

THE FACTORS INFLUENCING THE PERCEIVED USEFULNESS TO USE THE BAAC MOBILE APPLICATION AMONG CUSTOMERS OF THE BANK FOR AGRICULTURE AND AGRICULTURAL COOPERATIVES IN TAK PROVINCE IN THE LOWER NORTHERN REGION

Kittichai NOIBANPA¹ and Pranee EAMLAORPAKDEE^{1*}

1 Faculty of Business Administration, University of the Thai Chamber of Commerce (UTCC),
Thailand; 2431131613027@live.4.utcc.ac.th (Corresponding Author)

ARTICLE HISTORY

Received: 1 September 2025

Revised: 22 September 2025

Published: 7 October 2025

ABSTRACT

This study aimed to study the service quality that affects the perception of the benefits of using the BAAC Mobile application and to study the acceptance and use of digital technology that affects the perception of benefits of using the BAAC Mobile application among customers of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC) in Tak Province. Data were collected using an online questionnaire, using a sample size of 400 people, by finding the mean, standard deviation, frequency distribution and multiple regression analysis. The results of this research found that the service quality of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC), factors affecting the perception of benefits of using the BAAC Mobile application, and the perception of benefits of using the BAAC Mobile application of the customers of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC) in Tak Province, the overall level of opinion was at the highest level. The results of the multiple analysis, it was found that Assurance, Reliability, Empathy, Effort Expectancy and Performance Expectancy, significantly affected the Perceived Usefulness of BAAC Mobile Application service of BAAC customers in Tak Province at a statistical level of 0.05.

Keywords: Service Quality, the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology

CITATION INFORMATION: Noibanpa, K., & Eamlaorpakdee, P. (2025). The Factors Influencing the Perceived Usefulness to Use the BAAC Mobile Application among Customers of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives in Tak Province in the Lower Northern Region. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 3(10), 45

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การให้บริการแอปพลิเคชัน BAAC MOBILE ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก

กิตติชัย น้อยบ้านป่า¹ และ ปราณี เอี่ยมละออภักดี^{2*}

1 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย; 2431131613027@live.4.utcc.ac.th (ผู้ประพันธ์บทความ)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การให้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile และเพื่อศึกษาการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การให้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก ผลการศึกษพบว่า คุณภาพการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การให้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile และการรับรู้ประโยชน์การให้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตากโดยรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด จากผลการวิเคราะห์พหุคูณ พบว่า ความเชื่อมั่นไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ ความเอาใจใส่ต่อลูกค้า ความคาดหวังด้านความพยายาม และการคาดหวังด้านประสิทธิภาพ มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การให้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

ข้อมูลอ้างอิง: กิตติชัย น้อยบ้านป่า และ ปราณี เอี่ยมละออภักดี. (2568). ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การให้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 3(10), 45

