

**ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นไปได้ที่จะทำให้ลูกค้าธนาคารออมสินในพื้นที่
อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง**
**Factors Affecting the Possibility of Making Government Savings Bank
Customers in Mueang District, Chiang Mai Province to use the
Virtual Teller Machine**

ชลธิชา ชัยเทพ¹ และ วรธยา ชินกรรม²
Chonthichar Chaithap¹ and Warattaya Chinnakum²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นไปได้ที่จะทำให้ลูกค้าธนาคารออมสินในพื้นที่ อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) ของธนาคารออมสิน ศูนย์บริการถนนห้วยแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 2 เพื่อศึกษาลักษณะการทำธุรกรรมทางการเงินในปัจจุบัน ของ ลูกค้าธนาคารออมสินในพื้นที่ อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารออมสิน ในพื้นที่ จำนวน 400 ชุด โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้แบบจำลอง Logit และ Probit

จากผลการศึกษาพบว่าลูกค้าธนาคารออมสิน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ มากกว่า 34 ปี โดยมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มากที่สุด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,001 - 15,000 บาท มีสถานภาพสมรส มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการกับธนาคาร คือการใช้บริการผ่านช่องทางเครื่องถอน/ฝากเงินอัตโนมัติ มากที่สุด โดยมีจำนวนครั้งในการเลือกใช้บริการธนาคาร ในครั้งนี้ห่างจากครั้งก่อนอยู่ที่ น้อยกว่าหนึ่งเดือน ซึ่งช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการกับธนาคาร จะเป็นช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน และเวลาที่ใช้คือ 14.01-16.00 น. มากที่สุด

และส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความเป็นไปได้ที่จะทำให้ลูกค้าธนาคารออมสินในพื้นที่ ใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) ของธนาคารออมสิน มี 3 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ การบริการที่สะดวกและรวดเร็ว ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ท่าเลที่ตั้งควรที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การจัดโปรโมชั่นให้ผลตอบแทนที่แตกต่างจากการเปิดบัญชีหรือทำธุรกรรมกับพนักงานธนาคารสาขา

คำสำคัญ: เครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) การวิเคราะห์แบบจำลอง Logit การวิเคราะห์แบบจำลอง Probit ธนาคารออมสิน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ABSTRACT

The objectives of this research were 1 to examine the factors affecting the possibility of GSB customers in Muang, Chiang Mai to get transaction service with the Virtual Teller Machine (VTM) of the Government Savings Bank (GSB), Huay Kaew Road Service Center, Muang, Chiang Mai and 2 To investigate the current banking activities of GSB customers in Muang, Chiang Mai. The data collection tools were 400-set questionnaires which responded by GSB sample group in Muang, Chiang Mai by accidental sample selection, and data analysis using Logit and Probit models.

The results found that GSB customers were mostly a female, in the age of over 34 years old, with the bachelor's degree. They worked as an employee at a private company with an average monthly income of 10,001 - 15,000 baht and being in a marital status. The sample group most used the financial service via ATM (Automatic Teller Machine) and took this service less than a month from the previous time. The period of making transaction was not uncertain but the time most spent was during 14.01-16.00 hrs.

Moreover, there are 3 marketing mix factors which affected the possibility of GSB customers in Muang, Chiang Mai to use transaction service with the Virtual Teller Machine (VTM) of the Government Savings Bank (GSB) as follow; 1 Product (convenient and fast services), 2 Distribution channel (location that should be available in a shopping mall) and 3 Marketing promotion (promotion that gave different benefits from opening an account or doing transactions with a bank teller.

Keywords: transaction machines with Virtual Teller Machine (VTM), Logit -model analysis, Probit-model analysis, the Government Savings Bank, marketing mix factors

ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยี คือ เครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง ที่เป็นช่องทางให้บริการกับลูกค้า ทั้งการเปิดบัญชี ออกบัตรเอทีเอ็ม สามารถชำระเงิน โอนเงิน และสมัครใช้บริการต่างๆได้ โดยมีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำผ่านระบบ การคุยกันแบบเห็นหน้านั่นเอง (video call) เครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) มีความแตกต่างจากตู้ฝากเงินหรือตู้ถอนเงิน เอทีเอ็ม เนื่องจากเป็นนวัตกรรมใหม่ของธนาคาร ที่จะตอบโจทย์ของยุคดิจิทัลแบงกิ้ง โดยลูกค้าไม่จำเป็นต้องมาธนาคาร เพื่อให้ลูกค้าสามารถเปิดบัญชี หรือทำธุรกรรมได้ด้วยตนเอง ทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย และสามารถทำธุรกรรมได้ตลอดเวลาโดยหลักฐานการเปิดบัญชีจะใช้แค่บัตรประชาชนใบเดียว โดยสามารถทำธุรกรรมตั้งแต่

การเปิดบัญชี การสมัครใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง และรวมไปถึงบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ ในส่วน เรื่องของการรักษาความปลอดภัย เครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) จะมีเครื่องสแกน ชิปการ์ดจากบัตรประชาชน สามารถสแกนจากบัตรและบันทึกเป็นหลักฐานไว้เรียบร้อยและนอกจากนี้ยังมี



เจ้าหน้าที่ คู่กันแบบเห็นหน้า (video call) เพื่อตรวจสอบว่า ลูกค้ายกมาทำธุรกรรมด้วยตนเองจริงหรือไม่ เพื่อเป็นการยืนยันตัวตนด้วยและได้บันทึกรูปภาพไว้เป็นหลักฐานการทำธุรกรรมไว้เรียบร้อย

ธนาคารออมสินได้ปรับปรุงช่องทางการให้บริการที่หลากหลายมากขึ้น โดยล่าสุด เปิดให้บริการสาขาดิจิทัล หรือ Digital Branch ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่ง ที่ให้บริการ 24 ชั่วโมง ตอบโจทย์บริการทางการเงินที่ครบวงจรมากขึ้น เพื่อ เป็นการเพิ่มช่องทางการให้บริการ และสร้างภาพลักษณ์การให้บริการที่ทันสมัย ซึ่งได้เปิดให้บริการแล้วจำนวน 5 แห่ง ได้แก่ ธนาคารออมสิน สาขาพร้อมพงษ์ สาขาเซ็นทรัลพลาซ่าปิ่นเกล้า สาขาเมเจอร์รังสิต สาขาตลาดรวมใจ (เมืองทองธานี) และ ศูนย์บริการถนนห้วยแก้ว จ.เชียงใหม่ (นายชาติชาย พยุหนาวีชัย ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน โดย สาขาที่ ศูนย์บริการถนนห้วยแก้ว เป็นสาขา 1 ใน 5 สาขาทั่ว ประเทศไทยที่เปิดให้บริการ เครื่องบริการธุรกรรมทางการเงินอัตโนมัติ หรือ (VTM) ให้กับลูกค้าในพื้นที่ เปิดให้บริการแล้วเมื่อ วันที่ 22 พฤศจิกายน 2560 นั้น จากผลการตอบรับการมาใช้บริการ เครื่องบริการธุรกรรมทางการเงินอัตโนมัติ หรือ (VTM) มีผู้มาใช้บริการไม่มาก โดยเฉลี่ยแล้วจำนวนลูกค้าที่มาเปิดบัญชีอยู่ที่ เดือนละประมาณ 10 ราย ประกอบกับงานวิจัยในปัจจุบันได้มีการศึกษาธุรกรรมทางธนาคารด้วยเครื่องฝาก ถอนเงิน และการรับบริการจากพนักงานธนาคารเท่านั้น ยังไม่มีการวิจัยเกี่ยวกับการให้บริการด้วยเครื่องบริการอัตโนมัติ(VTM) ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง(VTM) ของธนาคารออมสิน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ซึ่งข้อมูลที่ได้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการเพิ่มจำนวน ผู้ใช้บริการผ่านเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง(VTM) มากขึ้น และพัฒนาคุณภาพการบริการของเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง(VTM) ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อสามารถตอบสนองได้ตรงความต้องการของผู้ใช้บริการ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเป็นไปได้ที่จะทำให้นักค้าธนาคารออมสินในพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) ของธนาคารออมสิน ศูนย์บริการ ถนนห้วยแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาลักษณะการทำธุรกรรมทางการเงินในปัจจุบัน ของ ลูกค้าธนาคารออมสินในพื้นที่ อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเป็นไปได้ที่จะทำให้ลูกค้าธนาคารออมสินในพื้นที่ อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM ของธนาคารออมสิน ศูนย์บริการถนนห้วยแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่) ใช้แบบจำลอง Logit และ Probit ประเมินผลกระทบของแต่ละปัจจัยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเป็นไปได้ที่จะทำให้ลูกค้าธนาคารออมสินในพื้นที่ อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) ของธนาคารออมสิน ศูนย์บริการถนนห้วยแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยกำหนด สมการดังนี้

$$Y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 \dots + \beta_{22} x_{22} + u_i$$

