

การรับรู้ในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน
ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
The perception on financial transaction service through application
of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives

กุลทิชา อริยมงคลชัย¹, บุญเชิด บุตรอินทร์²

Kuntichar Ariyamongkonchai, Booncherd Butein

บทคัดย่อ

การรับรู้ในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยมียอดการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. (A-Mobile) มีจำนวนน้อยมากเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น ลูกค้านานาชาติมีแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. (A-Mobile) แต่ไม่นิยมทำรายการส่งผลต่อการขยายฐานลูกค้าธนาคารในอนาคต โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของการรับรู้ในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้ในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร การดำเนินการวิจัย ประชากรคือลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรทั่วประเทศไทย ที่ลงทะเบียนและใช้บริการแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. (A-Mobile) และมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบโควตา แล้ววิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา และสถิติอ้างอิงใช้วิธีการทดสอบไคสแควร์

จากการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นของการรับรู้ในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับดังนี้ (1) ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (2) ด้านการสนองตอบลูกค้า (3) ด้านความใส่ใจ (4) ด้านความไว้วางใจ และ (5) ด้านความมั่นใจ โดยที่ประเภทลูกค้า มีความสัมพันธ์กับสิ่งที่สามารถจับต้องได้ การสนองตอบลูกค้า ความไว้วางใจ และอายุ มีความสัมพันธ์กับความใส่ใจ ความมั่นใจ

คำสำคัญ : การรับรู้ในการบริการ, แอปพลิเคชัน, ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ABSTRACT

The perception on financial transaction service through application of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives customers. The number of transactions made through the BAAC Application (A-Mobile) is very small compared to other banks. Bank customers have BAAC applications (A-Mobile), but they are not popular for transactions. This will affect the expansion of the bank customer base in the future. With a purpose (1) study the perception of the financial transaction service through an Application of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives customers (2) study the relationship of perceptions in financial transaction services through applications of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives customers. Conducting population research is customers of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives throughout Thailand. Those who registered and used the BAAC application service (A-Mobile) and there were 400 samples using the quota data collection method. And analyzed the data using descriptive statistics and the reference statistics used chi-square test method.

The study found that the level of perception the financial transaction service through the application of customers of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives in all five factor were at the moderate level, respectively, as follows: (1) Tangibles (2) Responsiveness (3) Empathy (4) Reliability (5) Assurance. The customer type in relation to the tangible things responsiveness, reliability, and age have a relationship with empathy, assurance.

Keyword : Perception , Application ,BAAC

บทนำ

ลูกค้าธนาคารที่สมัครใช้บริการ ธ.ก.ส. (A-Mobile) มีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี แต่สิ่งที่แตกต่างจากข้อมูลการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. (A-Mobile) กลับมีอัตราที่เพิ่มขึ้นในอัตราที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบอัตราของการใช้บริการแอปพลิเคชันเพื่อทำธุรกรรมร่วมของทุกธนาคาร ทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาสาเหตุของการที่ลูกค้ามีแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. (A-Mobile) แต่ไม่นิยมใช้ทำธุรกรรม

ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการรับรู้ในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เพื่อเพิ่มจำนวนธุรกรรมที่ทำรายการผ่านแอปพลิเคชัน

ช.ก.ส. (A-Mobile) เนื่องจากลูกค้ามีแอปพลิเคชัน ช.ก.ส. (A-Mobile) แต่ไม่นิยมทำรายการ เช่น โอนเงิน หรือชำระบิลผ่านแอปพลิเคชัน ช.ก.ส. โดยมุ่งเน้นไปที่การรับรู้ในการบริการของตัวแอปพลิเคชัน (Perception) มีสโลแกนว่า “ มี App ทำไม? ไม่ใช่ ” ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อธนาคาร ในการนำผลการวิจัยมาวางกลยุทธ์ในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพแอปพลิเคชันการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของการรับรู้ในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้ในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ขอบเขตของการวิจัย

