

การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ
กลุ่มเจนเนอเรชั่น เอ็กซ์ วาย และเบบี้บูมเมอร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
Comparison of Factors Influencing the Decision Towards Financial Transaction
Service of Generation X Y and Baby Boomer in Mueang District,
Chiang Mai Province

เจนจิราภรณ์ อินชัย¹ และ วรพล ยะมะกะ²
Janejiraporn Inchai and Woraphon Yamaka

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและเปรียบเทียบพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของกลุ่มเจนเนอเรชั่น เอ็กซ์ วาย และเบบี้บูมเมอร์ ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ วาย และเบบี้บูมเมอร์ ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกพหุกลุ่ม (Multinomial Logistic Regression) ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชั่นวาย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด รายได้รวมต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท กลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานภาพสมรส รายได้รวมต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างเบบี้บูมเมอร์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส มีรายได้รวมต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป โดยทั้ง 3 กลุ่มเจนเนอเรชั่น ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพหลักเป็นข้าราชการ/พนักงาน หน่วยงานรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจเหมือนกัน ด้านพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชั่นวาย และเอ็กซ์ นิยมทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking & Internet Banking กับธนาคารกรุงไทยเพื่อชำระค่าสินค้าหรือบริการ เนื่องจากมีความรวดเร็วในการให้บริการ บุคคลที่มีอิทธิพลคือ ตัวเอง ขณะที่กลุ่มตัวอย่างเบบี้บูมเมอร์ ส่วนใหญ่ทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน ATM กับธนาคารออมสิน เพื่อทำการโอนเงินระหว่างบัญชี เนื่องจากมีความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยในการใช้บริการ บุคคลที่มีอิทธิพลคือ คนในครอบครัว นอกจากนี้พบว่าทั้ง 3 กลุ่ม มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับคือ รู้จักและเรียนรู้การทำธุรกรรมทางการเงินจากพนักงานธนาคารแนะนำ ทำธุรกรรมทางการเงินเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5 ครั้ง ในช่วงเวลา 12.01 - 16.00 น. โดยทำที่บ้าน และมีสถาบันการเงินที่เลือกทำธุรกรรมทางการเงินเพียง 1 แห่งเท่านั้น

*Corresponding author. jan_jano_o@hotmail.com

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (ภาคพิเศษ) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

² อาจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผลการพัฒนาแบบจำลอง Multinomial Logistic พบว่า ปัจจัยด้านอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทาง Mobile Banking & Internet อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยมีแนวโน้มว่ากลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชันเอ็กซ์ จะมีพฤติกรรมการเลือกช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking & Internet Banking ลดลงร้อยละ 3.2 ขณะเดียวกันกลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน จะมีพฤติกรรมการเลือกช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking & Internet Banking เพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.4, 2.2, 1.8 และ 1.3 ตามลำดับ

คำสำคัญ (5 คำ): การตัดสินใจ, ธุรกรรมทางการเงิน, กลุ่มเจนเนอเรชัน, อำเภอเมือง, จังหวัดเชียงใหม่

ABSTRACT

This independent study aimed to factors and comparison behavior decision Towards financial transaction service of Generation X, Y and Baby Boomer in Mueang Chiang Mai District. The questionnaires were used to collect data with the Sample group, Generation X, Y and Baby Boomers in Mueang Chiang Mai District of 400 people. Data obtained were analyzed by the Descriptive Analysis, including frequency, percentage, and mean, as well as the Multinomial Logistic Regression. Results of the study were concluded as follows. That most Generation Y samples respondents are female, single and income between 20,001-30,000 baht. Generation X samples mostly male, marital and income between 20,001-30,000 baht. And Baby Boomers samples mostly female, marital and income more than 40,001 baht per month. In addition, all generations most of them graduated with a bachelor's degree. And engage in the main occupation as government officials/employees in government agencies or the same state enterprise. The results of the behavior of choosing to use financial transaction services show that Generation Y and X samples prefer to do financial transactions through mobile banking & internet banking with Krung Thai Bank to pay for goods or services due to the speed of service. The influential person is himself. While most Baby Boomers samples conduct financial transactions through ATM with the Government Savings Bank to transfer money between accounts because there is credibility and safety in using the service. In addition, all 3 groups had behaviors consistent with Know and learn about financial transactions from bank employees. Do average financial transactions no more than 5 times per month during 12.01 - 16.00 hrs. by doing at home and having only one financial institution choosing to do financial transactions.

The results of the development of multinomial logistics model found that; variables of age, status, education, occupation, and perceived factors of usefulness in use influencing the behavior of financial transactions through mobile banking & internet banking with statistical significance at a 95 percent confidence level. However, there is a tendency that Generation X samples will have a 3.2% decrease in the behavior of choosing financial channels through mobile banking & internet banking. While the samples graduated with a bachelor's degree are single and work for government/state enterprise and awareness of the benefits of use will have the behavior to choose channels of financial transactions through mobile banking & internet banking increased by 3.4%, 2.2%, 1.8% and 1.3% respectively.