(1)

โดยที่ $Y = 1$ ใช้บริการผ่านเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง

$Y = 0$ ไม่ใช้บริการผ่านเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง

การกำหนดความหมาย และลักษณะตัวแปรอิสระในการศึกษา

แบ่งเป็นสองกลุ่มกลุ่มแรก เป็น ข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการ โดยให้สัญลักษณ์ดังต่อไปนี้คือ x_1 แทนความหมายของ เพศ โดยมีเพศหญิง และเพศชาย x_2 แทนความหมายของ อายุ x_3 แทนความหมายของ ระดับการศึกษา x_{41} x_{42} แทนความหมายของ อาชีพ มีสองกลุ่มคือมีรายได้เป็นเงินเดือนและไม่มีเงินเดือน x_5 แทนความหมายของ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน x_6 แทนความหมายของ สถานภาพ x_7 แทนความหมายของ รูปแบบการให้บริการที่ตรงกับความต้องการ

กลุ่มที่สองเป็น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโดยจะยกจุดเด่นของ เครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM โดยให้สัญลักษณ์ดังต่อไปนี้ คือ x_8 แทนความหมายของ การบริการที่สะดวกและรวดเร็ว x_9 แทนความหมายของ อัตราผลตอบแทน(ดอกเบี้ยเงินฝากมีความเหมาะสม x_{10} แทนความหมายของ อัตราค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมมีความเหมาะสม x_{11} แทนความหมายของ ทำเลที่ตั้งควรที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เช่น ตลาด x_{12} แทนความหมายของ ทำเลที่ตั้งควรที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า x_{13} แทนความหมายของ ทำเลที่ตั้งควรที่ตั้งอยู่หน้าธนาคารสาขา x_{14} แทนความหมายของ จัดโปรโมชั่นให้ผลตอบแทนที่แตกต่างจากการเปิดบัญชีหรือทำธุรกรรมที่ธนาคารสาขา x_{15} แทนความหมายของ มีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าเป็นความลับ x_{16} แทนความหมายของ มีความปลอดภัยในการใช้บริการ x_{17} แทนความหมายของ ระบบตรวจเช็คข้อมูลลูกค้าได้อย่างถูกต้อง x_{18} แทนความหมายของ การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินได้อย่างถูกต้องครบถ้วนและเข้าใจได้ง่าย x_{19} แทนความหมายของ ระยะเวลาและขั้นตอนที่ใช้ในการทำธุรกรรมเหมาะสมการติดต่อสื่อสารโดยมีเจ้าหน้าที่ให้บริการผ่านการคุยกันแบบเห็นหน้า (VDO Call มีความรวดเร็วและ x_{20} แทนความหมายของ ตอบสนองได้ทันทีเหมือนกับการทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารโดยตรง

ซึ่งในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model และ แบบจำลองโพรบิต (Probit model) เมื่อประยุกต์กับหลักสถิติเพื่อหาความน่าจะเป็นของเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นนั้น คือ โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM หรือ $Pr(Y=1)$

สำหรับการแปรผล จากแบบจำลอง สามารถพิจารณาจากแบบจำลองที่เหมาะสมโดยดูจากค่า Akaike info Criterion (AIC) ที่ต่ำที่สุดมาแปรผล

2. เพื่อศึกษาลักษณะการทำธุรกรรมทางการเงินในปัจจุบัน ของ ลูกค้ายธนาคารออมสินในพื้นที่ อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์ ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM ของธนาคารออมสิน สาขา ศูนย์บริการถนนห้วยแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จะวัดจากการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ โดยลักษณะของแบบสอบถามแบบตรวจรายการ (Check List) และรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

การศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จะวัดจากการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ได้แก่ รูปแบบในการทำธุรกรรม ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาในการทำธุรกรรม โดยลักษณะของแบบสอบถามแบบตรวจรายการ (Check List) และรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ มากกว่า 34 ปี โดยมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มากที่สุด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,001 - 15,000 บาท มีสถานภาพสมรส

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้บริการผ่านช่องทางเครื่องถอน/ฝากเงินอัตโนมัติมากที่สุด โดยมีจำนวนครั้งในการเลือกใช้บริการธนาคาร ในครั้งนี้ห่างจากครั้งก่อนอยู่ที่ น้อยกว่า 1 เดือน ซึ่งช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการกับธนาคาร จะเป็นช่วงเวลาที่ไม่นั่นนอน และเวลาที่ใช้บริการกับธนาคารส่วนใหญ่จะเป็นเวลา 14.04 น.-16.00 น. มากที่สุด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความเป็นไปได้ที่จะทำให้ลูกค้าธนาคารออมสินในพื้นที่ อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์แบบ Probit และ การวิเคราะห์แบบ Logit

ตัวแปร	สัญลักษณ์	การวิเคราะห์แบบ Probit			การวิเคราะห์แบบ Logit		
		Estimate	Stand Error	Prob.	Estimate	Stand Error	Prob.
		3.468	1.176	0.003	-5.941	2.208	0.007**
เพศ	x_1	-0.094	0.201	0.639	-0.231	0.365	0.525
อายุ	x_2	-0.199	0.162	0.219	-0.412	0.310	0.182
ระดับการศึกษา	x_3	0.156	0.126	0.217	0.301	0.232	0.193
อาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ	$x_{4.1}$	-0.952	0.536	0.075	-1.535	1.048	0.143
อาชีพราชการพนักงานรัฐ/ รัฐวิสาหกิจ/พนักงานเอกชน	$x_{4.2}$	-0.694	0.540	0.198	-1.053	1.062	0.321
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	x_5	0.084	0.115	0.462	0.102	0.208	0.622
สถานภาพโสด	x_6	0.443	0.418	0.290	0.812	0.709	0.252
รูปแบบการให้บริการที่ตรงกับ ความต้องการ	x_7	-0.071	0.153	0.640	-0.094	0.271	0.727
การบริการที่สะดวกและรวดเร็ว	x_8	0.416	0.182	0.022*	0.726	0.338	0.031*
อัตราผลตอบแทน (ดอกเบี้ยเงิน ฝาก มีความเหมาะสม	x_9	0.286	0.409	0.484	0.487	0.760	0.521
อัตราค่าธรรมเนียมในการทำ ธุรกรรมมีความเหมาะสม	x_{10}	-0.115	-0.402	0.773	-0.173	0.745	0.815
ทำเลที่ตั้งควรที่ตั้งอยู่ในแหล่ง ชุมชน เช่น ตลาด	x_{11}	0.309	0.230	0.178	0.540	0.417	0.195
ทำเลที่ตั้งควรที่ตั้งอยู่ใน ห้างสรรพสินค้า	x_{12}	1.002	0.494	0.042*	1.744	2.003	0.045*
ทำเลที่ตั้งควรที่ตั้งอยู่ หน้าธนาคารสาขา	x_{13}	-0.953	0.492	0.053	-1.710	0.864	0.047*

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญในช่วงความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 99,* มีนัยสำคัญในช่วงความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95

ที่มา:จากการคำนวณ

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์แบบ Probit และ การวิเคราะห์แบบ Logit (ต่อ)

