

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัล
ของวัยกลางคนในจังหวัดเชียงใหม่

Factors Affecting the Use of Financial Transactions through Digital Banking
System Among Middle-Aged People in Chiang Mai Province

วรรณภา กำแพงแก้ว และอนุภาค เสาร์เสาวภาคย์

Wannapa Kampanngaew and Anuphak Saosaovaphak

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัลของคนวัยกลางคน และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัลของคนวัยกลางคน ในจังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือการวิจัยคือ แบบสอบถาม เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างประชากรวัยกลางคน ในพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการสร้างโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ผลการศึกษาพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัล พบว่า กลุ่มตัววัยกลางคนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 55 - 60 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 - 50,000 บาท รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ไม่เกิน 10,000 บาท ใช้บริการระบบธนาคารดิจิทัลผ่านมือถือ จากธนาคารไทยพาณิชย์ ทั้งนี้ใช้บริการมาเป็นระยะเวลา 1 ปีขึ้นไป เฉลี่ยใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อเดือน โดยใช้บริการในเวลา 06.01-12.00 น. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการมากที่สุด คือ พนักงานธนาคาร และเหตุผลที่ใช้บริการเพราะใช้งานง่าย และประเภทบริการที่ใช้บริการมากที่สุดคือโอนเงิน และผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของแบบจำลองสมการโครงสร้างพบว่า แบบจำลองมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และสามารถอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัลของคนวัยกลางคน ได้ร้อยละ 66.0 โดยปัจจัยที่มีความสำคัญที่สถาบันการเงินควรมีการปรับปรุงพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ 3 ลำดับ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด รองลงมาคือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร

คำสำคัญ: การทำธุรกรรม การเงิน ธนาคารดิจิทัล วัยกลางคน จังหวัดเชียงใหม่

ABSTRACT

This independent study aimed to investigate behaviors of middle-aged people in using financial transactions through digital banking system and explore factors affecting the use of financial transactions through digital banking system among the middle-aged people in Chiang Mai province. Questionnaires, as the research tool, were distributed to 400 research population who were the middle-aged people in Chiang Mai province. Data analysis were conducted by statistic packages; while the statistics being used to analyze data obtained included frequency distribution, percentage, mean, and Structural Equation Modeling: SEM. Results of the study were concluded as follows. Result of the study on behaviors of the middle-aged people in using financial transactions through digital banking system indicated that the majority of research population were male in the age of 55-60 years with Bachelor's degree. Their career was mostly found in a category of government officials/government employees/state-enterprise employees. They earned monthly income at the average amount of 20,000-50,000 Baht and averagely had monthly expenses at the amount of not over than 10,000 Baht. The study presented that they had used financial transactions through digital banking system as operated by Siam Commercial Bank for more than a year. They approximately did the financial transactions through digital banking system at the frequency of 3-4 times during 06.01-12.00 hrs. Person influencing their decision towards performing the financial transactions through digital banking system at the most was the bank officer. Reason of performing the financial transactions through digital banking system was its simple system to be used. Type of transaction that they mostly did through digital banking system was money transfers. Result of the study on the optimum of Structural Equation Modeling: SEM revealed that the model was fit with the empirical data and was able to describe factors affecting the use of financial transactions through digital banking system among the middle-aged people at 66.0%. The result suggested that three significant factors that the financial institute should improve to fit with the customer's needs were promotion, physical evidence and presentation, and people, factors, respectively.

Key word: Transactions, Financial, Digital Banking System, Middle-Aged People, Chiang Mai Province

ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำรงชีวิตของประชากรทุกช่วงวัย ซึ่งไม่สามารถที่จะปฏิเสธได้เลยว่าเทคโนโลยีไม่มีความจำเป็นสำหรับการดำเนินชีวิต เพราะทุกคนล้วนใช้เทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกในชีวิตในทุก ๆ ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่อาศัยอยู่ในเมืองที่ชีวิตประจำวันมีแต่ความเร่งรีบต้องแข่งขันกับเวลา การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะเทคโนโลยีสมัยใหม่นอกจากจะช่วยอำนวยความสะดวกในการทำงานและเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงข้อมูลติดต่อสื่อสารได้อย่างทั่วถึงสะดวกรวดเร็วและหลายช่องทางแล้วยังช่วยย่นระยะเวลาทำกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยเหตุนี้องค์กรธุรกิจต่างๆ จึงนำมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ ขึ้นมา ที่นำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือทางการตลาด ที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคทุกช่วงอายุ อาชีพได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว เนื่องด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคปัจจุบันนิยมใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต ที่ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน ใกล้หรือไกล ไม่ว่าจะประกอบอาชีพอะไร หรืออายุเท่าไรก็ตาม ก็สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา ดังนั้นธุรกิจต่าง ๆ จึงพยายามแสวงหาและพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์การให้บริการต่างๆ ด้วยการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับใช้กับธุรกิจเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งถือเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และสร้างความพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภคซึ่งเป็นเป้าหมายที่สำคัญขององค์กรให้ได้มากที่สุด (ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์, 2547) ทั้งนี้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของวัยกลางคนพบว่า ในช่วงวัยดังกล่าวนี้นิยมที่จะใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังกรณีจากรายงานการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มวัยกลางคน ระหว่างปี พ.ศ. 2555 – 2559 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2560) พบว่า สัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตของวัยกลางคน โดยรวมในปี พ.ศ. 2556 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 110.3 หรือคิดเป็นร้อยละ 110.3 และเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2557 เป็นร้อยละ 44.0 ปี พ.ศ. 2558 เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.7 และในปีพ.ศ. 2559 เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2558 เป็นร้อยละ 50.0 (รายละเอียดดังตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในวัยกลางคน ระหว่างปี พ.ศ. 2555 – 2559

ช่วงอายุ วัยกลางคน	2555	2556		2557		2558		2559	
		จำนวน (คน)	สัดส่วนที่ เพิ่มขึ้น (ร้อยละ)	จำนวน (คน)	สัดส่วนที่ เพิ่มขึ้น (ร้อยละ)	จำนวน (คน)	สัดส่วนที่ เพิ่มขึ้น (ร้อยละ)	จำนวน (คน)	สัดส่วนที่ เพิ่มขึ้น (ร้อยละ)
40-49	1,650,320	1,723,326	104.4	2,336,079	35.6	2,863,556	22.6	4,154,477	45.1
50-59	886,499	983,901	111.0	1,266,751	28.7	1,477,669	16.7	2,146,781	45.3
60 ปีขึ้นไป	165,896	191,234	115.3	320,795	67.7	403,057	25.6	641,209	59.1
ภาพรวม	2,702,715	2,898,461	110.3	3,923,625	44.0	4,744,282	21.7	6,942,467	50.0

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2560)

