

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ช่องทางการเข้าถึงการใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์
ของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่

Factors Affecting the Channel of Using Commercial Bank Services of People in
Chiang Mai Province

สิริพร โพน้อย¹ และ ศศิเพ็ญ พวงสายใจ²

Siriporn Phonoi¹ and Sasipen Phuangsaichai²

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงช่องทางการเข้าถึงบริการทางการเงินและสาเหตุในการเลือกใช้ช่องทางบริการทางการเงินของประชาชนและความพึงพอใจจากการเลือกใช้ช่องทางเข้าถึงบริการทางการเงินของประชาชน ข้อมูลที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจากประชาชนใน 2 อำเภอ จำนวน 400 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างจากประชาชนที่อยู่ในอำเภอเมืองจำนวน 200 คน และกลุ่มตัวอย่างจากประชาชนที่อยู่ในอำเภอแม่แจ่มจำนวน 200 คน วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ความถี่ ร้อยละ การวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยใช้แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale) และการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มใช้สถิติ Chi Square

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้จำแนกช่องทางการเข้าถึงบริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ออกเป็น 3 ช่องทาง ได้แก่ ช่องทางสาขา ช่องทางตู้เอทีเอ็ม และช่องทาง Digital Banking ซึ่งจะทำการศึกษาการใช้ช่องทางการเข้าถึงบริการทางการเงินของธนาคารทั้ง 6 รูปแบบ คือ บริการทางด้านเงินฝาก บริการด้านสินเชื่อ บริการด้านการประกันภัย บริการด้านการลงทุน บริการด้านบัตรต่างๆ และบริการด้านการโอนเงิน/ชำระเงิน ผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

การเลือกใช้ช่องทางการเข้าไปที่สาขาเพื่อเข้าถึงบริการทางการเงิน ของกลุ่มตัวอย่างของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่ จะเข้าไปที่สาขาเพื่อใช้บริการด้านเงินฝากมากที่สุด (ร้อยละ 98.00) รองลงมาคือเพื่อใช้บริการด้านการโอนเงินชำระเงิน (ร้อยละ 95.75) และเพื่อใช้บริการด้านการชำระค่าบัตร (ร้อยละ 65.75) ผลการทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ช่องทางสาขา ของประชาชนสองกลุ่ม พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างในด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย/ การมีพนักงานคอยให้บริการ รองลงมาคือ ความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ และ ความเหมาะสมของอัตราค่าธรรมเนียมตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างในอำเภอเมืองเชียงใหม่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ช่องทางสาขาเพื่อเข้าถึงบริการทางการเงินในระดับมาก มากกว่า กลุ่มตัวอย่างในอำเภอแม่แจ่ม สำหรับความพึงพอใจการใช้บริการทางการเงินผ่านช่องทางสาขาพบว่า ประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจ

ในการฝากเงินผ่านสาขาในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) ความพึงพอใจในการโอนเงิน/ชำระเงินในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) และความพึงพอใจในการใช้บริการด้านบัตรในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73)

การเลือกใช้ช่องทางตู้อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเข้าถึงบริการทางการเงิน ของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่ เลือกใช้ตู้อิเล็กทรอนิกส์เพื่อโอนเงิน/ชำระเงินมากที่สุด (ร้อยละ 94.50) รองลงมาคือ เพื่อใช้บริการด้านการชำระค่าบัตร (ร้อยละ 76.50) และ เพื่อใช้บริการเงินฝาก (ร้อยละ 71.25) ตามลำดับ ผลการทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ช่องทางตู้อิเล็กทรอนิกส์ ของประชาชนสองกลุ่ม พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างในด้านความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ รองลงมาคือ การเข้าถึงบริการได้ง่าย ขั้นตอนการใช้งานไม่ยุ่งยาก และ ความเหมาะสมของอัตราค่าธรรมเนียม ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างในอำเภอเมืองเชียงใหม่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ช่องทางตู้อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเข้าถึงบริการทางการเงินในระดับมาก *มากกว่า* กลุ่มตัวอย่างในอำเภอแม่แจ่ม สำหรับความพึงพอใจการใช้บริการทางการเงินผ่านช่องทางตู้อิเล็กทรอนิกส์พบว่า ประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจในการโอนเงิน/ชำระเงินในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) พึงพอใจในการใช้บริการด้านบัตรในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) และพึงพอใจในการใช้บริการเงินฝากในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13)

การเลือกใช้ช่องทาง Digital Banking เพื่อเข้าถึงบริการทางการเงิน ของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่ เลือกใช้ช่องทาง Digital Banking เพื่อโอนเงิน/ชำระเงินมากที่สุด (ร้อยละ 72.50) รองลงมาคือ ใช้บริการด้านการชำระค่าบัตร (ร้อยละ 59.75) และเพื่อใช้บริการด้านการประกันภัย (ร้อยละ 47.25) ผลการทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ช่องทาง Digital Banking ของประชาชนสองกลุ่ม พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างในด้านความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ โดยกลุ่มตัวอย่างในอำเภอเมืองเชียงใหม่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ช่องทาง Digital Banking เพื่อเข้าถึงบริการทางการเงินในระดับมาก *มากกว่า* กลุ่มตัวอย่างในอำเภอแม่แจ่ม สำหรับความพึงพอใจการใช้บริการทางการเงินผ่านช่องทาง Digital Banking พบว่า ประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจในการใช้บริการโอนเงิน/ชำระเงินในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.49) มีความพึงพอใจในการใช้บริการด้านบัตรในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.47) และมีความพึงพอใจในการใช้บริการด้านการประกันภัยในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.13)