ตัวแปร	สัญลักษณ์	การวิเคราะห์แบบ Probit			การวิเคราะห์แบบ Logit		
		Estimate	Stand Error	Prob.	Estimate	Stand Error	Prob.
จัดโปรโมชั่นให้ผลตอบแทนที่แตกต่างจากการเปิดบัญชีหรือทำธุรกรรมกับพนักงาน	x_{14}	0.679	0.267	0.011*	1.270	0.497	0.0106*
มีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าเป็นความลับ	x_{15}	-0.487	0.840	0.561	-0.937	1.607	0.559
ความปลอดภัยในการใช้บริการ	x_{16}	-0.347	0.897	0.698	-0.485	1.711	0.776
มีระบบตรวจเช็คข้อมูลลูกค้าได้อย่างถูกต้อง	x_{17}	0.658	0.359	0.067	1.089	0.666	0.102
การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินได้อย่างถูกต้องครบถ้วนและเข้าใจได้ง่าย	x_{18}	0.118	0.241	0.621	0.215	0.440	0.624
ระยะเวลาและขั้นตอนที่ใช้ในการทำธุรกรรมเหมาะสม	x_{19}	-0.089	0.234	0.702	-0.137	0.431	0.750
การติดต่อสื่อสารโดยมีเจ้าหน้าที่ให้บริการผ่านการคุยกันแบบเห็นหน้า (VDO Call) มีความรวดเร็วและตอบสนองได้ทันทีเหมือนกับการทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารโดยตรง	x_{20}	0.110	0.238	0.642	0.132	0.433	0.760
AIC		271.16			272.63		

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญในช่วงความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 99, * มีนัยสำคัญในช่วงความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ที่มา: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 1 ผลจากการวิเคราะห์แบบ Probit และ การวิเคราะห์แบบ Logit พบว่าแบบจำลองจากการวิเคราะห์แบบ Probit เป็นแบบจำลองที่ดีที่สุด เนื่องจากค่า AIC มีค่าน้อยสุด เท่ากับ 271.16 ดังนั้นทางผู้ศึกษาจึงเลือกแบบจำลองที่ได้จากการวิเคราะห์แบบ Probit มาเป็นผลในการศึกษาในครั้งนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อความเป็นไปได้ที่จะทำให้ลูกค้าธนาคารออมสินในพื้นที่ อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) ของธนาคารออมสิน ที่มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 มี 3 คือ การบริการที่สะดวกและรวดเร็ว ทำเลที่ตั้งควรที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า และการจัดโปรโมชั่นให้ผลตอบแทนที่แตกต่างจากการเปิดบัญชีหรือทำธุรกรรมกับพนักงานธนาคารสาขา

ตารางที่ 2 แสดงผลการประมาณค่า Marginal effect จากผลของ การวิเคราะห์แบบ Probit

ตัวแปร	สัญลักษณ์	Estimate	Stand Error	z value	Prob.
เพศ	x_1	-0.011	0.024	-0.462	0.644
อายุ	x_2	-0.023	0.019	-1.194	0.232
ระดับการศึกษา	x_3	0.018	0.014	1.233	0.217
อาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ	$x_{4.1}$	-0.149	0.104	-1.432	0.152
อาชีพราชการพนักงานรัฐ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานเอกชน	$x_{4.2}$	-0.082	0.065	-1.268	0.204
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	x_5	0.009	0.013	0.727	0.466
สถานภาพโสด	x_6	0.070	0.086	0.814	0.415
รูปแบบการให้บริการที่ตรงกับความต้องการ	x_7	-0.008	0.017	-0.470	0.638
การบริการที่สะดวกและรวดเร็ว	x_8	0.048	0.022	2.220	0.026*
อัตราผลตอบแทน (ดอกเบี้ยเงินฝาก มีความเหมาะสม)	x_9	0.033	0.047	0.700	0.483
อัตราค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมมีความเหมาะสม	x_{10}	-0.013	0.047	-0.287	0.773
ทำเลที่ตั้งควรที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เช่น ตลาด	x_{11}	0.036	0.027	1.329	0.183
ทำเลที่ตั้งควรที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า	x_{12}	0.117	0.059	1.979	0.047*

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญในช่วงความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 99, * มีนัยสำคัญในช่วงความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 2 แสดงผลการประมาณค่า Marginal effect จากผลของ การวิเคราะห์แบบ Probit (ต่อ