การให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์หรือธนาคารดิจิทัล (Digital Banking) ถือเป็นผลิตภัณฑ์การให้บริการบริการในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศที่กำลังได้รับความนิยมอย่างสูง ซึ่งการนำระบบนี้มาใช้ในประเทศไทย แรกเริ่มนั้นพบว่า การพัฒนาระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ลูกค้าทำธุรกรรมธนาคารได้ด้วยตนเอง เริ่มเปิดให้บริการในปี พ.ศ. 2543 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), 2559) การให้บริการระบบ Digital Banking ในปัจจุบันที่ได้รับผู้บริโภคนิยมใช้อย่างมากคือมี 2 รูปแบบคือ 1) การให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบInternet Bankingเป็นการให้บริการทางการเงินทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารโดยให้บริการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ที่ลูกค้าสามารถใช้งานได้ด้วยตนเอง สามารถทำได้ทุกที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ตและรูปแบบที่สองคือ 2) การให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบMobile Banking เป็นรูปแบบการให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่ถูกพัฒนามาจากออนไลน์แบงก์กิ้งให้อยู่ในรูปของแอปพลิเคชัน ซึ่งจะต้องใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตบนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เคลื่อนที่ที่รองรับ ถือเป็นทางเลือกที่ธนาคารต่าง ๆ ใช้ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงิน การติดต่อสื่อสาร และการดำเนินธุรกิจกับลูกค้าของธนาคาร โดยอาศัยพัฒนาการทางเทคโนโลยีที่มีความสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ลูกค้าสามารถเลือกที่จะรับรู้ ประเมิน และค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการได้ตามความต้องการของลูกค้าทั้งนี้การให้บริการธุรกรรมทางการเงินรูปแบบดังกล่าว ได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้บริโภคอย่างมาก จนเกิดกระแสความนิยมการใช้บริการแบบก้าวกระโดด ดังในปี พ.ศ. 2556 มีกลุ่มผู้ใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านInternet Banking เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.9 และเพิ่มขึ้นต่อเนื่องร้อยละ 26.5 ในปี พ.ศ. 2557 ต่อมาปี พ.ศ. 2558 เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.1 และต่อเนื่องมาปี พ.ศ. 2559 เพิ่มร้อยละ 26.8 ขณะที่การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบ Mobile Banking พบว่า ในปี พ.ศ. 2556 มีสัดส่วนผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 34.8 ต่อมาในปี พ.ศ. 2557 มีสัดส่วนเพิ่มมากขึ้นเป็น 4 เท่า เกิดกระแสความนิยมแบบก้าวกระโดดอย่างมาก คิดเป็นร้อยละ 434.9 เช่นเดียวกันกับปี พ.ศ. 2558 มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 123.4 และเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 50.0 ในปีพ.ศ. 2559 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560) (รายละเอียดดังตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการอินเทอร์เน็ต ระหว่างปี พ.ศ. 2555 – 2559

รูปแบบการ ทำธุรกรรม	2555	2556		2557		2558		2559	
		จำนวน	สัดส่วนที่ เพิ่มขึ้น (ร้อยละ)	จำนวน	สัดส่วนที่ เพิ่มขึ้น (ร้อยละ)	จำนวน	สัดส่วนที่ เพิ่มขึ้น (ร้อยละ)	จำนวน	สัดส่วนที่ เพิ่มขึ้น (ร้อยละ)
ชำระเงิน		(คน)		(คน)		(คน)		(คน)	
Internet Banking	6,645,161	8,033,061	20.9	10,159,971	26.5	11,901,117	17.1	15,095,696	26.8
Mobile Banking	864,312	1,164,796	34.8	6,229,960	434.9	13,918,815	123.4	20,883,147	50.0

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (2560)

กระแสโลกอินเทอร์เน็ตได้สร้างการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคในการทำธุรกรรมทางการเงินนอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในโลกการเงินได้ส่งผลให้เกิดรูปแบบการให้บริการทางการเงินต่างๆที่อำนวยความสะดวกและตอบสนองต่อการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคยุคใหม่โดยเฉพาะการทำธุรกรรมทางการเงินสมัยใหม่ที่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่ทุกเวลารวดเร็วและสะดวกสบายผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆเช่นโทรศัพท์มือถือและแท็บเล็ตเป็นต้นโดยผู้บริโภคมักมีแนวโน้มที่จะใช้บริการระบบ Digital Banking เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะการใช้บริการ Internet Banking และ Mobile Banking เพราะสะดวกสบายกว่าและสามารถทำธุรกรรมได้อย่างรวดเร็วตลอดเวลาด้วยตนเองโดยไม่ต้องไปที่สาขาของธนาคาร กลุ่มลูกค้าวัยกลางคน ถือเป็นกลุ่มลูกค้าฐานสำคัญในยุคการให้บริการแบบระบบธนาคารดิจิทัล เนื่องด้วยเป็นประชากรวัยแรงงานที่มีประสบการณ์การทำงานและใช้ชีวิตยาวนานกว่าช่วงวัยอื่นๆ เป็นช่วงวัยที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายเงิน เพราะวัยทำงาน มีการประกอบอาชีพ และสามารถมีรายได้จากการประกอบอาชีพนำมาใช้จ่ายในการดำรงชีวิตประจำวัน รวมถึงมีรายได้ในการที่จะซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ได้ด้วยตนเอง กล่าวคือ วัยกลางคนถือเป็นวัยนี้ต้องมีความเกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางการเงินบ่อยครั้งเช่น การฝากเงิน การโอนเงิน การชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ ฯลฯ ตลอดจนเป็นวัยที่มีแนวโน้มการเลือกใช้บริการทำธุรกิจทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยความสำคัญดังกล่าวนี้ งานวิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัลของคนวัยกลางคน ในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เพื่อทราบถึงปัจจัยที่ทำให้วัยกลางคนและการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัล ที่จะช่วยให้การใช้ชีวิตของวัยกลางคนง่ายขึ้น รวมถึงเป็นประโยชน์ต่อสถาบันการเงินในการพัฒนากลยุทธ์ นโยบายเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มวัยกลางคน รวมถึงเพื่อให้ผลิตภัณฑ์การให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัล สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าวัยกลางคนได้อย่างทั่วถึงและสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าวัยกลางคนได้อย่างเหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัลของคนวัยกลางคน ในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัลของคนวัยกลางคน ในจังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัลของคนวัยกลางคน ในจังหวัดเชียงใหม่ตามแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (6Ws และ 1H) ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2549) และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำธุรกรรมทางการเงิน

เงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัลของคนวัยกลางคน ในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย 7 ปัจจัย ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย ทำการศึกษาวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างประชาชนวัยกลางคน ในช่วงอายุ 40 – 60 ปี ในพื้นที่อำเภอเมือง โดยผู้วิจัยจะดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวนทั้งสิ้น 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการสร้างโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

ผลการศึกษา

พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัลของคนวัยกลางคน ในจังหวัดเชียงใหม่

พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัลของคนวัยกลางคน ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างคนวัยกลางคนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 55 - 60 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 50,000 บาท มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ธนาคารที่เลือกใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบดิจิทัลมากที่สุดคือ ธนาคารไทยพาณิชย์ ใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบดิจิทัลในรูปแบบบริการธนาคารผ่านมือถือ มาเป็นระยะเวลา 1 ปีขึ้นไป ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อเดือน ช่วงเวลาที่ใช้บริการบ่อยคือ 06.01-12.00 น. พนักงานธนาคารคือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการมากที่สุด เหตุผลที่ใช้บริการทำเพราะใช้งานง่าย และประเภทบริการที่ใช้บริการมากที่สุดคือโอนเงิน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัลของคนวัยกลางคน ในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัลของคนวัยกลางคน ในจังหวัดเชียงใหม่ ในภาพรวมพบว่า ปัจจัยทั้ง 7 ส่งผลต่อกลุ่มตัวอย่างคนวัยกลางคน ในพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่อยู่ในระดับมาก (รายละเอียดดังตารางที่ 1) เมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัยพบดังนี้

1. ด้านราคา พบว่า โดยรวมของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในวัยกลางคนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก โดย 3 ลำดับแรกที่สำคัญได้แก่ การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัลไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี รองลงมาคือ อัตราค่าธรรมเนียมโอนเงินมีความเหมาะสม และอัตราค่าธรรมเนียมในการชำระสินค้าและบริการมีความเหมาะสม

2. ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า โดยรวมของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในวัยกลางคนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดย 3 ลำดับแรกที่สำคัญได้แก่ สามารถสมัครใช้บริการได้ด้วยตนเอง

ผ่านช่องทางเว็บไซต์/แอปพลิเคชันของธนาคาร รองลงมาคือ สามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกพื้นที่ที่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต

3. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า โดยรวมของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในวัยกลางคนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก โดย 3 ลำดับแรกที่สำคัญได้แก่ รูปแบบการให้บริการสามารถทำรายการได้ง่ายและรวดเร็ว รองลงมาคือ เว็บไซต์/แอปพลิเคชันมีความทันสมัย และมีการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ อยู่เสมอ

4. ด้านกระบวนการ พบว่า โดยรวมของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในวัยกลางคนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก โดย 3 ลำดับแรกที่สำคัญได้แก่ กระบวนการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัลมีความถูกต้องและแม่นยำ รองลงมาคือ การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัลมีความปลอดภัย และขั้นตอนการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัลสามารถทำรายการได้ง่ายรวดเร็วไม่ซับซ้อน