Key words (5 words): The decision, Financial Transaction, Generation, Mueang District, Chiang Mai Province

ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันถือเป็นยุคแห่งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีการนำนวัตกรรมสมัยใหม่มาปรับใช้กับการดำเนินการต่างๆ โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้กับการทำธุรกรรมการเงิน ดังนั้นเพื่อสามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ทางธนาคารจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาดตนเองเพื่อรองรับการแข่งขันในอนาคต โดยนำเทคโนโลยีทางการสื่อสารให้เข้ามาช่วยดำเนินงาน เช่น การทำธุรกรรมทางธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) อี-วอลเล็ต (E - Wallet) บัตรต่างๆ เช่น บัตรเครดิต และธุรกรรมที่ผ่านตู้ ATM เป็นต้น จึงมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว และเข้ามาแทนที่การทำธุรกรรมผ่านสาขาของธนาคาร เพื่อเป็นการตอบสนองในการให้บริการแก่ลูกค้าของธนาคารให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคให้มากที่สุด อีกทั้งเป็นการขยายฐานลูกค้าในการให้บริการเพื่อให้เข้ากับสังคมไร้เงินสดในยุคปัจจุบัน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561) ประกอบกับปัจจุบันมีการแข่งขันในด้านการบริการ รวมทั้งการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่มีความหลากหลาย และมีความเฉพาะเจาะจงในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า จึงส่งผลให้สถาบันการเงินพัฒนาผลิตภัณฑ์การให้บริการที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น (อังคณา อ้นมณี, 2550) โดยเฉพาะการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบดิจิทัล ที่ถือเป็นบริการรูปแบบใหม่ที่มีผู้ใช้บริการมากขึ้น เนื่องจากอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ด้วยตนเอง เสมือนมีธนาคารส่วนตัวที่สามารถทำธุรกรรมต่างๆ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง อีกทั้งยังเป็นช่องทางใหม่ที่สถาบันการเงินจะได้รับค่าธรรมเนียมต่างๆ และสามารถลดต้นทุนได้ในระยะยาว (ปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ และพิชญ์สินี โพธิ์จิตติ, 2561) ขณะที่ด้านลูกค้าได้รับประโยชน์ทั้งสามารถช่วยลดระยะเวลาในการรอคิวที่สาขาและระยะเวลาในการเดินทางของลูกค้าในการมาทำธุรกรรมทางการเงิน ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความสะดวก และสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่และทุกเวลาตลอด 24 ชั่วโมง (ปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ, 2561)

ด้านพฤติกรรมกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จากผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2560 ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวง ดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้แบ่งกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็น 4 เจเนอเรชัน ได้แก่ Gen Z (เกิดปี พ.ศ. 2544 เป็นต้นไป) Gen Y (เกิดปี พ.ศ. 2524 - 2546), Gen X (เกิดปี พ.ศ. 2508 - 2523) และ Baby Boomer (เกิดปี พ.ศ. 2489 - 2507) พบว่า กลุ่มวัยทำงานตั้งแต่ Gen Y, Gen X และ Baby Boomer ถือเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการทำ ธุรกรรมทางการเงินที่สำคัญ เนื่องด้วยเป็นวัยทำงานที่มีการประกอบอาชีพมาเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว จึงมี เงินเดือน หรือรายได้ และมีความจำเป็นในการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบต่างๆ อีกทั้งพบว่า กลุ่ม Gen Y เป็นกลุ่มวัยที่โตมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และเทคโนโลยีไอที จึงทำให้มีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงที่สุด รองลงมาคือ กลุ่ม Gen X เป็นกลุ่มวัยที่เติบโตในยุคที่มีการพัฒนาด้านไอทีให้ทันสมัย และต่อมาคือกลุ่ม Baby Boomer คือคนในยุคที่การพัฒนาเทคโนโลยียังไม่ทันสมัยมากนักทำให้การยอมรับและการรับรู้การใช้เทคโนโลยี เป็นไปได้ช้าเมื่อเทียบกับกลุ่ม Gen X และ Gen Y (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การ มหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2560)