คำสำคัญ : ปัจจัยที่มีผลกระทบ ช่องทาง การเข้าถึง บริการทางการเงิน ธนาคารพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่

ABSTRACT

This study focuses on factors affecting the channels of using commercial bank services of people in Chiang Mai province. The objectives are to determine the channel of using the commercial bank services together with the factors or reasons influencing people selecting each particular channel, and to measure the level of satisfaction of using each channel. The

information provided in this research were deliberately collected and compounded from selected groups in 2 districts which are 200 people from Muang(city) district, and 200 people from Mae Cham district, with a total of 400 people. The process of data analysis is based on descriptive statistics including average, frequency and percentage. The level of satisfaction is classified by Likert Scale. The difference test between the 2 groups is separated by applying Chi Square statistics.

The result show that the choosing branch channel of using commercial bank services of people in Chiang Mai province are to do account service (98%), to transfer/ bill payment service (95.75 %) and to pay credit card (65.75 %), respectively. The opinions toward the factors affecting to choose the branch channel of using commercial bank services between two groups indicates that the opinions are different. Specifically, the sample from Muang Chiang Mai considers that the convenience of service accessibility and sufficiency of bank staff factor, the convenient fastness factor and the suitable rates and fees factor are more important factors for using commercial bank services via branch channel, than the sample from Mae Cham does. The result of the level of satisfaction to use commercial bank service via branch channel is high in deposit service (mean 3.56), transfer/ bill payment service (mean 3.66) and paying credit card (mean 3.73).

The choosing electronics machine channel of using commercial bank services of people in Chiang Mai province are to transfer/ bill payment service (94.50%), to pay credit card (76.%) and to do account service (71.%), respectively. The opinions toward the factors affecting to choose the electronic machine channel of using commercial bank services of people in Chiang Mai between two groups indicates that the opinions are different. In that, the sample from Muang Chiang Mai considers that the convenient fastness factor, the convenience of service accessibility factor and the suitable rates and fees factor are more important factors for using commercial bank services via electronic machine channel, than the sample from Mae Cham does. The result of the level of satisfaction to use commercial bank service via electronic machine channel is high in transfer/bill payment service (mean 3.74), paying credit card (mean 4.08) and deposit service (mean 4.13).

The choosing digital banking channel of using commercial bank services of people in Chiang Mai province are to transfer/ bill payment (72.50%), to pay credit card (59.75%) and to pay insurance fees (47.2%), respectively. The opinions toward the factors affecting to choose the digital banking channel of using commercial bank services of people in Chiang

Mai between two groups indicates that the opinions are different. Specifically, the sample from Muang Chiang Mai considers that the convenient fastness factor is more important factor for using commercial bank services via digital banking channel, than the sample from Mae Cham does. The result of the level of satisfaction to use commercial bank service via digital banking channel is highest in transfer/bill payment service (mean 4.49), paying credit card (mean 4.47) and insurance service (mean 4.13).

Keywords: Factors Affecting, Channel, Commercial Bank Services, Chiang Mai Province

ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันสภาวะอุตสาหกรรมตลาดการเงินและการธนาคารในประเทศไทยมีการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรงในการแบ่งส่วนครองตลาด ทั้งด้านเงินฝาก กองทุน สินเชื่อ และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ซึ่งทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ล้วนส่งผลต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ผลิตภัณฑ์ด้านเงินฝากและกองทุนนั้นเป็นแหล่งระดมทุนทั้งตลาดเงินและตลาดทุนให้กับระบบเศรษฐกิจ ผลิตภัณฑ์สินเชื่อเป็นแหล่งปล่อยเงินทุนเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจสำหรับในส่วนของภาคสถาบันการเงินแล้วรายได้ของสถาบันการเงินจำแนกออกได้ดังนี้ รายได้ดอกเบี้ยสุทธิโดยแหล่งรายได้ดอกเบี้ยสุทธิโดยหลักเป็นผลมาจากเงินทุนที่ให้สินเชื่อ และรายได้อื่นๆที่มีใช้ดอกเบี้ย ซึ่งเป็นผลมาจากค่าธรรมเนียมและการบริการต่างๆของธนาคาร ดังนั้นในทุกๆ ปี แต่ละธนาคารพาณิชย์ต่างมุ่งสร้างรายได้และกำไรให้กับสถาบันของตน