บทนำ

ปัจจุบันช่องทางและบริการชำระเงินดิจิทัลมีความหลากหลายพอสมควร โดยประเทศไทยอยู่ระหว่างปรับเปลี่ยนจากสังคมที่ใช้เงินสดมาก เข้าสู่สังคมที่ใช้เงินสดน้อยลง โดยยังคงรักษาสมดุลให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินและบริการชำระเงินได้อย่างเหมาะสม ซึ่งผู้ให้บริการได้เสนอบริการ digital payment ในหลายรูปแบบครอบคลุมความต้องการของผู้ใช้ ทั้งในมิติของการชำระเงินแบบ online และที่ร้านค้า มิติของ card และ non-card และมิติของภาคประชาชน ภาคธุรกิจ และภาครัฐ ซึ่งบริการต่างๆ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และ ชปท. สนับสนุนให้เกิดความหลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ใช้บริการกลุ่มต่างๆ บนพื้นฐานของการบริหารความเสี่ยงที่ดีและการให้ความรู้แก่ผู้ใช้บริการอย่างเพียงพอ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดตาก ตั้งอยู่ในภูมิภาคเขตจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง มีที่ตั้งของสำนักงาน และมีพื้นที่ดำเนินงานครอบคลุม 9 อำเภอ คือ 1) อำเภอเมืองตาก 2) อำเภอบ้านตาก 3) อำเภอสามเงา 4) อำเภอแม่ระมาด 5) อำเภอท่าสองยาง 6) อำเภอแม่สอด 7) อำเภอพบพระ 8) อำเภออุ้มผาง และ 9) อำเภอวังเจ้า ซึ่งเป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรสำคัญ มีการนำเทคโนโลยี Mobile Banking มาใช้จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญในการเข้าถึงเกษตรกรและผู้ประกอบการในพื้นที่ได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว ช่วยให้เกษตรกรและผู้ประกอบการในพื้นที่ห่างไกลสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้ง่ายขึ้น ไม่จำเป็นต้องเดินทางไปสาขาธนาคาร สามารถทำธุรกรรมต่างๆ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง จะช่วยผลักดันให้เกิดสังคมไร้เงินสด และส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลในพื้นที่ ข้อมูลจากการใช้งาน Mobile Banking สามารถนำมาวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้า เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่ตรงกับความต้องการของเกษตรกรตอบโจทย์ความต้องการได้ดียิ่งขึ้น

การวิจัยประเด็นนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อทั้ง ธ.ก.ส. และเกษตรกรในจังหวัดตาก เนื่องจากหลายเหตุผลโลกปัจจุบันขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ธ.ก.ส. จึงจำเป็นต้องปรับตัวและนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันสมัย การทำความเข้าใจระดับการยอมรับเทคโนโลยีของลูกค้าจะช่วยให้ ธ.ก.ส. พัฒนาบริการและผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น เกษตรกรในพื้นที่ห่างไกลอาจมีข้อจำกัดในการเข้าถึงบริการทางการเงิน การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ เช่น แอปพลิเคชันมือถือ จะช่วยให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงบริการของ ธ.ก.ส. ได้ง่ายขึ้นและสะดวกสบายมากขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก และ 2) เพื่อศึกษาการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory on Acceptance and Use of Technology: UTAUT) ถูกพัฒนาโดย Venkatesh, Davis and Morris (2003) ซึ่งพัฒนามาจากการศึกษาการรวมกันของทฤษฎีด้านพฤติกรรม 8 ทฤษฎีที่ประกอบไปด้วย ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล (Theory of Reasoned action: TRA) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) แบบจำลองการใช้ประโยชน์เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (The Model of PC Utilization: MPCU) ทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม (The Diffusion of Innovation Theory: DOI) แบบจำลองทฤษฎีแรงจูงใจ (The Motivational Model: MM) ทฤษฎีปัญญาทางสังคม (The Social Cognitive Theory: SCT) และทฤษฎีผสมผสานระหว่าง TAM และ TPB (Combined Tam TPB: C-TAM-TAB) ซึ่งตัวแบบเหล่านี้ถูกพัฒนาจากทฤษฎีในด้านนวัตกรรม สังคม การใช้คอมพิวเตอร์ และจิตวิทยา เพื่อต้องการจะอธิบายพฤติกรรมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีให้ชัดเจนยิ่งขึ้นจึงเกิดเป็นทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) เกิดขึ้น โดยทฤษฎี UTAUT ประกอบไปด้วยปัจจัย 4 ประการ ได้แก่ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) ความคาดหวังด้านความพยายาม (Effort Expectancy) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) และเงื่อนไขการอำนวยความสะดวก (Facilitating

Conditions) ทั้งนี้ ปัจจัยทั้ง 4 มีตัวแปรกำกับ ได้แก่ เพศ อายุ ความสนใจ และประสบการณ์ ซึ่งตัวแปรทั้ง 4 สามารถสร้างความแตกต่างของอิทธิพลในแต่ละปัจจัยหลัก