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดที่ใหญ่เป็นอันดับที่สองรองจากกรุงเทพมหานคร ทั้งจำนวนประชากรและด้าน เศรษฐกิจ โดยมีกลุ่มวัย Gen X กลุ่มวัย Gen Y และ Baby Boomer ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ถึง 1,205,969 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561: ออนไลน์) รวมถึงมีจำนวนสาขาย่อยของธนาคารพาณิชย์ ธนาคาร พาณิชย์ของรัฐบาล และธนาคารของรัฐที่มีสำนักงานอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 19 ธนาคาร 276 สาขา (ชมรม ธนาคาร, 2560: ออนไลน์) ซึ่งเป็นแหล่งรวมในการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ซึ่งพฤติกรรมการใช้บริการ ธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการที่ถึงแม้ว่าจากการทบทวนงานวิจัยที่กล่าวไปข้างต้นพบว่า กลุ่มวัยต่างๆ นิยมใช้ บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านมือถือ และระบบอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น ขณะที่การใช้บริการหน้าเคาน์เตอร์ของ ธนาคารมีแนวโน้มที่ลดลง แต่ก็ได้หมายความว่า ธนาคารจะปิดให้บริการหรือไม่มีผู้ใช้บริการหน้าเคาน์เตอร์เลย ดัง จะเห็นได้ว่า ยังคงมีธนาคารเปิดให้บริการตามแหล่งชุมชน ย่านศูนย์การค้าอยู่ และทุกช่วงเวลายังคงมีผู้ใช้บริการ วนเวียนเข้าไปใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินอยู่ แต่มีจำนวนผู้ใช้บริการที่ไม่มากเหมือนยุคก่อนที่ยังไม่มีการนำ ระบบอินเทอร์เน็ต แต่อย่างไรก็ตามบริบททางสังคม เศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง ระบบเทคโนโลยี สารสนเทศได้ถูกนำมาใช้เพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็วในการดำรงชีวิตประจำวัน และเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ สินค้าหรือบริการใดๆ ก็ตาม ที่ไม่เป็นที่นิยมหรือมีผู้ใช้บริการที่น้อยต้องถูกยกเลิกหรือปิดการให้บริการไป และ แทนที่ด้วยระบบบริการใหม่ๆ ที่เป็นที่ต้องการของผู้ใช้บริการโดยทั่วไป

ดังนั้นทางธนาคารควรมีการปรับตัวและมุ่งเน้นไปทางด้านเทคโนโลยีทั้งหมดเลย หรือยกเลิกการทำธุรกรรม แบบดั้งเดิม เช่น ATM หรือธุรกรรมผ่านหน้าเคาน์เตอร์ของธนาคาร แต่อย่างไรก็ตามจากสถิติที่ผ่านมาการทำ ธุรกรรมแบบดั้งเดิมก็ยังมีผู้ใช้บริการอยู่ และไม่ได้หายไป ดังนั้นทางธนาคารยังคงมีการทำธุรกรรมแบบดั้งเดิมอยู่ หรือไม่ และมีปัจจัยอะไรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของคนในแต่ละเจเนอเรชัน ในการใช้บริการธุรกรรมทาง การเงิน จึงนำไปสู่การศึกษาหัวข้อวิจัยเรื่องการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ธุรกรรมทางการเงิน ของกลุ่ม Gen X, กลุ่ม Gen Y และ กลุ่ม Baby Boomer ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

เพื่อที่จะหาจุดแข็ง และจุดอ่อนของการให้บริการที่จะช่วยในการพัฒนา ปรับปรุงบริการให้มีประสิทธิภาพ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ เนื่องจากผลของการศึกษาสามารถช่วยให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนของธนาคารเพื่อพัฒนาศักยภาพและปรับปรุงระบบ รวมถึงเป็นแนวทางในการสร้าง หรือปรับกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลการเลือกใช้ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย เอ็กซ์ และเบบี้บูมเมอร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมในการเลือกใช้ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย เอ็กซ์ และเบบี้บูมเมอร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชั่นวาย เอ็กซ์ และเบบี้บูมเมอร์ ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกพหุกลุ่ม (Multinomial Logistic Regression) มีสมการพยากรณ์ที่ได้จากตัวแบบการวิเคราะห์จะเป็นสมการแสดงความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์หรือแนวโน้มที่จะเกิดเหตุการณ์นั้นๆ ขึ้น (Probability of Event) ดังสมการ (เอกรัฐ หล่อพิเชียร และสมชาย ปรากฏการเจริญ, 2553)

$$\begin{aligned}
 Y^x &= \beta_0 + \beta_1 \text{Sex} + \beta_2 \text{Age} + \beta_3 \text{Status} + \beta_4 \text{Education} \\
 &+ \beta_5 \text{Income} + \beta_6 \text{Occupation} + \beta_7 \text{Product} + \beta_8 \text{Price} \\
 &+ \beta_9 \text{Promotion} + \beta_{10} \text{Proces} + \beta_{11} \text{Benefit} + \beta_{12} \text{Easy} \\
 &+ \beta_{13} \text{safe} + e
 \end{aligned}$$

การพัฒนาแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยมีตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในแบบจำลอง ดังนี้

- 1) ตัวแปรอิสระ (X) ได้แก่ จำนวน 13 ตัวแปร X_1 _Sex (เพศ), X_2 _Age (อายุ), X_3 _Status (สถานภาพ), X_4 _Education (การศึกษา), X_5 _Income (รายได้), X_6 _Occupation (อาชีพ), X_7 _Product (ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์), X_8 _Price (ปัจจัยด้านราคา), X_9 _Promotion (ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด), X_{10} _Process