ปัจจุบันประเทศไทยมีธนาคารพาณิชย์ และสาขาธนาคารต่างประเทศที่จดทะเบียนในประเทศไทยทั้งหมดจำนวน 23 ธนาคาร โดยมีจำนวนสำนักงานของธนาคารพาณิชย์ทั้งสิ้นรวม 6,961สาขา ทั่วประเทศ โดยในระยะเวลา 5 ปีย้อนหลัง จำนวนเงินรับฝากและจำนวนเงินให้กู้ยืมของธนาคารพาณิชย์ของไทยมีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้นทุก (ธนาคารแห่งประเทศไทย,2560)

ทั้งนี้จากภาวะการแข่งขันอย่างรุนแรงในอุตสาหกรรมตลาดการเงินและการธนาคาร การแย่งชิงส่วนครองตลาดจึงเรื่องที่สำคัญที่ภาคธุรกิจให้ความสำคัญ ซึ่งการที่ธุรกิจสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง จะทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขัน ทั้งนี้จะเห็นว่าธุรกิจมีการพัฒนาช่องทางในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการทางการเงิน ทั้งในรูปแบบของช่องทางสาขา, ช่องทางการบริการผ่านตู้อิเล็กทรอนิกส์, ช่องทางการให้บริการ Digital Banking และช่องทางการบริการอื่นๆ จากสถิติของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า จำนวนรวมของสาขาธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจำนวนรวมสาขาของธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมามีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2559 จำนวนรวมสาขาของธนาคารพาณิชย์ของไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 7,016 สาขา (ธนาคารแห่งประเทศไทย,2560)

นอกจากช่องทางการเข้าถึงบริการทางการเงินผ่านทางสาขาแล้ว ภาคธุรกิจยังได้ให้บริการแก่ประชาชนผู้ใช้บริการทางการเงินได้ผ่านระบบตู้อิเล็กทรอนิกส์ต่าง โดยการใช้งานผ่านบัตรเอทีเอ็ม บัตรเดบิต และบัตรเครดิต เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการให้สามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้อย่าง

ทั่วถึง ซึ่งจากข้อมูลสถิติมูลค่าการใช้บัตรเครดิตเพื่อการชำระเงิน โดยในปี 2559 ที่ผ่านมามีมูลค่าการใช้บัตรเครดิตเพื่อการชำระเงินทั้งสิ้นรวม 14,563 พันล้านบาท มีมูลค่าการใช้บัตรเครดิตมากที่สุด โดยมีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 11,247 พันล้านบาท โดยแยกตามวัตถุประสงค์เพื่อถอนเงินสดมูลค่า 6,700 พันล้านบาท เพื่อชำระค่าสินค้า ณ จุดขาย 159 พันล้านบาท และเพื่อวัตถุประสงค์อื่น 4,388 พันล้านบาท มูลค่าการใช้บัตรเครดิตรองลงมา มูลค่า 1,824 พันล้านบาท และบัตรเอทีเอ็มมูลค่า 1,492 พันล้านบาท (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560)

นอกจากนี้ธนาคารยังได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีที่ใช้ในการดำเนินงาน ซึ่งจะเป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้สามารถแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศในระดับสากลได้ อีกทั้งยังเป็นการช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงานได้ในระยะยาว ธนาคารจึงได้มีการนำเทคโนโลยี Digital Banking มาใช้ในการให้บริการธุรกรรมทางการเงินแก่ประชาชนผู้ใช้บริการ โดยในปี 2559 ที่ผ่านมามีมูลค่าธุรกรรมการชำระเงินผ่านระบบ Mobile Banking และ Internet Banking มีมูลค่ารวม 35,067 พันล้านบาท โดยแบ่งเป็นธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Internet Banking มูลค่า 29,706 พันล้านบาท และ Mobile Banking 5,361 พันล้านบาท (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560)

หากพิจารณาถึงสภาพแวดล้อมของชุมชนที่อยู่ในพื้นที่เขตเมือง จะเห็นได้ว่า ลักษณะการอยู่อาศัยของประชากรในเขตเมืองจะมีจำนวนประชากรอาศัยอยู่หนาแน่น ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจจะมีการอัตราการเพิ่มสูงขึ้น การขยายตัวของโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เพิ่มขึ้น ส่งผลให้หน่วยธุรกิจต่างๆ มีความต้องการเข้าไปลงทุนในพื้นที่เขตเมือง ดังนั้นจะเห็นได้ว่าในพื้นที่เขตเมืองจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มากมาย เช่น ถนนหนทางที่มีการขยายเส้นทางได้อย่างทั่วถึง การติดต่อสื่อสาร โทรคมนาคมได้ง่ายขึ้น บริษัท ห้างร้าน ต่างๆ เกิดขึ้นอย่างมาก รวมไปถึงสถาบันการเงินต่างๆ พากันไปตั้งสำนักงานสาขาในพื้นที่นั้นๆ ทั้งในรูปแบบของสาขาเต็มรูปแบบ และสาขาย่อยต่างๆ ส่งผลให้ประชาชนที่อยู่ในเขตเมือง สามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้ง่าย และได้อย่างทั่วถึง