ทฤษฎีคุณภาพการบริการ (Service Quality) นัฐกานต์ เครือชัยแก้ว (2557) ได้กล่าวว่า คุณภาพของการให้บริการ คือความสามารถในการตอบสนองต่อความคาดหวังหรือความต้องการของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี ซึ่งเกิดจากความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่น ความซื่อสัตย์ ความสะดวกรวดเร็ว ซึ่งการบริการที่มีคุณภาพจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้ใช้บริการได้เปรียบเทียบกับการรับรู้ได้ด้วยตนเองและความคาดหวังของผู้ที่มาเข้ารับการบริการ พาราซูรามาน และคณะ (Parasuraman et al , 2021) กล่าวถึงความหมายของคุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความแตกต่างในการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการและการรับรู้ที่มีต่อการบริการจริง ซึ่งยังคงเป็นเรื่องของการประเมินหรือการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของบริการในลักษณะของภาพรวม

ภัทราวดี ไชจิศรีสกุล (2565) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ และการนำระบบเทคโนโลยีไปใช้งานของบุคลากรในส่วนงานการผลิต จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า การยอมรับการใช้งานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศนั้นมีหลายๆ ปัจจัยที่สำคัญซึ่งแตกต่างกันไปตามระดับการใช้งานเทคโนโลยี โดยการศึกษาวิจัยนั้นได้อ้างอิงจากทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้เกิดการยอมรับการใช้งาน ปัจจัยที่มีผลรองลงมาคือ ปัจจัยด้านความง่ายต่อการใช้งาน แต่อาจจะแตกต่างกันตามลักษณะของการใช้งาน ถึงแม้ว่าการใช้งานอาจยุ่งยากบ้างในบางครั้งหรือการฝึกอบรมที่ได้รับอาจไม่เพียงพอแต่หากรับรู้ได้ว่าการใช้งานระบบนั้นจะทำให้การทำงานง่ายและรวดเร็วขึ้น ก็มีความยินดีที่จะใช้งานเป็นประจำ ดังนั้นองค์กรเองหากจะมีการพัฒนาหรือนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้งานต่อไปในอนาคต ก็ควรที่จะต้องศึกษากลุ่มผู้ใช้งานให้ชัดเจน เพื่อที่จะทำสื่อการเรียนรู้และการชี้แจงประโยชน์ รวมถึงออกแบบระบบให้ใช้งานง่ายโดยเน้นการสอบถามจากผู้ใช้งานจริง เพื่อที่จะนำมาปรับปรุง พัฒนาระบบให้ใช้งานได้ดียิ่งขึ้น

กนิษฐา บุญสร้อย (2567) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้แอปพลิเคชัน Food Delivery ของเจเนอเรชันเอกซ์และเบบี้บูมเมอร์ การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งผลวิเคราะห์ในการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน Food Delivery ที่มากที่สุด คือเงื่อนไขอำนวยความสะดวก และความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ทั้งนี้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า R Square มีค่าอยู่ที่ .508 และการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ โดยมีความคาดหวังในประสิทธิภาพ การสนับสนุนใช้งาน อิทธิพลทางสังคม เงื่อนไขอำนวยความสะดวก การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา การรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ/ผลิตภัณฑ์ และการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยมีค่าน้อยกว่า เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน Food Delivery และผลการวิเคราะห์เส้นทาง พบว่า อิทธิพลทางสังคมเป็นอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจใช้งานที่ 0.349 และการรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ/ผลิตภัณฑ์ที่ -0.063