(ปัจจัยด้านกระบวนการ), X_{11} _Benefit (ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน), X_{12} _Easy (ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน), X_{13} _Safe (ปัจจัยด้านความปลอดภัย)

2) ตัวแปรตาม (Y) ได้แก่ Y_1 _ (Mobile Banking & Internet Banking), Y_2 _ (บัตรเดบิต) และ Y_3 _ (ATM)

การวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม ลำดับแรกทำการคัดเลือกเข้า (Enter) การคัดเลือกเข้า เป็นการคัดเลือกตัวแปรอิสระทุกตัว วิเคราะห์พร้อมกันทุกตัว โดยการพิจารณาจากค่า -2 Likelihood Ratio Test ในการทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลอง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (α) 0.05 และต่อมาทำการคัดเลือกออก (Remove) เป็นการคัดเลือกตัวแปรอิสระทั้งหมดเข้ามาอยู่ในสมการถดถอยก่อน แล้วนำตัวแปรอิสระที่มีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดออกจากสมการ และทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยโลจิสติก (Multinomial Logistic Regression) เพื่ออธิบายความผันแปรของพฤติกรรมในการเลือกใช้ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินในภาพรวมดูจาก Nagelkerke R-Square และสรุปผลความสามารถของแบบจำลองในการพยากรณ์ความถูกต้องจากค่าการทำนาย (Predicted)

ผลการศึกษา

1) พฤติกรรมในการเลือกใช้ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินของกลุ่มเจเนอเรชั่น เอ็กซ์ วาย และ เบบี้บูมเมอร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชั่นวาย เอ็กซ์ และเบบี้บูมเมอร์ ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชั่นวาย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด รายได้รวมต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท กลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานภาพสมรส รายได้รวมต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างเบบี้บูมเมอร์ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส มีรายได้รวมต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป นอกจากนี้ทั้ง 3 กลุ่มเจเนอเรชั่นส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงาน หน่วยงานรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจเหมือนกัน

ด้านพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชั่นวาย นิยมทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking & Internet Banking กับธนาคารกรุงไทยเพื่อชำระค่าสินค้าหรือบริการ เนื่องจากสะดวก และรวดเร็วในการทำธุรกรรมทางการเงิน ทั้งนี้บุคคลที่มีอิทธิพลคือ ตัวเอง ด้านกลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ นิยมทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking & Internet Banking กับธนาคารกรุงไทย เพื่อทำการโอนเงินระหว่างบัญชี เนื่องจากสะดวก และรวดเร็วในการทำธุรกรรมทางการเงิน ทั้งนี้บุคคลที่มีอิทธิพลคือ ตัวเอง และกลุ่มตัวอย่างเบบี้บูมเมอร์ พบว่าส่วนใหญ่ทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน ATM กับธนาคารออมสิน เพื่อทำการโอนเงินระหว่างบัญชี เนื่องจากมีความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยในการใช้บริการ บุคคลที่มีอิทธิพลคือ คนในครอบครัว นอกจากนี้พบว่า มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับคือ รู้จักและเรียนรู้การทำธุรกรรมทางการเงินจากพนักงานธนาคารแนะนำ ทำธุรกรรมทางการเงินเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5 ครั้ง นิยมทำธุรกรรมทางการเงินในช่วงเวลา 12.01 - 16.00 น. โดยทำที่บ้าน และมีสถาบันการเงินที่เลือกทำธุรกรรมทางการเงินเพียง 1 แห่งเท่านั้น

2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของกลุ่มเจนเอเรชั่น เอ็กซ์ วาย และเบบี้บูมเมอร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเจนเอเรชั่นวาย ในภาพรวมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน อยู่ในระดับมาก โดยทุกด้านมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินอยู่ในระดับมาก ลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ พบว่า ในภาพรวมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน อยู่ในระดับมาก โดยทุกด้านมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน อยู่ในระดับมาก ลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการ และด้านการส่งเสริมการตลาด

สำหรับกลุ่มตัวอย่างเบบี้บูมเมอร์ ในภาพรวมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน อยู่ในระดับมาก ขณะที่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	เจนเอเรชั่นวาย	เจนเอเรชั่นเอ็กซ์	เบบี้บูมเมอร์	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.82 (มาก)	3.80 (มาก)	4.18 (มาก)	3.88 (มาก)
2. ปัจจัยด้านราคา	4.03 (มาก)	3.90 (มาก)	4.19 (มาก)	4.01 (มาก)
3. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.88 (มาก)	3.44 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)
4. ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.10 (มาก)	3.72 (มาก)	4.11 (มาก)	3.96 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.96 (มาก)	3.72 (มาก)	3.97 (มาก)	3.87 (มาก)