ในทางตรงกันข้ามลักษณะของสังคมในพื้นที่รอบนอกเมือง หรือในพื้นที่ชนบท อัตราการเพิ่มจำนวนประชากรมีแนวโน้มจะลดลง ส่วนหนึ่งเกิดจากประชาชนในเขตนอกเมืองหรือเขตชนบท ต่างพากันอพยพถิ่นเข้าไปอาศัยอยู่ในเมืองกันมากขึ้น ระบบการคมนาคมขนส่งและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนนหนทาง ศูนย์สุขภาพและบริการต่างๆ ระบบไฟฟ้า ระบบประปา และการติดต่อสื่อสาร การขาดการเชื่อมโยงระหว่างหมู่บ้าน และชุมชนชนบทด้วยกัน สิ่งเหล่านี้เป็นสาเหตุแห่งความแตกต่างทางพื้นที่ ทำให้การบริการพื้นฐานต่างๆ มีลักษณะกระจัดกระจายขาดการเชื่อมโยง และการรวมกลุ่ม และจากโครงการเศรษฐกิจของชุมชนชนบทไม่ค่อยมีอัตราการเติบโตมากนัก จึงไม่เป็นเหตุจูงใจให้ภาคธุรกิจและหน่วยงานต่างๆ เข้าไปก่อตั้งหรือลงทุนเพิ่มขึ้น การตั้งขึ้นของหน่วยงานต่างๆ เพียงเพื่อรองรับความต้องการพื้นฐานของประชาชนในพื้นที่เท่านั้น รวมไปถึงสถาบันการเงิน ธนาคาร ต่างๆ ด้วยเช่นกัน ในบางพื้นที่ที่มีเพียงธนาคารพาณิชย์เพียงแห่งเดียวในเขตพื้นที่นั้นๆ ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การเข้าถึงบริการต่างๆ ของคนในพื้นที่นอกเมือง หรือพื้นที่ชนบท ค่อนข้างจำกัด การเข้าถึงบริการทางการเงินของประชาชนค่อนข้างยากกว่าเมื่อเทียบกับประชาชนในเขตเมือง

ในส่วนของการแข่งขันการให้บริการทางการเงินของธนาคารพาณิชย์เพื่อเป็นการจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการกับทางธนาคารให้มากที่สุดนั้น ทางธนาคารพาณิชย์จะให้บริการทางการเงินที่ครบวงจร เช่น บริการด้านเงินฝาก บริการสินเชื่อ บริการด้านการประกันภัย บริการด้านการลงทุน บริการด้านบัตรต่างๆ และบริการด้านการโอนเงิน/ชำระเงิน เป็นต้น ซึ่งธนาคารพาณิชย์จะพิจารณาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ช่องทางการเข้าถึงบริการทางการเงินของกลุ่มผู้ใช้บริการ เพื่อให้สามารถพัฒนาช่องทางการเข้าถึงบริการทางการเงินของกลุ่มลูกค้าให้ได้มากที่สุด โดยการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินด้านต่างๆ รูปแบบการใช้บริการทางการเงิน ธนาคารที่ใช้บริการทางการเงิน วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการทางการเงิน เป็นต้น

แม้ว่าธนาคารพาณิชย์จะมีการให้บริการช่องทางในการเข้าถึงบริการทางการเงินที่หลากหลาย ช่องทางเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าธนาคารแล้วนั้น การเข้าถึงบริการทางการเงินก็ยังคงประสบกับปัญหา โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าในพื้นที่ห่างไกลตัวเมือง ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาถึงการเข้าถึงบริการทางการเงินประชาชน ทั้งในตัวเมืองและในเขตชนบท เพื่อทำการเปรียบเทียบ ช่องทางการเข้าถึงบริการทางการเงินของประชาชน สาเหตุในการเลือกใช้ช่องทางการบริการทางการเงิน ความพึงพอใจในการใช้บริการทางการเงินของประชาชน

การศึกษากการเข้าถึงบริการทางการเงินของประชาชน เพื่อมุ่งหาคำตอบว่าประชาชนมีช่องทางในการเข้าถึงบริการทางการเงินอย่างไร ปัจจัยใดที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ช่องทางบริการทางการเงิน รวมทั้งผู้ศึกษายังสนใจที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจในการใช้บริการทางการเงินของประชาชน เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของธนาคาร เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้อย่างทั่วถึงต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงช่องทางการเข้าถึงบริการทางการเงินและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ช่องทางบริการทางการเงินของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจจากการใช้บริการทางการเงินของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ มุ่งประเด็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ช่องทางเพื่อเข้าถึงบริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเมือง และประชาชนที่อาศัยอยู่ชานเมือง ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ โดยทางผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างประชาชนในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่เป็นตัวแทนของคนในเมือง ส่วนคนในชนบททำการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายเลือกได้อำเภอแม่แจ่ม เป็นตัวแทนของคนในชนบท