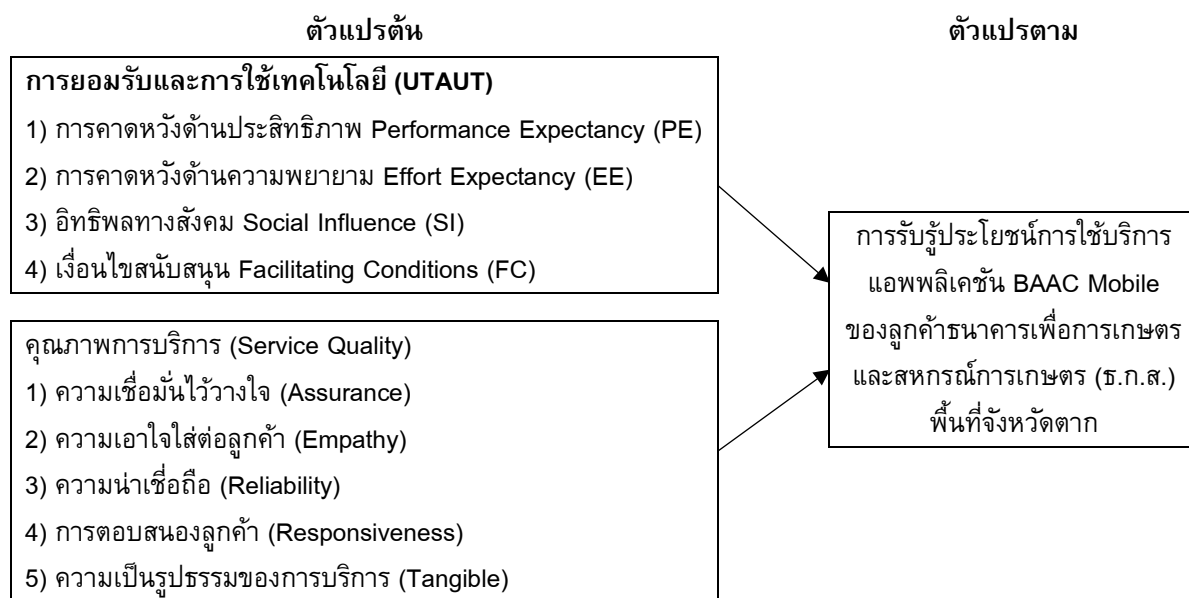
จิรายุทธ์ คงมีศรี (2566) ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานครได้ดีที่สุด คือ ปัจจัยด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า ปัจจัยด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้าตรงตามสมมุติฐานทุกประการและสามารถอธิบายความผันแปรของคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานครได้ประมาณร้อยละ 59.0

สมมติฐานการวิจัย

1) คุณภาพการบริการด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การให้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก

- 2) คุณภาพการบริการด้านความคาดหวังด้านความเอาใจใส่ต่อลูกค้า มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก
- 3) คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก
- 4) คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองลูกค้า มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก
- 5) คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก
- 6) ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพมีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก
- 7) ความคาดหวังด้านความพยายามมีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก
- 8) อิทธิพลทางสังคมมีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก
- 9) เงื่อนไขในการอำนวยความสะดวกมีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การกำหนดตัวอย่างเพื่อทำการศึกษานี้ อาศัยสูตรของ Cochran (1967) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 และค่าระดับความคลาดเคลื่อนยอมรับได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ซึ่งสูตรของ Cochran (1967) นำมาใช้เนื่องจากการศึกษานี้ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีจำนวนมาก การศึกษาครั้งนี้จึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 384 ตัวอย่าง สারণเพื่อความผิดพลาดไว้ จำนวน 16 ตัวอย่าง ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ร้อยละ 5 เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ดี ซึ่งรวมเป็น 400 ตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ โดยใช้ Google

Form และกระจายแบบสอบถามดังกล่าวให้แก่กลุ่มตัวอย่าง ในพื้นที่จังหวัดตาก ทั้ง 9 อำเภอ ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการได้มาซึ่งตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probabili) โดยใช้วิธีการเลือกแบบสะดวก (Convenience Sampling) การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ แจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เพศหญิง จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56 อายุระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 อาชีพส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 ความสนใจในการเปิดใช้งานแอปพลิเคชัน BAAC Mobile เนื่องจากเป็นพนักงาน ธ.ก.ส. จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 และประสบการณ์ในการใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ส่วนใหญ่ 11-15 ครั้งต่อสัปดาห์ คุณภาพการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การให้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile และการรับรู้ประโยชน์การให้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตากโดยรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการศึกษาสถิติเชิงอนุมาน พบว่า คุณภาพการบริการมีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การให้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก ได้แก่ ความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Assurance) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความเอาใจใส่ต่อลูกค้า (Empathy) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับคุณภาพการบริการที่ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์การให้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก ได้แก่ การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) และความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible)