ตัวแปร	สัญลักษณ์	Estimate	Stand Error	z value	Prob.
ทำเลที่ตั้งควรที่ตั้งอยู่หน้าธนาคารสาขา	x_{13}	-0.112	0.058	-1.899	0.057
จัดโปรโมชั่นให้ผลตอบแทนที่แตกต่างจากการเปิดบัญชีหรือทำธุรกรรมกับพนักงานธนาคารสาขา	x_{14}	0.079	0.030	2.604	0.009**
มีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าเป็นความลับ	x_{15}	-0.057	0.098	-0.579	0.562
ความปลอดภัยในการใช้บริการ	x_{16}	-0.040	0.105	-0.387	0.698
มีระบบตรวจเช็คข้อมูลลูกค้าได้อย่างถูกต้อง	x_{17}	0.077	0.042	1.816	0.069
การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินได้อย่างถูกต้องครบถ้วนและเข้าใจได้ง่าย	x_{18}	0.013	0.028	0.492	0.622
ระยะเวลาและขั้นตอนที่ใช้ในการทำธุรกรรมเหมาะสม	x_{19}	-0.010	0.027	-0.380	0.703
การติดต่อสื่อสารโดยมีเจ้าหน้าที่ให้บริการผ่านการคุยกันแบบเห็นหน้า (VDO Call) มีความรวดเร็วและตอบสนองได้ทันทีเหมือนกับการทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารโดยตรง	x_{20}	0.013	0.028	0.463	0.643

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญในช่วงความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 99,* มีนัยสำคัญในช่วงความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95

ที่มา:จากการคำนวณ

จากตารางที่ 2 ผลการประมาณค่า Marginal Effect แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความน่าจะเป็นที่จะใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) ของธนาคารออมสิน คือ การให้บริการที่สะดวกและรวดเร็ว เพิ่มมากขึ้น จะทำให้ความน่าจะเป็นที่ $Y=1$ (ตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) เพิ่มขึ้นตามไปด้วย และในทางกลับกัน หากให้บริการที่ไม่สะดวกและช้าก็จะทำให้ความน่าจะเป็นที่ $Y=1$ ลดลงไปด้วย นั่นหมายความว่า ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) โดยที่ระดับนัยสำคัญที่ร้อยละ 5 หรือช่วงความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 การเพิ่มขึ้นของ การให้บริการที่สะดวกและรวดเร็ว ใน 1 ระดับ จะส่งผลให้โอกาสในการตัดสินใจ

เลือกใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) ของธนาคารออมสิน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.8 กรณีที่ตั้งเครื่องให้บริการเครื่องทำธุรกรรมในทำเลที่ตั้งควรถูกตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า เพิ่มมากยิ่งขึ้น จะทำให้ความน่าจะเป็นที่ $Y=1$ ตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) เพิ่มขึ้นตามไปด้วย หมายความว่า ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) โดยที่ระดับนัยสำคัญที่ร้อยละ 5 หรือช่วงความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 การเพิ่มขึ้น ของการตั้งทำเลเครื่องให้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) ในบริเวณห้างสรรพสินค้า ใน 1 ระดับ จะส่งผลให้โอกาสในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) ของธนาคาร ออมสิน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.77 และในกรณีการจัดโปรโมชั่นให้ผลตอบแทนที่แตกต่างจากการเปิดบัญชีหรือทำธุรกรรมกับพนักงานธนาคารสาขาเพิ่มมากยิ่งขึ้น จะทำให้ความน่าจะเป็นที่ $Y=1$ ตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) เพิ่มขึ้นตามไปด้วย นั่นหมายความว่า ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) โดยที่ระดับนัยสำคัญที่ร้อยละ 1 หรือช่วงความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 99 การเพิ่มขึ้น ของการจัดโปรโมชั่นให้ผลตอบแทนที่แตกต่างจากการเปิดบัญชีหรือทำธุรกรรมกับพนักงานธนาคารสาขาเพิ่มมากยิ่งขึ้น ใน 1 ระดับ จะส่งผลให้โอกาสในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) ของธนาคารออมสิน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.98

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับตัดสินใจเลือกใช้หรือไม่ใช้ บริการเครื่องทำธุรกรรม ทางด้านการเงินอัตโนมัติ (VTM) มีผู้ให้ข้อเสนอแนะทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 17.25 ข้อมูลที่ลูกค้าให้ข้อเสนอแนะมากที่สุด เป็นเรื่องของการ มีจุดให้บริการในหลายๆจุดและให้ทั่วถึงทุกพื้นที่ เพื่อให้เกิดการง่ายต่อการเข้าถึง