โดยใช้การกำหนดจำนวนตัวอย่างตามแนวคิดของ Yamane เมื่อกำหนดระดับความเชื่อมั่น (Confidence interval) ไว้ที่ 93% ดังนั้น จึงทำการเก็บข้อมูล จำนวนครัวเรือนตัวอย่างอำเภอละ 200 ครัวเรือน รวม 400 ครัวเรือน การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ช่องทางการเข้าถึงบริการทางการเงิน จากธนาคารพาณิชย์ของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวิธีการศึกษาดังนี้

1. การศึกษาเกี่ยวกับการใช้บริการทางการเงินของประชาชนโดยจำแนกตามรูปแบบการให้บริการ ได้แก่ บริการด้านการฝากเงิน บริการด้านการกู้ยืม/สินเชื่อ บริการด้านการประกันภัย บริการด้านการลงทุน บริการด้านบัตร บริการด้านการโอนเงิน/ชำระเงิน และเป็นการศึกษาถึงการเลือกใช้ช่องทางการเข้าถึงบริการทางการเงิน ได้แก่ ช่องทางสาขา ช่องทางตู้อิเล็กทรอนิกส์ และช่องทาง Digital Banking โดยการนำข้อมูลที่ได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

2. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ช่องทางการเข้าถึงบริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ของประชาชน อันได้แก่ ปัจจัยด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย ปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ ปัจจัยด้านอัตราค่าธรรมเนียม โดยทำการวิเคราะห์โดยใช้แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และ มากที่สุด และการศึกษาถึง โดยการนำข้อมูลที่ได้ทำการวิเคราะห์ความแตกต่างความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบสถิติแบบ Chi Square เป็นการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ช่องทางการเข้าถึงบริการทางการเงินของประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ และอำเภอแม่แจ่มจังหวัดเชียงใหม่ ว่าปัจจัยแต่ละตัวที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ช่องทางการเข้าถึงบริการทางการเงินของประชาชนทั้งสองกลุ่มแตกต่างกันหรือไม่ โดยแบ่งระดับอิทธิพลที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ช่องทางออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับมาก ระดับปานกลาง และระดับน้อย ซึ่งจากการเก็บข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับอิทธิพลที่มีผลต่อการเลือกใช้ในระดับน้อย มีจำนวนน้อยมาก ดังนั้นผู้ศึกษาจึงนำข้อมูลมานับรวมกับผู้ตอบที่เลือกในระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้ในระดับปานกลาง

3. การศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการทางการเงินของประชาชน และเป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจการเลือกใช้ช่องทางการเข้าถึงบริการทางการเงิน ว่ามีความพึงพอใจในระดับใด โดยการนำข้อมูลที่ได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา

1. ช่องทางการเข้าถึงบริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์

ผลการศึกษาพบว่า การเลือกใช้ช่องทางสาขาเพื่อเข้าถึงบริการทางการเงินของประชาชนจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เลือกใช้ช่องทางสาขาเพื่อใช้บริการด้านเงินฝากมากที่สุด (ร้อยละ 98.00) รองลงมา คือ บริการด้านการโอนเงิน/ชำระเงิน (ร้อยละ 95.75) และ บริการด้านบัตร การจ่ายชำระบัตรเครดิต (ร้อยละ 65.75) ตามลำดับ

สำหรับการเลือกใช้ช่องทางตู้อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเข้าถึงบริการทางการเงิน พบว่า ส่วนใหญ่เลือกใช้ช่องทางตู้อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเข้าถึงบริการด้านการโอนเงิน/ชำระเงินมากที่สุด (ร้อยละ 94.50) รองลงมาคือบริการด้านบัตร การจ่ายชำระบัตรเครดิต (ร้อยละ 76.50) และบริการด้านเงินฝาก (ร้อยละ 71.25) ตามลำดับ

ส่วนการเลือกใช้ช่องทาง Digital Banking เพื่อเข้าถึงบริการทางการเงิน พบว่า ส่วนใหญ่เลือกใช้ช่องทาง Digital Banking เพื่อเข้าถึงบริการด้านการโอนเงิน/ชำระเงินมากที่สุด (ร้อยละ 72.50) รองลงมาคือบริการด้านบัตร การจ่ายชำระบัตรเครดิต (ร้อยละ 59.72) และบริการด้านการประกันภัย (ร้อยละ 47.25) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ช่องทางการเข้าถึงบริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่

หน่วย : คน

ช่องทางการเข้าถึงบริการทางการเงิน	อำเภอเมือง (200)		อำเภอแม่แจ่ม (200)		รวม (400)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ช่องทางสาขา						
1. ด้านเงินฝาก	192	96.00	200	100.00	392	98.00
2. ด้านการโอนเงิน/ชำระเงิน	183	91.50	200	100.00	383	95.75
3. ด้านบัตรต่างๆ	176	88.00	87	43.50	263	65.75
ช่องทางตู้อิเล็กทรอนิกส์						
1. ด้านการโอนเงิน/ชำระเงิน	190	95.00	188	94.00	378	94.50
2. ด้านบัตรต่างๆ	133	66.50	173	86.50	306	76.50
3. ด้านการเงินฝาก	139	69.50	146	73.00	285	71.25
ช่องทาง Digital Banking						
1. ด้านการโอนเงิน/ชำระเงิน	187	93.50	103	51.50	290	72.50
2. ด้านบัตรต่างๆ	175	87.50	64	32.00	239	59.75
3. ด้านการประกันภัย	130	65.00	59	29.50	189	47.25