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การให้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตากผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การให้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก ได้แก่ ความคาดหวังด้านความพยายาม (EE) และการคาดหวังด้านประสิทธิภาพ (PE) อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์การให้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก ได้แก่ ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม (SI) และเงื่อนไขในการอำนวยความสะดวก (FC)

ตารางที่ 1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1) ความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Assurance) มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก	ยอมรับสมมติฐาน
2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก	ยอมรับสมมติฐาน
3) ความเอาใจใส่ต่อลูกค้า (Empathy) มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก	ยอมรับสมมติฐาน
4) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก	ปฏิเสธสมมติฐาน
5) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก	ปฏิเสธสมมติฐาน
6) ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพมีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก	ยอมรับสมมติฐาน
7) ความคาดหวังด้านความพยายามมีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก	ยอมรับสมมติฐาน
8) อิทธิพลทางสังคมมีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก	ปฏิเสธสมมติฐาน
9) เงื่อนไขในการอำนวยความสะดวกมีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก	ปฏิเสธสมมติฐาน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ไม่มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก พบว่า ผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยการวิเคราะห์พหุคูณถดถอยซึ่งมีค่าเป็นลบ นั้นหมายความว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตรงข้ามกัน เมื่อพนักงานให้การบริการได้ดีแต่การนำไปใช้ประโยชน์ของแอปพลิเคชัน BAAC Mobile กลับน้อยลงซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิรินาถ ทองแพ (2562) ได้ศึกษาปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ (Responsiveness) มีผลเชิงบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการสถานบริการรับฝากสัตว์เลี้ยง

พบว่า ความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness) มีผลเชิงบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการสถาบันบริการรับฝากสัตว์เลี้ยง ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพสิน ลิ้มวัฒนกุล (2563) ทำการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสิน กล่าวไว้ว่า ด้านการตอบสนอง คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการตอบสนองมีความสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสินหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งความพึงพอใจ ในการใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสินขึ้นอยู่กับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการตอบสนอง และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุศริน เหลืองภัทรวงศ์ (2565) กล่าวไว้ว่า ปัจจัยคุณภาพบริการด้านการตอบสนอง ต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเข้ารับบริการในศูนย์บริการยางรถยนต์ จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ส่งผลบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการยางรถยนต์

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยที่มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 1) คุณภาพการบริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พื้นที่จังหวัดตาก ให้มีความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ ดังนั้น ธนาคารควรให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความมั่นคงในการใช้งานของแอปพลิเคชัน BAAC Mobile พัฒนาแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ให้มีความถูกต้องและแม่นยำของข้อมูลบัญชีและการทำธุรกรรมที่แสดง และมีการรักษาข้อมูลส่วนตัว ข้อมูลทางการเงินของลูกค้าได้อย่างปลอดภัยเมื่อลูกค้าใช้งานแอปพลิเคชัน BAAC Mobile นอกจากนี้ ธนาคารควรมีวิธีการปฏิบัติที่แสดงถึงความโปร่งใสในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับเงื่อนไขการใช้งาน ค่าธรรมเนียม และนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานแอปพลิเคชัน BAAC Mobile
- 2) การยอมรับ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พื้นที่จังหวัดตาก ให้มีความสำคัญมากที่สุดคือ ความคาดหวังด้านความพยายาม ดังนั้น ธนาคารควรพัฒนาแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ให้ลูกค้าสามารถใช้งานได้ง่าย มีฟังก์ชันการใช้งานที่ไม่ซับซ้อน และสามารถเรียนรู้การใช้งาน การค้นหาและดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ได้อย่างสะดวกมีความทันสมัยอยู่เสมอ
- 3) การยอมรับ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พื้นที่จังหวัดตาก ให้มีความสำคัญรองลงมาคือ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ดังนั้น ธนาคารต้องมีระบบของแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ให้มีเมนูใช้งานที่ง่ายและรวดเร็ว สามารถเรียนรู้และทำความเข้าใจได้เอง ตลอดจนพัฒนาแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ให้มีความรวดเร็วในการแสดงผลการทำธุรกรรมทางการเงิน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) การเก็บข้อมูลควรเพิ่มการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในแต่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึก ตลอดจนความต้องการและความคิดเห็นอื่นของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตรต่อคุณภาพการบริการ และปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน BAAC Mobile
- 2) การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) พื้นที่จังหวัดตาก การศึกษานี้ใช้โมเดลตามทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) โมเดลดังกล่าวควรนำตัวแปรแฝงหาความสัมพันธ์เพิ่มเติม เพื่อหาความสัมพันธ์ตัวแปรแฝงส่งผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน BAAC Mobile หรือไม่

3) การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สามารถใช้โมเดลอื่นๆ สำหรับการศึกษาวิจัย เช่น ทฤษฎี TRA ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน และทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี 2 เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กนิษฐา บุญสร้อย และณัฐวี อุตกฤษฎี. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้แอปพลิเคชัน Food Delivery ของเจเนอเรชันเอกซ์และเบบี้บูมเมอร์. การประชุมวิชาการระดับชาติด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ครั้งที่ 20 (NCCIT 2024). (หน้า.157-162). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- กัสมา ชาวโพงพาง. (2565). การยอมรับและใช้โปรแกรมประยุกต์เพื่อการบริหารงานนัดหมายผู้ป่วยของสำนักงานแพทย์ทหาร กรมยุทธบริการทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรังสิต.
- จิรายุทธ์ คงมีศรี. (2566). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานคร. วารสารการพัฒนาศึกษาการ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 2(2), 50-57.
- นัฐกานต์ เครือชัยแก้ว. (2557). การรับรู้ภาพลักษณ์ของตราสินค้าและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นันทิกกร เก้าพัฒนาสกุล. (2562). คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันบัวหลวงเอ็มแบงก์กิ้ง (Bualuang MBanking). การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุศรินทร์ เหลืองภัทรวงษ์. (2565). การศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการยางรถยนต์. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ไพลิน ลิ้มวัฒนกุล. (2563). คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (MyMo) ของธนาคารออมสิน. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ภัทราวดี ไชจิตรีสกุล. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและการนำระบบเทคโนโลยีไปใช้งานของบุคลากรในสำนักงานการผลิต. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- มยุรี วัฒนกุลจรัส และ วศิณ ชูประยูร. (2564). ตัวแบบการยอมรับและใช้แอปพลิเคชันเสริมสร้างทักษะการใช้ภาษาอังกฤษของนักศึกษาาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยรังสิต. วารสารรังสิตสารสนเทศ, 27(1), 68-99.
- รัชกร ภัคพิสุทธ์กุล และ สรวิต นฤปิต. 2566. ปัจจัยที่ส่งผลต่อเจตนาในการเลือกใช้บริการ Mobility as a Service (MaaS) ในกรุงเทพมหานคร. การประชุมวิชาการวิศวกรรมโยธาแห่งชาติ ครั้งที่ 28 วันที่ 24-26 พฤษภาคม 2566 จังหวัดภูเก็ต.
- ศิรินาถ ทองแพ. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการสถานบริการรับฝากสัตว์เลี้ยง. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Cochran, W. G. (1967). *Statistical methods*. 6th ed. The Iowa State University Press, Ames.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49(4), 41-50.

Parasuraman, A., Ball, J., Aksoy, L., Keiningham, T. L., & Zaki, M. (2021). More than a feeling? Toward a theory of customer delight. *Journal of Service Management*, 32(1), 1-26.

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

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2025 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).