สรุปผลการศึกษา

1. ปัจจัยที่มีผลต่อความเป็นไปได้ที่จะทำให้นักค้าธนาคารออมสินใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) ของธนาคารออมสิน มี 3 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ การบริการที่สะดวกและรวดเร็ว ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ทำเลที่ตั้งควรถูกตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การจัดโปรโมชั่นให้ผลตอบแทนที่แตกต่างจากการเปิดบัญชีหรือทำธุรกรรมกับพนักงานธนาคารสาขา และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทางบวกหรือปัจจัยเชิงบวกต่อความเป็นไปได้ที่จะทำให้นักค้าธนาคารออมสิน ใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับ เจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) ของธนาคารออมสิน คือ การให้บริการที่สะดวกและรวดเร็ว การ ให้บริการที่สะดวกและรวดเร็ว มากขึ้น จะส่งผลให้โอกาสในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องทำ ธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) ของธนาคารออมสิน เพิ่มขึ้น และที่ตั้งเครื่องให้บริการ เครื่องทำธุรกรรมในทำเลที่ตั้งควรถูกตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า เพิ่มมากยิ่งขึ้น จะทำให้นักค้าเลือกใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง เพิ่มขึ้นตามไป และ สุดท้ายในกรณีการจัดโปรโมชั่น ให้ผลตอบแทนที่แตกต่างจากการเปิดบัญชีหรือทำธุรกรรมกับ พนักงานธนาคารสาขาเพิ่มมากยิ่งขึ้น จะทำให้นักค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

2. ลักษณะการทำธุรกรรมทางการเงินในปัจจุบัน ของ ลูกค้านาคาออมสินในพื้นที่ อำเภอบึงสามพัน จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ มากกว่า 34 ปี โดยมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มากที่สุด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,001 - 15,000 บาท มีสถานภาพสมรส โดยมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ ผ่านช่องทางเครื่องถอน/ฝากเงินอัตโนมัติ มากที่สุด โดยมีจำนวนครั้งในการเลือกใช้บริการธนาคาร ในครั้งนี้ห่างจากครั้งก่อนอยู่ที่ น้อยกว่า 1 เดือน ซึ่งช่วงเวลา que เลือกใช้บริการกับธนาคาร จะเป็นช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน และเวลาที่ใช้บริการกับธนาคารส่วนใหญ่จะเป็นเวลา 14.04 น.-16.00 น. มากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความเป็นไปได้ที่จะทำให้นักค้านาคาออมสินในพื้นที่ อำเภอบึงสามพัน จังหวัดเชียงใหม่ ใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) ของธนาคารออมสินมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ควรจะมีจุดให้บริการในหลายๆจุดและให้ทั่วถึงทุกพื้นที่ เพื่อให้เกิดการง่ายต่อการเข้าถึงและทดลองใช้บริการ รวมถึงการทำให้ใช้บริการได้สะดวกและรวดเร็วในการรับบริการในแต่ละครั้งและควรคำนึงถึงขั้นตอนและกระบวนการ ให้รวดเร็วและเข้าใจง่าย และลดขั้นตอนการกรอกข้อมูล เพราะจากข้อมูลที่ได้วิเคราะห์มาแล้วนั้น พฤติกรรมของกลุ่มลูกค้านาคา ใช้บริการผ่านช่องทางเครื่องถอน/ฝากเงินอัตโนมัติ ซึ่งช่วงเวลา que เลือกใช้บริการกับธนาคาร จะเป็นช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน เนื่องจากมีการใช้บัตรเอทีเอ็มเพื่อใช้กดถอนเงินสดที่หน้าตู้เอทีเอ็ม ที่มีให้บริการอยู่ใน สถานที่ต่างๆมากมายและยังให้บริการได้ตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมงแล้วนั้น ดังนั้นการทำผลิตภัณฑ์เพื่อมาตอบสนองพฤติกรรมของลูกค้านาคาจึงจะต้องมีความสะดวกคือเข้าถึงในทุกพื้นที่และความรวดเร็วในกระบวนการและขั้นตอนการรับบริการ