หมายเหตุ: () การแปลผลค่าเฉลี่ย

ด้านปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า กรณีกลุ่มตัวอย่างเจนเอเรชั่นวาย ในภาพรวมปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน อยู่ในระดับมาก โดยทั้ง 3 ด้าน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน อยู่ในระดับมาก ลำดับแรกคือปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ของ

การใช้งาน รองลงมาคือ ปัจจัยความปลอดภัย และปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน กลุ่มตัวอย่าง เจเนอเรชั่นเอ็กซ์ พบว่า ในภาพรวมปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินอยู่ในระดับมาก โดยทั้ง 3 ด้าน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน อยู่ในระดับมาก ลำดับแรกได้ ปัจจัยความปลอดภัย รองลงมาคือ ปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน และปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน ขณะที่กลุ่มตัวอย่างเบบี้บูมเมอร์ พบว่า ในภาพรวมปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยความปลอดภัย และปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน อยู่ในระดับมาก ขณะที่ปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี	เจเนอเรชั่นวาย	เจเนอเรชั่นเอ็กซ์	เบบี้บูมเมอร์	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1.ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน	4.20 (มาก)	3.74 (มาก)	3.65 (มาก)	3.93 (มาก)
2.ปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน	4.06 (มาก)	3.76 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)
3.ปัจจัยความปลอดภัย	4.09 (มาก)	3.80 (มาก)	3.71 (มาก)	3.91 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.12 (มาก)	3.77 (มาก)	3.57 (มาก)	3.89 (มาก)

หมายเหตุ: () การแปลผลค่าเฉลี่ย

3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเลือกช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยการใช้แบบจำลอง Multinomial Logistic

ในขั้นแรกของการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเลือกช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยการใช้แบบจำลอง Multinomial Logistic พบว่า การทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลองโดยใช้ค่า $-2 \text{ Log Likelihood}$ พบว่า ค่า Chi-Square = 359.307 และค่า Sig. = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ควรนำตัวแปรอิสระทั้ง 13 ตัวแปรเข้าสมการ (ดังตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 การทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลองโดยใช้ค่า -2 Log Likelihood

Model	Model Fitting Criteria		Likelihood Ratio Tests	
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	455.020			
Final	95.713	359.307	42	.000

ที่มา: จากการคำนวณ

เมื่อนำตัวแปรอิสระทั้ง 13 ตัวแปร เข้าสมการเพื่อทำการทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลอง ด้วยการใช้ค่า Likelihood Ratio Tests พบว่า ตัวแปรอายุ (X₂_ Age) สถานภาพ (X₃_ Status) การศึกษา (X₄_ Education) อาชีพ (X₆_ Occupation) และปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (X₁₁_ Benefit) มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมทางเลือกของทางการทำธุรกรรมทางการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดังตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 การทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลอง (Likelihood Ratio Tests)

Effect	Model Fitting Criteria		Likelihood Ratio Tests	
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	95.713	.000	0	.
X ₁ _ Sex	98.357	2.644	2	.267
X ₂ _ Age	120.428	24.715	4	.000*
X ₃ _ Status	105.718	10.005	4	.040*
X ₄ _ Education	121.727	26.014	4	.000*
X ₅ _ Income	104.712	8.999	8	.342
X ₆ _ Occupation	122.305	26.592	6	.000*
X ₇ _ Product	97.553	1.840	2	.399
X ₈ _ Price	96.826	1.113	2	.573
X ₉ _ Promotion	101.389	5.676	2	.059
X ₁₀ _ Process	99.413	3.700	2	.157
X ₁₁ _ Benefit	108.058	12.345	2	.002*
X ₁₂ _ Easy	100.735	5.022	2	.081
X ₁₃ _ Safe	95.909	.196	2	.906