5. ด้านบุคคล พบว่า โดยรวมของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในวัยกลางคนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก โดย 3 ลำดับแรกที่สำคัญได้แก่ พนักงานธนาคาร/พนักงานที่ให้บริการ (VDO Call/ Call Center) ให้บริการด้วยความถูกต้องรวดเร็วและแม่นยำ รองลงมาคือ มีความรู้ความเข้าใจในระบบการให้บริการ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีพูดจาสุภาพไพเราะ

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า โดยรวมของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในวัยกลางคนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในระดับมาก มีโดย 3 ลำดับแรกที่สำคัญได้แก่ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ การออกแบบเว็บไซต์ /แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจในการเข้าใช้บริการ และมีการอัปเดต (Update) เว็บไซต์/แอปพลิเคชันให้ดูทันสมัยและสวยงามน่าใช้งานอยู่เสมอ

7. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า โดยรวมของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในวัยกลางคนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก โดย 3 ลำดับแรกที่สำคัญได้แก่ พนักงานธนาคาร/พนักงานที่ให้บริการ (VDO Call/ Call Center) เป็นผู้ให้ข้อมูลการให้บริการ รองลงมาคือ การจัดส่งเอกสารแผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการมายังลูกค้า ด้วย E-mail และข้อความบนมือถือ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านโทรทัศน์และวิทยุ

ตารางที่ 3 สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัลของกลุ่มตัวอย่าง ประชาชนในวัยกลางคน ในพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่

ลำดับ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัล	ค่าเฉลี่ย
1	ด้านราคา	4.11
2	ด้านการจัดจำหน่าย	3.87
3	ด้านผลิตภัณฑ์	3.84
4	ด้านกระบวนการ	3.79
5	ด้านบุคคล	3.78
6	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.68
7	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.58

ที่มา: จากการสำรวจ

การวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัลของคนวัยกลางคน ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัลของคนวัยกลางคน ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยแบบจำลองโครงสร้าง (SEM) พบว่า แบบจำลองสมการโครงสร้างในครั้งที่ 2 ได้ค่าดัชนีความกลมกลืนหรือได้แบบจำลองที่มีความเหมาะสม ดังผลการวัดความสอดคล้อง (Goodness of fit) ของแบบจำลองหลังการปรับแก้ไข พบว่า Chi-square เท่ากับ 9064.823, p-value เท่ากับ 0.059 มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกจากนั้นค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index; CFI) เท่ากับ 0.907 และค่าดัชนีที่บ่งบอกถึงความกลมกลืนของข้อมูลเชิงประจักษ์กับโมเดลที่กำหนดขึ้น (GOODNESS OF FIT; GFI) เท่ากับ 0.984 มากกว่า 0.95 ทุกค่า และจากผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัลของคนวัยกลางคน ในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถอธิบายปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคลากร (People) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical) ส่งผลต่อแนวโน้มการใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบดิจิทัลของคนวัยกลางคน ในจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 66 (Squared Multiple Correlations (R^2) เท่ากับ 0.66) กล่าวได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical) ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบดิจิทัลของคนวัยกลางคน

เมื่อพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัลของคนวัยกลางคน ในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 5 ปัจจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process)