หมายเหตุ: ตอบได้หลายข้อ เป็นค่าร้อยละจากจำนวนผู้ตอบแต่ละอำเภอ

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ช่องทางการเข้าถึงบริการด้านการเงิน

2.1) ช่องทางสาขา

ก) ด้านเงินฝาก

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย/มีพนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการ ของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่และอำเภอแม่แจ่ม พบว่า $\chi^2=26.321^{***}$ แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองอำเภอมีความคิดเห็นแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.001 นั่นคือกลุ่มตัวอย่างในอำเภอเมืองเชียงใหม่ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย / การมี

พนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ช่องทางสาขาเพื่อใช้บริการเงินฝากในระดับมาก มากกว่า กลุ่มตัวอย่างประชาชนในอำเภอแม่แจ่ม

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีปัจจัยด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย/มีพนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากผ่านช่องทางสาขา

อำเภอ	ระดับอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจ		
	ปานกลาง	มาก	รวม
อำเภอเมืองเชียงใหม่	38 (19.79)	154 (80.21)	192 (100.00)
อำเภอแม่แจ่ม	88 (44.00)	112 (56.00)	200 (100.00)
รวม	126 (32.14)	266 (67.86)	392 (100.00)

$$\chi^2 = 26.321***$$

ข) ด้านการโอนเงิน/ชำระเงิน

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสะดวก/รวดเร็วในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่และอำเภอแม่แจ่ม พบว่า $\chi^2=18.713***$ แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองอำเภอมีความคิดเห็น แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.001 นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างของประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านความสะดวก/รวดเร็วในการใช้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ช่องทางสาขาเพื่อใช้บริการด้านการโอนเงิน/ชำระเงินในระดับมาก มากกว่า กลุ่มตัวอย่างประชาชนในอำเภอแม่แจ่ม

ตารางที่ 3 ปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการโอนเงิน/ชำระเงินช่องทางสาขา

อำเภอ	ระดับอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจ		
	ปานกลาง	มาก	รวม
อำเภอเมือง	33 (18.03)	150 (81.97)	183 (100.00)
อำเภอแม่แจ่ม	76 (38.00)	124 (62.00)	200 (100.00)
รวม	109 (28.46)	274 (71.54)	383 (100.00)

$$\chi^2 = 18.713***$$

ค) ด้านบัตรต่างๆ

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสะดวก/รวดเร็วในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่และอำเภอแม่แจ่ม พบว่า $\chi^2=15.577^{***}$ แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองอำเภอมีความคิดเห็น *แตกต่างกัน* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.001 นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างของประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านความสะดวก/รวดเร็วในการใช้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ช่องทางสาขาเพื่อใช้บริการด้านบัตรในระดับปานกลางถึงมาก *มากกว่า* กลุ่มตัวอย่างประชาชนในอำเภอแม่แจ่ม

ตารางที่ 4 ปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านบัตรช่องทางสาขา

อำเภอ	ระดับอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจ		
	ปานกลาง	มาก	รวม
อำเภอเมือง	27 (15.25)	150 (84.75)	177 (100.00)
อำเภอแม่แจ่ม	32 (36.78)	55 (63.22)	87 (100.00)
รวม	59 (22.35)	205 (77.65)	264 (100.00)

$$\chi^2 = 15.577^{***}$$

2.2) ช่องทางตู้อิเล็กทรอนิกส์

ก) ด้านการโอนเงิน/ชำระเงิน

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ ของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่และอำเภอแม่แจ่ม พบว่า $\chi^2=20.005^{***}$ แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองอำเภอมีความคิดเห็น *แตกต่างกัน* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.001 นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างของประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีความเห็นว่าปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ช่องทางตู้อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเข้าถึงบริการด้านการโอนเงิน/ชำระเงิน ในระดับมาก *มากกว่า* กลุ่มตัวอย่างประชาชนในอำเภอแม่แจ่ม

ตารางที่ 5 ปัจจัยความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการโอนเงิน/ชำระเงินผ่านช่องทางตู้อิเล็กทรอนิกส์

อำเภอ	ระดับอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจ		
	ปานกลาง	มาก	รวม
อำเภอเมือง	25 (13.16)	165 (86.84)	190 (100.00)
อำเภอแม่แจ่ม	61 (32.45)	127 (67.55)	188 (100.00)
รวม	86 (22.75)	292 (77.25)	378 (100.00)

$$\chi^2 = 20.005***$$

ข) ด้านบัตรต่างๆ

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ ของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่และอำเภอแม่แจ่ม พบว่า $\chi^2=9.039**$ แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองอำเภอมีความคิดเห็น *แตกต่างกัน* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างของประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ส่วนใหญ่ มีความเห็นว่าปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ช่องทางตู้อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเข้าถึงบริการด้านบัตร ในระดับมาก ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างของประชาชนในอำเภอแม่แจ่มส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลางถึงมาก

ตารางที่ 6 ปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการด้านบัตรผ่านช่องทางตู้อิเล็กทรอนิกส์

อำเภอ	ระดับอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจ		
	ปานกลาง	มาก	รวม
อำเภอเมือง	21 (15.79)	112 (84.21)	133 (100.00)
อำเภอแม่แจ่ม	53 (30.64)	120 (69.36)	173 (100.00)
รวม	74 (24.18)	232 (75.82)	306 (100.00)

$$\chi^2 = 9.039**$$

ค) ด้านเงินฝาก

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านอัตราค่าธรรมเนียมของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่และอำเภอแม่แจ่ม พบว่า $\chi^2=3.731$ แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองอำเภอมีความคิดเห็น *ไม่แตกต่างกัน* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.001 นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างของประชาชนทั้งสองอำเภอส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านอัตราค่าธรรมเนียม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ช่องทางตู้อิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้บริการเงินฝากในระดับปานกลาง ถึง มาก

ตารางที่ 7 ปัจจัยด้านอัตราค่าธรรมเนียมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากผ่านช่องทางตู้อิเล็กทรอนิกส์

อำเภอ	ระดับอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจ		
	ปานกลาง	มาก	รวม
อำเภอเมืองเชียงใหม่	53 (38.13)	86 (61.87)	139 (100.00)
อำเภอแม่แจ่ม	40 (27.40)	106 (72.60)	146 (100.00)
รวม	93 (32.63)	192 (67.37)	285 (100.00)

$$\chi^2 = 3.731$$

2.3) ช่องทาง Digital Banking

ก) ด้านการโอนเงิน/ชำระเงิน

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่และอำเภอแม่แจ่ม พบว่า $\chi^2=0.624$ แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองอำเภอมีความคิดเห็น *ไม่แตกต่างกัน* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.001 นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างประชาชนทั้งสองอำเภอส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ช่องทาง Digital Banking เพื่อใช้บริการด้านการโอนเงิน/ชำระเงินในระดับมาก

ตารางที่ 8 ปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการโอนเงิน/ชำระเงินผ่านช่องทางDigital Banking

อำเภอ	ระดับอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจ		
	ปานกลาง	มาก	รวม
อำเภอเมือง	18 (9.63)	169 (90.37)	187 (100.00)
อำเภอแม่แจ่ม	13 (12.62)	90 (87.38)	103 (100.00)
รวม	31 (10.69)	259 (89.31)	290 (100.00)

$$\chi^2 = 0.624$$

ข) ด้านบัตรต่างๆ

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่และอำเภอแม่แจ่ม พบว่า $\chi^2=1.066$ แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองอำเภอมีความคิดเห็น *ไม่แตกต่างกัน* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.001 นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างประชาชนทั้งสองอำเภอส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการช่องทางDigital Banking เพื่อใช้บริการด้านบัตรในระดับมาก

ตารางที่ 9 ปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านบัตรผ่านช่องทางDigital Banking

อำเภอ	ระดับอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจ		
	ปานกลาง	มาก	รวม
อำเภอเมือง	12 (6.86)	163 (93.14)	175 (100.00)
อำเภอแม่แจ่ม	7 (10.94)	57 (89.06)	64 (100.00)
รวม	19 (7.95)	220 (92.05)	239 (100.00)

$$\chi^2 = 1.066$$

ค) ด้านการประกันภัย

การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่และอำเภอแม่แจ่ม พบว่า $\chi^2=9.964^{**}$ แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองอำเภอมีความคิดเห็น *แตกต่างกัน* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ช่องทาง Digital Banking เพื่อใช้บริการประกันภัยในระดับมาก *มากกว่า* กลุ่มตัวอย่างประชาชนในอำเภอแม่แจ่ม

ตารางที่ 10 ปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันผ่านช่องทาง Digital Banking

อำเภอ	ระดับอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจ		
	ปานกลาง	มาก	รวม
อำเภอเมือง	8 (6.11)	123 (93.89)	131 (100.00)
อำเภอแม่แจ่ม	12 (21.82)	43 (78.18)	55 (100.00)
รวม	20 (10.75)	166 (89.25)	186 (100.00)

$$\chi^2 = 9.964^{**}$$

3. ความพึงพอใจการใช้ช่องทางในการเข้าถึงบริการทางการเงิน

ผลการศึกษา พบว่า ประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจในการเลือกใช้ช่องทางสาขาเพื่อเข้าถึงบริการด้านการลงทุนในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมาคือบริการด้านบัตรเครดิตมีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) และ บริการด้านสินเชื่อ มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

การใช้ช่องทางตู้เอทีเอ็ม พบว่า ประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในการใช้ช่องทางตู้เอทีเอ็มเพื่อเข้าถึงบริการด้านการลงทุนในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมาคือ บริการด้านด้านโอนเงิน/ชำระเงิน มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) และ บริการด้านเงินฝาก มีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ตามลำดับ