หมายเหตุ: * หมายถึง Sig. \leq 0.05

ที่มา: จากการคำนวณ

ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินในแบบจำลอง Multinomial Logistic ภาพรวมพบว่า สามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรมการเลือกช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินอยู่ที่ร้อยละ 82.6 (Nagelkerke R-Square = 0.826) และสามารถพยากรณ์ความน่าจะเป็นของค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยโลจิสติกของกลุ่มที่เลือกใช้ช่องทาง Mobile Banking & Internet Banking (Y=1) เท่านั้น ขณะที่บัตรเดบิต (Y=2) และ ATM (Y=3) จากผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์โดยวิธี Marginal effect พบว่า ไม่สามารถประมาณค่าได้ เนื่องจากพฤติกรรมการเลือกช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินของกลุ่มตัวอย่างในเขตเมืองเชียงใหม่ส่วนใหญ่ เลือกทำธุรกรรมทางการเงิน Mobile Banking & Internet Banking ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของประชาชนที่อาศัยในเขตเมือง ที่มักจะดำรงชีวิตแบบเร่งรีบ และนิยมใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบที่รวดเร็ว สะดวก สามารถตอบสนองการดำรงชีวิตในเมืองได้ ดังนั้นการทำธุรกรรมทางการเงิน Mobile Banking & Internet Banking จึงสามารถตอบสนองพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินของประชาชนในเขตเมืองได้เป็นอย่างดี ขณะที่พฤติกรรมการเลือกช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงิน บัตรเดบิต (Y=2) และ ATM (Y=3) ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างบางส่วนที่เลือกใช้บริการ อาจเนื่องด้วย ลักษณะบริการทำธุรกรรมประเภทนี้ ยังคงเอื้อให้กลุ่มตัวอย่างที่พอจะมีเวลาในการทำธุรกรรมผ่านช่องทางนี้ โดยที่ไม่ต้องเร่งรีบ รวดเร็ว เหมือนกับการใช้ระบบ Mobile Banking & Internet Banking (ดังตารางที่5)

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงิน

ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงิน		B	Sig.	Exp(B)
mobile - internet Banking (Y=1)	Intercept	16.868	.000	.
อายุ (X ₂ _ Age)	X _{2,1}	21.549	.996	3.859
	X _{2,2}	-2.848	.000	17.255
	X _{2,3}	0 ^c	.	.
สถานภาพ (X ₃ _ Status)	X _{3,1}	4.761	.000	11.889
	X _{3,2}	2.086	.030	8.049
	X _{3,3}	0 ^c	.	.
การศึกษา (X ₄ _ Education)	X _{4,1}	25.101	.000	1.255
	X _{4,2}	22.225	.000	2.228
	X _{4,3}	0 ^c	.	.
อาชีพ (X ₆ _ Occupation)	X _{6,1}	3.061	.004	.047
	X _{6,2}	3.590	.207	.021
	X _{6,3}	.876	.473	2.402
	X _{6,4}	0 ^c	.	.
ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (X ₁₁ _ Benefit)	X ₁₁	1.106	.018	3.022

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงิน		B	Sig.	Exp(B)	
บัตรเดบิต (Y=2)	Intercept	33.250	.998	.	
	อายุ (X ₂ _ Age)	X _{2,1}	70.451	.996	3.950
		X _{2,2}	32.900	.998	1.943
	X _{2,3}	0 ^c	.	.	
สถานภาพ (X ₃ _ Status)	X _{3,1}	-37.503	.996	5.161	
	X _{3,2}	-21.343	.997	5.379	
	X _{3,3}	0 ^c	.	.	
การศึกษา (X ₄ _ Education)	X _{4,1}	6.702	.999	4.121	
	X _{4,2}	-16.171	.997	9.486	
	X _{4,3}	0 ^c	.	.	
อาชีพ (X ₆ _ Occupation)	X _{6,1}	4.541	1.000	93.799	
	X _{6,2}	-35.756	.997	2.960	
	X _{6,3}	-19.598	.998	3.082	
	X _{6,4}	0 ^c	.	.	
ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (X ₁₁ _ Benefit)	X ₁₁	-16.936	.992	4.413	
Pseudo R-Square:		Cox and Snell = 0.561	Nagelkerke = 0.826	McFadden =0.724	

หมายเหตุ: กลุ่มอ้างอิงคือ ATM (Y=3)

0^c คือ ตัวแปรฐานที่ใช้ในการเปรียบเทียบ (References category)

ที่มา: จากการคำนวณ

ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์โดยวิธี Marginal effect พบว่า สามารถพยากรณ์ความน่าจะเป็นของค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยโลจิสติกของกลุ่มที่เลือกใช้ช่องทาง Mobile Banking & Internet Banking (Y=1) เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้ช่องทาง Mobile Banking & Internet Banking ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่อาศัยในเขตเมือง ที่ต้องการความรวดเร็ว สะดวกสบาย และทันต่อเหตุการณ์ในการใช้บริการ ขณะเดียวกันไม่สามารถพยากรณ์ความน่าจะเป็นของค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยโลจิสติกของกลุ่มที่เลือกใช้ช่องทางบัตรเดบิต (Y=2) และ ATM (Y=3) ได้เนื่องเป็นระบบการทำธุรกรรมแบบเดิมที่ไม่ได้อาศัยระบบอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมและยังคงจำกัดเฉพาะผู้บริโภคบางส่วนที่ยังเคยชินกับระบบการให้บริการทำธุรกรรมทางการเงินแบบเดิม ซึ่งในปัจจุบันระบบการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบนี้ค่อนข้างมีน้อย

เมื่อพิจารณาผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์โดยวิธี Marginal effect พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทาง Mobile Banking & Internet Banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ดังนี้ (ดังตารางที่ 6)