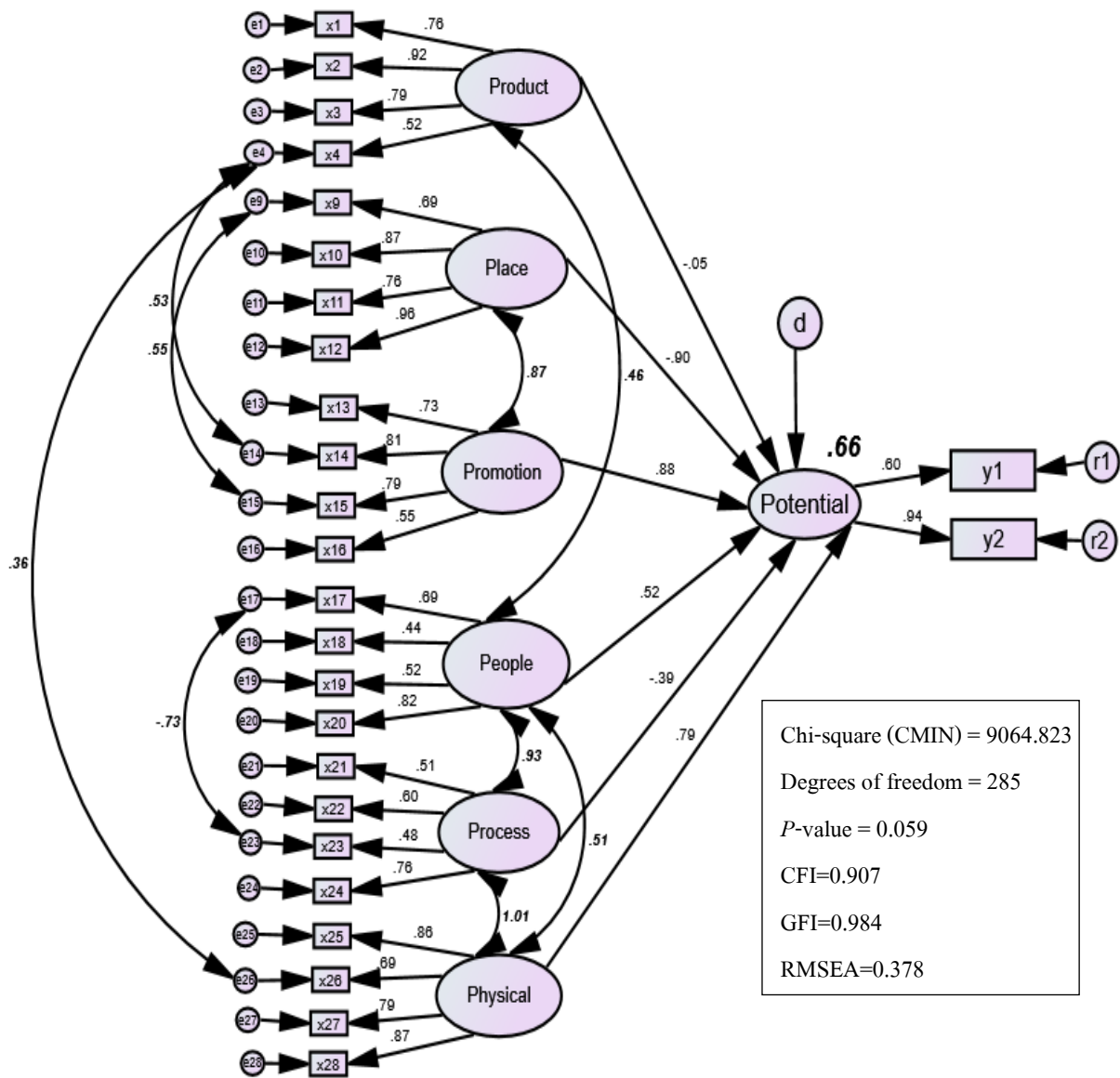
ด้านการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical) ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบดิจิทัลของวัยกลางคน ซึ่งสาเหตุอธิบายได้ดังนี้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ถือเป็นปัจจัยแรกที่กลุ่มตัวอย่างวัยกลางคนให้ความสำคัญตัดสินใจเลือกใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงิน เนื่องมีการประชาสัมพันธ์ผ่านพนักงานธนาคาร/พนักงานที่ให้บริการ (VDO Call/ Call Center) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ผ่านโทรทัศน์และวิทยุอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับสื่อดังกล่าวสามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างลูกค้าได้ทั่วถึง จึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างลูกค้ารับรู้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางการเงิน และนำไปสู่การตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ลำดับต่อมาคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (People) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินของกลุ่มตัวอย่างลูกค้า เนื่องจากพนักงานผู้ให้บริการสามารถให้บริการแก่กลุ่มตัวอย่างลูกค้าได้เป็นอย่างดี โดยสามารถตอบคำถาม จัดหาข้อมูล และแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน และตรงความต้องการ มีความรู้ความเข้าใจในระบบการให้บริการ และให้บริการด้วยความถูกต้องรวดเร็วและแม่นยำ เป็นต้น จึงส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและตัดสินใจเลือกใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงิน

ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินของกลุ่มตัวอย่างลูกค้า เนื่องจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบดิจิทัลนั้น เป็นระบบการให้บริการออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ทันสมัย เป็นกระบวนการทำธุรกรรมทางการเงินที่มีความถูกต้องและแม่นยำสูง สามารถทำการได้ง่ายรวดเร็วไม่ซับซ้อน ไม่ว่าลูกค้าจะอยู่ที่ไหนก็สามารถใช้บริการได้ทันที

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินของกลุ่มตัวอย่างลูกค้า เนื่องจากการบริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบดิจิทัลสามารถเข้าใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินได้ทั้งโทรศัพท์มือถือและคอมพิวเตอร์ สามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ตลอด 24 ชั่วโมง รวมถึงสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกพื้นที่ที่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต



ภาพที่ 1 แบบจำลองสมการโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคาร
ดิจิทัลของคนวัยกลางคน ในจังหวัดเชียงใหม่

สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัล พบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยกลางคน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 55 - 60 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 - 50,000 บาท รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ไม่เกิน 10,000 บาท ใช้บริการระบบธนาคารดิจิทัลผ่านมือถือ จากธนาคารไทยพาณิชย์ ทั้งนี้ใช้บริการมาเป็นระยะเวลา 1 ปีขึ้นไป เฉลี่ยใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อเดือน โดยใช้บริการในเวลา 06.01-12.00 น. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการมากที่สุด คือ พนักงานธนาคาร และเหตุผลที่ใช้บริการเพราะใช้งานง่าย และประเภทบริการที่ใช้บริการมากที่สุดคือโอนเงิน และผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของแบบจำลองสมการโครงสร้างพบว่า แบบจำลองมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และสามารถอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัลของคนวัยกลางคน ได้ร้อยละ 66.0 โดยปัจจัยที่มีความสำคัญที่สถาบันการเงินควรมีการปรับปรุงพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ 3 ลำดับ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด รองลงมาคือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร จากผลการศึกษาที่ค้นพบมีข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัล ดังนี้

1) ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด กลุ่มตัวอย่างวัยกลางคนให้ความสำคัญอย่างมากต่อพนักงานธนาคาร/พนักงานที่ให้บริการ (VDO Call/ Call Center) เป็นผู้ให้ข้อมูลการให้บริการ ดังนั้นควรมีการดำเนินการพัฒนาอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับงานบริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญในงาน รวมถึงสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และรวดเร็ว ตลอดจนสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

2) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ กลุ่มตัวอย่างวัยกลางคนให้ความสำคัญอย่างมากต่อการอัปเดต เว็บไซต์/แอปพลิเคชัน ให้ดูทันสมัยและสวยงามน่าใช้งานอยู่เสมอ เนื่องด้วยในปัจจุบันเป็นยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้บริโภคในช่วงวัยกลางคน ถือเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่เข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศได้ง่าย เนื่องด้วยเป็นวัยทำงาน มีรายได้ และต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการทำงาน การใช้ชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัล ดังนั้นสถาบันทางการเงิน ควรมีการพัฒนาอัปเดต เว็บไซต์/แอปพลิเคชัน ให้ดูทันสมัยและสวยงามน่าใช้งานอยู่เสมอ เพื่อดึงดูดความสนใจแก่ผู้ใช้บริการ รวมถึงเพื่อให้ผู้บริโภคไม่เบื่อหน่ายกับรูปแบบ ลักษณะเว็บไซต์/แอปพลิเคชันเก่าๆ