ด้านการจัดจำหน่าย ควรจะเป็นการตั้งอยู่ในบริเวณห้างสรรพสินค้า เพื่อเพิ่มความสะดวกและความปลอดภัยให้กับผู้ใช้บริการ เนื่องจากห้างสรรพสินค้าสามารถให้บริการได้หลายอย่างไม่ว่าจะการมาซื้อของใช้อุปโภคและบริโภค และรวมไปถึงการติดต่อเพื่อทำธุรกรรมกับทางธนาคาร ดังนั้นการตั้งเครื่องธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) จึงเป็นทำเลที่เหมาะสม และช่องทางที่ไม่ควรจัดตั้งธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM) คือช่องทางบริเวณหน้าสาขานาคา เนื่องจากไม่เกิดความสะดวกสบายให้กับลูกค้านาคา เพราะถ้าหากลูกค้านาคาเดินทางมายังธนาคารแล้วการใช้บริการกับเจ้าหน้าที่ธนาคารน่าจะเป็นสิ่งที่สะดวกกว่าการใช้บริการกับเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM)

ด้านการส่งเสริมการตลาด การจัดโปรโมชั่นให้มีความแตกต่างจากการใช้บริการกับพนักงานธนาคาร เพื่อจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการทดลองใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ธนาคารเสมือนจริง (VTM)

เนื่องจากเห็นถึงความคุณค่าหรือความคุ้มค่าที่ได้รับ อย่างเช่น การให้ดอกเบี้ยที่สูงกว่าการเปิดบัญชีกับ
เจ้าหน้าที่ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กนกภรณ์ จงจิต, นรี ศีตีสาร, รจรินทร์ หลอมทอง.(2552. **พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
ใช้เครื่องบริการตนเองอัตโนมัติของลูกค้าธนาคาร ยูโอบี จำกัด (มหาชน สาขา ใน เขตสาทร
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ.กรุงเทพฯ**
- โณมสุดา ยอดกลาง.(2546. **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ กรณีศึกษา
ธนาคารกรุงไทย จำกัด มหาชน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
กรุงเทพฯ**
- ชนิศวรา ฉัตรแก้ว. (2543. **แบบจำลองโพรบิท. วิทยานิพนธ์ คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.**
- ดุขฎิ ศรีสว่างสุข.(2557 .**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานเครื่องทำธุรกรรมทางการเงินอัตโนมัติ
(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต .มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.กรุงเทพฯ**
- ภัทรา ดำรงไทย.(2556. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการเครื่องบริการอัตโนมัติธนาคารกรุงเทพ อำเภอ บ้าน
โป่ง จังหวัดราชบุรี ,7(1, 6-16**
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2553).**หลักการและการใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกสำหรับการวิเคราะห์
Principle and Using Logistic Regression Analysis for Reseach.วารสารวิจัยมหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.4(1, 3-6**
- ยงยุทธ มุณีจันทร์.(2553. **การยอมรับเทคโนโลยีเครื่องฝากเงินอัตโนมัติ ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด
(มหาชน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.กรุงเทพฯ**
- วารุณี ตั้งชีวะสมบัติ.(2548 . **การวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการเครื่องเอทีเอ็มของธนาคาร
พาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัย
เชียงใหม่.เชียงใหม่**
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541. **การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.**
- ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจ และเศรษฐกิจฐานราก ธนาคารออมสิน.(2559 . **ผลสำรวจ(Pollการใช้บริการทาง
การเงินในรูปแบบ Digital Banking ของประชาชนฐานราก. เข้าถึงได้จาก :
https://www.gsb.or.th/getattachment/96fd6b6d-25ca-4359-8216-0a27f43af197/GR_poll_2_60_ppt.aspx.(วันที่สืบค้นข้อมูล 15 มีนาคม 2562**

สุทธิ รื่นพันธ์.(2552 . พฤติกรรมการใช้บริการSELF SERVICE BANKINGกรณีศึกษาธนาคารกรุงไทย สาขา
ลพบุรี(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.กรุงเทพ

หนึ่งนุช อีระรุจินนท์.(2560 .คุณภาพการให้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารกรุงไทย สาขาเอ็มไพร์ทาว
เวอร์ กรุงเทพ.(รายงานผลการวิจัย .กรุงเทพ:มหาวิทยาลัยศิลปกร

อรุณี ใจคำ.(2554. พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการตู้เอทีเอ็มของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.เชียงใหม่