จากประเด็นดังกล่าว ได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการรับรู้ในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ซึ่งมาจากการบูรณาการกรอบแนวคิด เรื่องการรับรู้คุณภาพการบริการ [1] ประกอบด้วย เกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของบริการ 5 ด้าน ดังนี้ (1) ความไว้วางใจ (2) ความมั่นใจ (3) สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (4) ความใส่ใจ (5) การสนองตอบลูกค้า สำหรับกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ประชากร คือ ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ที่ลงทะเบียนและใช้บริการแอปพลิเคชัน ช.ก.ส. (A-Mobile) จำนวน 1,662,933 ราย กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ที่ลงทะเบียนและใช้บริการแอปพลิเคชัน ช.ก.ส. (A-Mobile) จำนวน 400 ราย โดยเป็นการเก็บข้อมูลแบบโควตา จากฝ่ายกิจการสาขาละ 40 ชุด แบ่งเป็น ฝ่ายกิจการสาขาภาคเหนือตอนบน (ฝนบ.) ฝ่ายกิจการสาขาภาคเหนือตอนล่าง (ฝนล.) ฝ่ายกิจการสาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน (ฝอบ.) ฝ่ายกิจการสาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (ฝอล.) ฝ่ายกิจการสาขาภาคกลาง (ฝกล.) ฝ่ายกิจการสาขาภาคตะวันตก (ฝตอ.) ฝ่ายกิจการสาขาภาคตะวันออก (ฝตอ.) ฝ่ายกิจการสาขาภาคใต้ตอนบน (ฝตบ.) ฝ่ายกิจการสาขาภาคใต้ตอนล่าง (ฝตล.) สำนักกิจการนครหลวง (สกน.) โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ของแบบสอบถาม โดยใช้ระยะเวลาศึกษาวิจัยตั้งแต่เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2563 – จนถึงสิงหาคม พ.ศ. 2563 รวมระยะเวลา 3 เดือน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำข้อมูลไปใช้ในการนำเสนอวิธีการพัฒนาการรับรู้ในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
2. นำไปใช้ในการวางกลยุทธ์เพิ่มยอดการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยสรุปสาระสำคัญที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในการวิจัยครั้งนี้ คือ การรับรู้คุณภาพการบริการ [2] มี 5 ด้าน ดังต่อไปนี้ (1) ความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความสามารถในการให้บริการในระดับหนึ่งที่ต้องการอย่างถูกต้อง (Accurate Performance) และไว้วางใจได้ (Dependable) (2) ความมั่นใจ (Assurance) ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการ (Competence) มีความสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า (Courtesy) มีความซื่อสัตย์และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ (Credibility) และความมั่นคงปลอดภัย (Security) (3) สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibles) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สภาพแวดล้อม เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ (4) ความใส่ใจ (Empathy) สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและสามารถติดต่อได้ง่าย (Easy Access) ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร (Good Communication) และเข้าใจลูกค้า (Customer Understanding) (5) การสนองตอบลูกค้า (Responsiveness) ความเต็มใจที่จะให้บริการทันที (Promptness) และให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี (Helpfulness) สรุปว่าการรับรู้ในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ที่มีผลต่อการรับรู้การบริการของลูกค้าธนาคาร 5 ด้าน ดังนี้ (1) ด้านที่สามารถจับต้องได้ (2) ด้านการตอบสนองลูกค้า (3) ด้านความใส่ใจลูกค้า (4) ด้านความมั่นใจ (5) ด้านความมั่นใจ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของธนาคารเป็นลูกค้าเกษตรกร มากกว่าลูกค้าทั่วไป การรับรู้ที่ส่งผลต่อการใช้งาน ด้านที่สามารถจับต้องได้ จึงเป็นสิ่งสำคัญ ในการรับรู้ในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

วิธีการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยมี 2 ขั้นตอนดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับของการรับรู้ในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร รวบรวมประเด็นปัญหา ศึกษาข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูลจากธนาคาร ในเขตพื้นที่การดำเนินการศึกษา นำข้อมูลมาคัดกรองข้อมูล จนได้ประเด็นปัญหาของงานวิจัย

และรวบรวมศึกษาแนวคิด ทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด การรับรู้คุณภาพการบริการ [3] ทำให้ได้กรอบแนวคิด การรับรู้ในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้ในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จัดทำเครื่องมือแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการบริการ ขึ้นหนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญ /ส่งผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน นำแบบสอบถามออกสำรวจระดับความคิดเห็นของลูกค้าประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

(1) คุณลักษณะส่วนบุคคล (2) การรับรู้ในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 30 ชุดโดยโปรแกรมทางสถิติ นำข้อมูลแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติ ได้ผลการวิจัย เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และอภิปรายผลการวิจัยข้อเสนอแนะในการวิจัย เครื่องมือการวิเคราะห์ข้อมูลมี 3 ขั้นตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติพรรณนา ความถี่ ค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของการรับรู้ในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สถิติพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ในการรับรู้ในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สถิติอ้างอิง ค่าความสัมพันธ์ (Chi-Square Test) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Spearman Correlation)

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 38-52 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.25 เป็นกลุ่มลูกค้าเกษตรกรคิดเป็นร้อยละ 51.00 เป็นผู้มีรายได้ 35,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 38.50 และจบระดับการศึกษาปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 44.00

ตอนที่ 2 ผลของระดับความคิดเห็นของการรับรู้ในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จากการบูรณาการกรอบแนวคิดรับรู้คุณภาพการบริการ พบว่าทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก ดังนี้ (1) ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ($\bar{X} = 4.11$) (2) ด้านการสนองตอบลูกค้า ($\bar{X} = 4.02$) (3) ด้านความใส่ใจ ($\bar{X} = 4.01$) (4) ด้านความไว้วางใจ ($\bar{X} = 3.95$) และ (5) ด้านความมั่นใจ ($\bar{X} = 3.89$) โดยสรุปด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ได้รับความความคิดเห็นในระดับมาก เป็นอันแรก ดังนี้ พบว่า

ทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. ช่วยลดความเสี่ยงได้ ไม่จำเป็นต้องพกเงินสด ยังสามารถดาวน์โหลดและติดตั้งแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. ได้ทุกระบบในโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกยี่ห้อ

ตอนที่ 3 ผลของความสัมพันธ์การรับรู้ในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยสรุปเป็น ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ มีความสัมพันธ์ในการรับรู้ในการบริการกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ ประเภทลูกค้า รายได้ และระดับการศึกษา พบว่า ลูกค้าทั่วไป จะให้ความสำคัญกับการรับรู้ในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน แอปพลิเคชันในทิศทางตรงกันข้ามกัน

การอภิปรายผล

1. สิ่งที่สามารถจับต้องได้เป็นประเด็นที่สำคัญของการรับรู้ในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. (A-Mobile) ช่วยลดความเสี่ยงได้ ไม่จำเป็นต้องพกเงินสด ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญในยุคปัจจุบันคือ สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) และสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด 19 (COVID 19) ที่สามารถลดการสัมผัสเงินสดที่อาจเป็นแหล่งแพร่กระจายของเชื้อโรคได้ การดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. (A-Mobile) ได้ทุกระบบปฏิบัติการและยังสามารถติดตั้งแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. (A-Mobile) ได้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกยี่ห้อ จะเห็นได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากในการรับรู้เทคโนโลยีเนื่องจากลูกค้าธนาคารมีอยู่ทุกภูมิภาคกระจายทั่วประเทศในทุกกลุ่มอาชีพและอาชีพที่เยอะที่สุดคือ อาชีพเกษตรกร ทำให้มีความสำคัญมากในการพัฒนาแอปพลิเคชันให้ลูกค้าทุกคนของธนาคารและลูกค้าใหม่ในอนาคต สามารถจับต้องได้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชิปไต โดย ไชยของการ (2562) [4] กล่าวว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้สำคัญที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สิรินาถ ชูสม (2561) [5] กล่าวว่า ลูกค้าคาดหวังคุณภาพการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ(สิ่งที่สามารถจับต้องได้) ให้ความสำคัญในระดับมาก และเป็นอันดับแรก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ดร.ณิ วัชนะ (2560) [6] กล่าวว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการของธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ด้านความเป็นรูปธรรม (สิ่งที่สามารถจับต้องได้)

2. ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้มีความสัมพันธ์การรับรู้ในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประเภทลูกค้า โดยลูกค้าเกษตรกรจะให้ความสำคัญกับการรับรู้คุณภาพการบริการถือว่าเป็นเป้าหมายหลักของแอปพลิเคชันเพราะลูกค้าส่วนใหญ่ของธนาคารคือ เกษตรกร แต่สิ่งหนึ่งที่ธนาคารมุ่งหวัง

และขยายฐานออกไปสู่กลุ่มลูกค้าทั่วไปและลูกค้าใหม่ ซึ่งจำเป็นต้องมองหาสิ่งที่ลูกค้ากลุ่มนี้สามารถจับต้องได้ เพื่อพัฒนาการบริการให้ถึงกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้เพื่อเพิ่มยอดขายการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชันมากขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Mohammed (2016) [7] กล่าวว่า อาชีพมีความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ต่อทัศนคติการใช้บริการแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กึ่ง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชนัญชิตา สังข์ทอง (2559) [8] กล่าวว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุงอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน หนึ่งความสำคัญในการนำไปใช้ซึ่งพบว่าการนำเสนอวิธีการพัฒนาการรับรู้ในการบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยพัฒนาแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. (A-Mobile) ให้มากกว่าธุรกรรมทางการเงิน คือเป็นแหล่งข้อมูลทางการเกษตรที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตในทุกอาชีพ ควรพัฒนาระบบแสดงความคิดเห็น รับฟังข้อร้องเรียน ที่สามารถโต้ตอบกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เพื่อแสดงความใส่ใจกับลูกค้า และจุดเด่นเรื่องการลดความเสี่ยงได้ คือไม่จำเป็นต้องพกเงินสด เพื่อตอบโจทย์การดำเนินชีวิตในยุคปัจจุบัน นำไปวางกลยุทธ์เพิ่มยอดขายการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ส่วนแบ่งการตลาด ประเภทลูกค้า ลูกค้าเกษตรกร ลูกค้าทั่วไป ผลการวิจัยพบกลุ่มเป้าหมายคือ ลูกค้าเกษตรกร โดยมีการวางตำแหน่งที่ สิ่งที่สามารถจับต้องได้ “เพิ่มยอดได้เพียงเข้าใจลูกค้า” นำมาวางกลยุทธ์ กลยุทธ์ PUF P : บริการทันที U : เข้าใจ F : อำนวยความสะดวก

บรรณานุกรม

- [1] Ziethaml, Parasuraman & Berry(1990,p.465)
- [2] Valarie Zeithaml, Leonard Berry และ A .Parasuraman (Lovelock, Christopher H., 2016,pp. 78-80)
- [3] Valarie Zeithaml, Leonard Berry และ A .Parasuraman (Lovelock, Christopher H., 2016,pp. 78-80)
- [4] ธิปไตย ไชยของการ. (2562). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อต่อคุณภาพบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูพานยาว จังหวัดพะเยา. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยพะเยา.
- [5] สิรินาถ ชูสม. (2561). การเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการของ ธนาคารกสิกรไทย ในเขตอำเภอมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

- [6] ดรุณี วัชนะ. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ กับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- [7] Mohammed , A. A. (2016). Customers' attitudes toward mobile banking applications in Saudi Arabia. Degree of doctor of philosophy, USA.
- [8] ชัญญิศา สังข์ทอง. (2559). คุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินสาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.