3) ปัจจัยด้านบุคลากร กลุ่มตัวอย่างวัยกลางคนให้ความสำคัญอย่างมากต่อพนักงานสามารถตอบคำถาม จัดหาข้อมูล และแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน และตรงความต้องการ กล่าวได้ว่า การให้บริการที่ถูกต้องรวดเร็ว และตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการนั้นเป็นสิ่งสำคัญ เพราะทุกคนล้วนต้องการบริการที่ดี โดยเฉพาะการให้บริการที่ดีจากพนักงานธนาคาร ดังนั้นสถาบันทางการเงินควรมีการเตรียมความพร้อมในการให้บริการของพนักงานทุกระดับ แผนก ให้มีอัตราจำนวนที่เหมาะสมต่อการให้บริการ รวมถึงพนักงานจะต้องมีความพร้อมในการให้บริการอยู่เสมอ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าได้รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์

4) ปัจจัยด้านกระบวนการ กลุ่มตัวอย่างวัยกลางคนให้ความสำคัญอย่างมากต่อการปรับปรุงข้อมูลและกระบวนการทำธุรกรรมให้มีความปลอดภัย เนื่องด้วยการทำธุรกรรมทางการเงินนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคในวัยกลางคน ถือเป็นกลุ่มที่ทำธุรกรรมทางการเงินค่อนข้างสูง ทั้งการออมเงิน หรือการลงทุนทางการเงินรูปแบบอื่นๆ ดังนั้นการสร้างเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัย ในกระบวนการให้บริการที่ดี โดยการปรับปรุงข้อมูลและกระบวนการทำธุรกรรมให้มีความปลอดภัย ถือเป็นการดำเนินงานที่สถาบันทางการเงินควรให้ความสำคัญ ปรับปรุง แก้ไขให้มีกระบวนการที่ปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง มีการตรวจสอบขั้นตอนต่างๆ เป็นระยะ เพื่อสร้างความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัยให้แก่ลูกค้า

5) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างวัยกลางคนให้ความสำคัญอย่างมากต่อการใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินได้ทั้งโทรศัพท์มือถือและคอมพิวเตอร์ ซึ่งในปัจจุบันกลุ่มลูกค้าวัยกลางคน ถือเป็นวัยทำงานอยู่ไม่มีเวลาพอที่จะเข้าไปทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารหรือสถาบันการเงินโดยตรง ดังนั้นช่องทางที่รวดเร็วที่สุดคือผ่านโทรศัพท์มือถือและคอมพิวเตอร์ที่ทำงานหรือที่บ้าน ด้วยการเชื่อมระบบอินเทอร์เน็ต ดังนั้นทางสถาบันทางการเงินควรมีพัฒนาระบบการเชื่อมอินเทอร์เน็ตให้เสถียรปลอดภัย ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการได้ทันกับความต้องการ พร้อมกันนั้นมีการแจ้งข้อมูล ข่าวสารขั้นตอนการใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินได้ทั้งโทรศัพท์มือถือและคอมพิวเตอร์ ให้ลูกค้าได้รับทราบและสามารถศึกษา เรียนรู้การใช้บริการได้ด้วยตนเองได้ง่าย เพื่อสร้างความสะดวกสบายในการใช้บริการให้แก่ลูกค้า

ข้อเสนอแนะและแนวทางในการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งที่จะศึกษา พฤติกรรมและวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง โดยนำแนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P) ตามแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2549) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) มาเป็นแนวทางวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารดิจิทัลของวัยกลางคนในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

- 1) ควรมีการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบดิจิทัล เช่น ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ปัจจัยทางด้านสังคม เป็นต้น
- 2) ควรมีการศึกษาวิจัยกลุ่มประชากรทุกช่วงวัย เนื่องจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบดิจิทัล ผู้บริโภคทุกคนสามารถใช้บริการได้

เอกสารอ้างอิง

ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2547). *ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการในยุคใหม่*. กรุงเทพฯ:

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ธนาคารแห่งประเทศไทย (2560). “ธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile banking และ Internet banking”. (ระบบออนไลน์) แหล่งที่มา: <http://www2.bot.or.th/statistics/ReportPage.aspx?reportID=688> (20 ธันวาคม 2560).

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2549). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). *การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือนพ.ศ. 2560*.

กรุงเทพฯ: สำนักสถิติพยากรณ์สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (2559). *พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยในปี 2559*. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.