขา ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ธนธิป พัวพรพงษ์, สุชารัตน์ บุญอยู่, จันทนา วัฒนกาญจนะ, ยุรนนท์ บุญเกตุ และ ธนภัทร ไลประเสริฐ. (2564). ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินของผู้ใช้บริการ ธนาคารรัฐวิสาหกิจในจังหวัดราชบุรี. นครปฐม : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
- ณิชารีย์ กิตติคุณศิริ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ แชนบอท. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ณัญพัชร ล้อประดิษฐ์พงษ์. (2549). คู่มือสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า พร้อมกรณีศึกษา และเทคนิคปฏิบัติที่ได้ผลจริง.พิมพ์ครั้งที่ 1. บริษัทประชุมทองพรีนติ้งกรุ๊ปจำกัด, กรุงเทพฯ : 158 หน้า.

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). เปิดสถิติสำคัญ คนไทยถอนเงินสดลดลงต่อเนื่อง. สืบค้นเมื่อ กรกฎาคม 21, 2566, จาก <https://www.prachachat.net/finance/news-1246977>
- ทักษพร วสุธารัตน, วอนชนก ไชยสุนทร และสิงหะ ฉวีสุข. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้บริการทางการเงินผ่านเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เซทบอทของธนาคารพาณิชย์ไทยในภาคกลาง. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร.
- ปภัสสร สมนึก. (2560). ปัญหาการธนาคารออนไลน์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปฐมภรณ์ จันทร์วิภาวี. (2564). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมการเงินโมบาย แบงก์กิ้ง (Mobile Banking). ภูเก็ต : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต.
- ปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ. (2559). Digital Banking ในประเทศไทย .สถาบันการเงินในยุคดิจิทัล. ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจและ เศรษฐกิจฐานรากธนาคารออมสิน. ฉบับวันที่ 4 กรกฎาคม 2559. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564, จาก https://www.gsbresearch.or.th/wpcontent/uploads/2016/07/2IN_hotissue_Digital_bank_detail.pdf
- พิรภัทร ฝอยทอง. (2553). ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับธนาคารพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. วิทยานิพนธ์ปริญญา นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิเชฐ ทองคำ. (2565). บทบาทการคั่นกลางของความไว้วางใจทางอิเล็กทรอนิกส์และการกำกับการณ์เน้นลูกค้า ความสามารถทางนวัตกรรมขยายความสัมพันธ์คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. ลำปาง : มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- พรพรรณ ช้างงานิยม. (2553). ลักษณะบุคคล ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของลูกค้าธนาคารในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พัชรหทัย จารุทวีผลนุกุล, ณัฐพงษ์ แก้วแสง, นราเศรษฐ์ วรรณะวัลย์, จุฬารัตน์ เงินอ่อน และ มรกต จันทระกะพ้อ. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน GHB ALL ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานคร. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยรังสิต.
- พิณรัตน์ นุชโพธิ์ และ คุณธรรม สิทธิศักดิ์. (2562). การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน A-Mobile ของลูกค้า ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดพิษณุโลก. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.

พิไลวรรณ อุบลวรรณ. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าผ่านตลาดออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดนนทบุรี. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์.

เยาวลักษณ์ ปานประดิษฐ์ และ ธนวัต ลิ้มป้าณิชย์กุล. (2563). ความผูกพันในการใช้บริการธุรกรรมของธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ของผู้ใช้บริการที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
และปริมณฑล : มุมมองจากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วุฒิพงษ์ ถายะพิงค์. (2546). สื่อสารอย่างไรให้ครองใจลูกค้า, การสื่อสารเพื่อการบริหารที่
เป็นเลิศ. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย : กรุงเทพฯ.

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2543). คุณภาพในงานบริการ, สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น : กรุงเทพฯ.
วรรดา ต่อวัฒนกิตติกุล. (2563). กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลไลฟ์สไตล์ของธนาคารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้
แอปพลิเคชันเคพลัสของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วรลักษณ์ เจริญผล, สุพิศ ฤทธิ์แก้ว, นิรนาท แก้วประเสริฐระฆังทอง, นิยม กำลังดี และ
สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2563). ทักษะคนและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile
ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. สุราษฎร์ธานี : มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่ , พิมพ์ครั้งที่ 7, บริษัทซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ จำกัด :
กรุงเทพฯ.

สุทธิณี อังกาบ. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A Mobile ของลูกค้า
ธ.ก.ส.สาขาหนองไผ่ อ.หนองไผ่ จ.เพชรบูรณ์. เพชรบูรณ์ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุธี หล่อวาเหล็ก และ สุจิตรา รอดสมบุญ. (2561). การพัฒนาแบบจำลองในการบริการธนาคาร
อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

หนึ่งนุช ชีระรุจินนท์ และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2560). คุณภาพการให้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์
ธนาคารกรุงไทยสาขาเอ็มไพร์ทาวเวอร์ กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อรอินท์ วิวัฒน์วงศ์วนา. (2564). พฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของ
ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

อัครพงษ์ จิตต์สิงห์ และ วรดี จงอัสญากุล. (2565). การศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน
โมบายแบงก์กิ้งในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Oliver R.L.. A Cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decision. Journal of
Marketing Research. Vol. 17. Prentice Hall, New Jersey. 1980.

Parasuraman A., Zeithaml Valarie A., & Berry Leonard L.. Delivering Quality Service. TheFree Press,
New York, 1990.

Philip, Kotler. (2003). Marketing management. Retrieved October 1, 2020 from <http://www.scribd.com/doc/15040347/Marketing-Management-by-Philip-Kotler>.

Zeithaml, V. A. (2000). Service quality, profitability and the economic worth of customers: what we know and what we need to learn, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 67-85.