การใช้ช่องทาง Digital Banking พบว่า ประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในการใช้ช่องทาง Digital Banking เพื่อเข้าถึงบริการด้านโอนเงิน/ชำระเงิน ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาคือบริการด้านสินเชื่อ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.49) และ บริการด้านการประกันภัยและบริการด้านบัตรต่างๆ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.47) ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ความพึงพอใจการใช้ช่องทางการเข้าถึงบริการทางการเงิน

ความพึงพอใจการใช้ช่องทางการเข้าถึงบริการทางการเงิน	อำเภอเมืองเชียงใหม่		อำเภอแม่แจ่ม		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
ช่องทางสาขา						
1. ด้านการลงทุน	3.84	มาก	4.00	มาก	3.90	มาก
2. ด้านบัตรต่างๆ	3.75	มาก	3.69	มาก	3.73	มาก
3. ด้านสินเชื่อ	3.73	มาก	3.68	มาก	3.71	มาก
ช่องทางตู้เอทีเอ็ม						
1. ด้านการลงทุน	4.17	มาก	4.08	มาก	4.14	มาก
2. ด้านการโอนเงิน/ชำระเงิน	4.06	มาก	4.20	มาก	4.13	มาก
3. ด้านเงินฝาก	4.14	มาก	4.07	มาก	4.10	มาก
ช่องทาง Digital Banking						
1. ด้านการโอนเงิน/ชำระเงิน	4.52	มากที่สุด	4.65	มากที่สุด	4.56	มากที่สุด
2. ด้านสินเชื่อ	4.53	มากที่สุด	4.42	มากที่สุด	4.49	มากที่สุด
3. ด้านการประกัน	4.49	มากที่สุด	4.42	มากที่สุด	4.47	มากที่สุด
3. ด้านบัตรต่างๆ	4.47	มากที่สุด	4.47	มากที่สุด	4.47	มากที่สุด

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1. จากการลงพื้นที่ศึกษาพบว่า ในพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่การให้บริการของธนาคารพาณิชย์ มีจำนวนสาขาธนาคารจำนวนมาก และสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึง เช่น สาขาที่ให้บริการในห้างสรรพสินค้า ที่สามารถให้บริการในช่วงวันหยุดได้ สถานะการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง สำหรับในพื้นที่อำเภอแม่แจ่มมีธนาคารที่ให้บริการค่อนข้างจำกัดเพียง 3 ธนาคาร ได้แก่ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารออมสิน และธนาคาร ธกส. จึงทำให้การแข่งขันไม่ค่อยรุนแรงดังนั้นทางธนาคารพาณิชย์ควรให้ความสำคัญในการด้านจัดเตรียมพนักงานหรือเจ้าหน้าที่สาขาให้มีความรู้ความสามารถ และมีปริมาณที่เพียงพอต่อปริมาณลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการแต่ละสาขาตามความเหมาะสม นอกจากนี้การเก็บค่าธรรมเนียมในการใช้บริการที่สาขา เช่น ค่าธรรมเนียมการฝากเงิน ค่าธรรมเนียมโอนเงิน ค่าธรรมเนียมการจ่ายชำระค่าบัตรต่างๆ ควรมีการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมที่เหมาะสมในการทำรายการแต่ละรายการเพื่อการแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นๆ

2. ธนาคารพาณิชย์ควรจัดเตรียมติดตั้งตู้เอทีเอ็มให้เพียงพอต่อการใช้งานและพัฒนาระบบตู้เอทีเอ็มให้สามารถใช้งานได้หลากหลายรูปแบบบริการทางการเงิน การพัฒนาระบบให้สามารถใช้งานง่ายเหมาะกับลูกค้าทุกกลุ่ม เพื่อเป็นการรักษาส่วนครองตลาดและอาจเป็นการเพิ่มส่วนครองตลาดให้กับทางธนาคารพาณิชย์

3. ธนาคารพาณิชย์ควรทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และแนะนำวิธีการเข้าใช้บริการทาง Digital Banking ให้กับประชาชนในพื้นที่ชานเมือง เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการ เพื่อเป็นการเพิ่มฐานลูกค้าให้กับทางธนาคารได้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมการปกครอง. (2560). สถิติจำนวนประชากรและบ้าน ณ ฐานข้อมูลปัจจุบัน. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2560, แหล่งที่มา : http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_m.php
- ณัฐมน แสสนสมชัย. (2551). การเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ทิพย์สุดา วิชญอาภา. (2553). ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมตลาดบริการกับคุณภาพการบริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาชัยภูมิ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). สถิติสถาบันการเงิน. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2560, แหล่งที่มา : <https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/FinancialInstitutions/Pages/default.aspx>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). สถิติการชำระเงิน. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม 2560, แหล่งที่มา : <https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/Pages/default.aspx>
- ปิยนันท์ ประยงค์. (2548). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. การค้นคว้าอิสระการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2547). หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2536). กลยุทธ์การตลาด และการประยุกต์ใช้ในทางธุรกิจในแต่ละกรณี ตัวอย่าง. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ.(2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่.กรุงเทพฯมหานคร:บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- อัจฉรา แสงมณี. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.