1) ตัวแปรอายุ (Age) พบว่า ค่า Marginal effect มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.032 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ตัวแปรอายุ โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 40 – 54 ปี / Gen X มีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมการเลือกช่องทาง การทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking & Internet Banking ลดลงร้อยละ 3.2

2) ตัวแปรสถานภาพ (X₃_Status) พบว่า ค่า Marginal effect มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.022 ซึ่งสามารถ อธิบายได้ว่า ตัวแปรสถานภาพ โดยเฉพาะในกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด มีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมการเลือก ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking & Internet Banking เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.2

3) ตัวแปรการศึกษา (X₄_ Education) พบว่า ค่า Marginal effect มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.034 ซึ่ง สามารถอธิบายได้ว่า ตัวแปรการศึกษา โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีแนวโน้มที่จะ มีพฤติกรรมการเลือกช่องทางทางการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking & Internet Banking เพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.4

4) ตัวแปรอาชีพ (X₆_ Occupation) พบว่า ค่า Marginal effect มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.018ซึ่ง สามารถอธิบายได้ว่า ตัวแปรอาชีพ โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีแนวโน้มที่ จะ มีพฤติกรรมการเลือกช่องทางทางการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking & Internet Banking เพิ่มขึ้น ร้อยละ 1.8

5) ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (X₁₁_Benefit) พบว่า ค่า Marginal effect มีค่า สัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.013 สามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน มีแนวโน้มที่จะ มีพฤติกรรมการเลือกช่องทางทางการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking & Internet Banking เพิ่มขึ้น ร้อยละ 1.3

ตารางที่ 6 ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์โดยวิธี Marginal effect

Variable	dy/dx	Std. Err.	z	P>z
mobile - internet Banking (Y=1) X ₂ _age	-0.032	0.015	-2.11	0.035
X ₃ _status	0.022	0.011	1.96	0.050
X ₄ _edu	0.034	0.015	2.19	0.029
X ₆ _Occupation	0.018	0.007	2.30	0.021
X ₁₁ _Benefit	0.013	0.006	2.17	0.030

หมายเหตุ: บัตรเดบิต (Y=2) และ ATM (Y=3) ไม่สามารถประเมินค่าสัมประสิทธิ์

เมื่อนำมาสรุปความสามารถของแบบจำลองในการพยากรณ์ พบว่า แบบจำลอง Multinomial Logistic สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการเลือกช่องทางทางการทำธุรกรรมทางการเงิน ทั้ง 3 ช่องทาง ได้แก่ Mobile Banking & Internet Banking บัตรเดบิต และ ATM ในภาพรวมได้ร้อยละ 95.3 เมื่อพฤติกรรมการเลือกช่องทางทางการทำ ธุรกรรมทางการเงินทั้ง 3 รูปแบบ พบว่า (ดังตารางที่ 7)

1. กลุ่มตัวอย่างที่เลือกทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking & Internet Banking ทั้งหมดจำนวน 323 คน พบว่า แนวนิยมในอนาคตกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 315 คน ยังคงใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking & Internet Banking หรือคิดเป็นร้อยละ 97.5

2. กลุ่มตัวอย่างที่เลือกทำธุรกรรมทางการเงินผ่านบัตรเดบิต จำนวน 11 คน พบว่า แนวนิยมในอนาคตทั้งหมดยังคงใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านบัตรเดบิต ร้อยละ 100.0

3. กลุ่มตัวอย่างที่เลือกทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน ATM จำนวน 66 คน พบว่า แนวนิยมในอนาคตส่วนใหญ่ จำนวน 55 คน ยังคงใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน ATM ร้อยละ 83.3

ตารางที่ 7 ความสามารถของแบบจำลองในการพยากรณ์แนวโน้มพฤติกรรมทางเลือกช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงิน

ค่าจริง	ค่าการทำนาย (Predicted)			ร้อยละความถูกต้อง
	Mobile Banking & Internet Banking	บัตรเดบิต	ATM	
Mobile Banking & Internet Banking	315	2	6	97.5%
บัตรเดบิต	0	11	0	100.0%
ATM	11	0	55	83.3%
รวมค่าการทำนาย	81.5%	3.3%	15.3%	95.3%

ที่มา: จากการคำนวณ

สรุปและข้อเสนอแนะ

ข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชันวาย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด รายได้รวมต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท กลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชันเอ็กซ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานภาพสมรส รายได้รวมต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างเบบี้บูมเมอร์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส มีรายได้รวมต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป โดยทั้ง 3 กลุ่มเจเนอเรชัน ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพหลักเป็นข้าราชการ/พนักงาน หน่วยงานรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจเหมือนกัน

ด้านพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชันวาย และเอ็กซ์ นิยมทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking & Internet Banking กับธนาคารกรุงไทยเพื่อชำระค่าสินค้าหรือบริการ เนื่องจากมีความรวดเร็วในการให้บริการ บุคคลที่มีอิทธิพลคือ ตัวเอง ขณะที่กลุ่มตัวอย่างเบบี้บูมเมอร์ ส่วนใหญ่ทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน ATM กับธนาคารออมสิน เพื่อทำการโอนเงินระหว่างบัญชี เนื่องจากมีความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยในการใช้บริการ บุคคลที่มีอิทธิพลคือ คนในครอบครัว นอกจากนี้พบว่าทั้ง 3 กลุ่ม มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับคือ รู้จักและเรียนรู้การทำธุรกรรมทางการเงินจากพนักงานธนาคารแนะนำ ทำธุรกรรม

ทางการเงินเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5 ครั้ง ในช่วงเวลา 12.01 - 16.00 น. โดยทำที่บ้าน และมีสถาบันการเงินที่เลือกทำธุรกรรมทางการเงินเพียง 1 แห่งเท่านั้น

ผลการพัฒนาแบบจำลอง Multinomial Logistic พบว่า ปัจจัยด้านอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทาง Mobile Banking & Internet อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยมีแนวโน้มว่ากลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชันเอ็กซ์ จะมีพฤติกรรมเลือกช่องทางในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking & Internet Banking ลดลงร้อยละ 3.2 ขณะเดียวกันกลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน จะมีพฤติกรรมเลือกช่องทางในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking & Internet Banking เพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.4, 2.2, 1.8 และ 1.3 ตามลำดับ

จากผลการศึกษาที่พบ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

1) ธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันการเงิน ควรพัฒนาระบบการให้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking & Internet Banking อย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านความน่าเชื่อถือปลอดภัย ความรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ของระบบที่สามารถสร้างความพึงพอใจและตอบสนองการใช้ชีวิตในเมืองของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

2) ธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันการเงิน ควรปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์เพิ่มมากขึ้น เพื่อรักษาลูกค้าให้ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบ Mobile Banking & Internet Banking อย่างต่อเนื่อง และหลากหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่มีอายุเพิ่มขึ้น เป็นต้น

3) ธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันการเงิน ควรปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ในด้านการพัฒนาระบบอินเทอร์เน็ตที่มีความปลอดภัย กลุ่มผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ใช้งานหรือทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

4) ธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันการเงิน ควรปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ควรมีการติดตามผลการใช้งานการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking & Internet Banking อย่างต่อเนื่อง มีขั้นตอนที่ง่ายต่อการใช้งาน และมีระบบความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ

5) การพัฒนาระบบการใช้งานธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking & Internet Banking ควรสร้างความเชื่อมั่นในบริการและความปลอดภัยน่าเชื่อถือ ว่าการทำธุรกรรมทางการเงินนั้น สามารถรักษาความปลอดภัยทางการเงินให้แก่กลุ่มผู้บริโภคที่ประกอบอาชีพนี้ พร้อมกันนั้น ควรมีการพัฒนารูปแบบบริการหรือผลิตภัณฑ์การทำธุรกรรมทางการเงินอย่างต่อเนื่อง ที่สามารถตอบสนองกลุ่มลูกค้าข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

6) ธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันการเงิน ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาระบบการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking & Internet Banking ที่ง่ายต่อการใช้งาน มีการให้ข้อมูลการใช้บริการแก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนมีการพัฒนา ปรับปรุงระบบที่เสถียร รวดเร็ว และปลอดภัยในการใช้งานแก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรมีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบพฤติกรรมเลือกช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินของประชาชนในเขตเมืองกับเขตชานเมือง/นอกเมือง
- 2) ควรมีการศึกษาวิจัยเจาะจงถึงพฤติกรรมทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking & Internet Banking ของกลุ่มผู้บริโภค เนื่องด้วยเป็นช่องทางการทำธุรกรรมที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความนิยมใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). รายงานสถานการณ์การทำธุรกรรมทางการเงินในประเทศไทยประจำปี 2561. กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- ปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ. (2561). สถาบันการเงินในยุคดิจิทัล. กรุงเทพฯ: ส่วนเศรษฐกิจรายสาขา ฝ่ายวิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจและเศรษฐกิจฐานราก.
- ปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ และพิชญ์สินี โพธิจิตติ. (2561). Mobile Banking ธนาคารในยุค Digital. กรุงเทพฯ: หน่วยวิเคราะห์เศรษฐกิจภาคการผลิต ส่วนเศรษฐกิจรายสาขา ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจ และเศรษฐกิจฐานราก.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2560). พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- อังคณา อ้นมณี . (2550). “พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ธนาคารออมสิน สำนักพหุโยธิน”. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- เอกรัฐ หล่อพิเชียร และสมชาย ปรากฏเจริญ. (2553). “การประมาณค่าสูญหายโดยวิธีแบบจำลองสมการโครงสร้าง”. วารสารคณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์. 7(2): 42-58.