

บทที่ 4 ผลการศึกษา

การศึกษา พฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับสถาบันการเงินในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง โดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ จำนวน 220 ราย และที่ใช้บริการธนาคารเฉพาะกิจ จำนวน 180 ราย โดยผลการศึกษามีดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับสถาบันการเงินในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน จำนวนสมาชิกที่ไม่ได้ทำงาน และลักษณะที่อยู่อาศัย รายละเอียดดังนี้

1) เพศ

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 239 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.8 ที่เหลือเป็นเพศชาย สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 129 ราย และ 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.6 และ 61.1 ตามลำดับ และลูกค้าธนาคารพาณิชย์ที่เป็นเพศหญิงมีสัดส่วนน้อยกว่าลูกค้าเพศหญิงของธนาคารเฉพาะกิจเล็กน้อย (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 เพศของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ

เพศ	ธนาคารพาณิชย์		ธนาคารเฉพาะกิจ		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ชาย	91	41.4	70	38.9	161	40.2
หญิง	129	58.6	110	61.1	239	59.8
รวม	220	100.0	180	100.0	400	100.0

ที่มา: จากการศึกษา

2) อายุ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีจำนวน 237 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.2 ซึ่งเป็นผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน รองลงมาคืออายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.3 และมีอายุไม่เกิน 20 ปี จำนวน 39 รายคิดเป็นร้อยละ 9.8 โดยมีอายุโดยเฉลี่ย 29 ปี (ตารางที่ 4.2)

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างจากธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีจำนวน 123 ราย และ 114 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.9 และ 63.3 ตามลำดับ รองลงมาคืออายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 39 ราย และ 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.7 และ 18.9 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างของธนาคารพาณิชย์มีอายุโดยเฉลี่ย 30 ปี ซึ่งมีอายุมากกว่ากลุ่มตัวอย่างของธนาคารเฉพาะกิจที่มีอายุโดยเฉลี่ย 28 ปี (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 อายุของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ

อายุ (ปี)	ธนาคารพาณิชย์		ธนาคารเฉพาะกิจ		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	20	9.1	19	10.6	39	9.8
21-30	123	55.9	114	63.3	237	59.2
31-40	39	17.7	34	18.9	73	18.2
41-50	25	11.4	11	6.1	36	9.0
มากกว่า 50 ปี	13	5.9	2	1.1	15	3.8
รวม	220	100.0	180	100.0	400	100.0
อายุเฉลี่ย	30		28		29	

ที่มา: จากการศึกษา

3) ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีจำนวน 150 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. จนถึง อนุปริญญา/ ปวส. และการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 123 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 30.7 (ตารางที่ 4.3)

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างจากธนาคารพาณิชย์ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 144 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.6 รองลงมาคือมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/

ปวช. จนถึง อนุปริญญา/ ปวส. จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.2 และการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.5 (ตารางที่ 4.3)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างจากธนาคารเฉพาะกิจส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.2 รองลงมาที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. จนถึง อนุปริญญา/ ปวส. จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.9 และมีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3 (ตารางที่ 4.3) จึงสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์จะมีระดับการศึกษาสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างของธนาคารเฉพาะกิจ

ตารางที่ 4.3 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ

ระดับการศึกษา	ธนาคารพาณิชย์		ธนาคารเฉพาะกิจ		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	10	4.5	113	62.2	123	30.7
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. จนถึง อนุปริญญา/ ปวส.	62	28.2	61	33.9	123	30.7
ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	144	65.6	6	3.3	150	37.5
ไม่ตอบ	4	1.8	0	0.0	4	1.1
รวม	220	100.0	180	100.0	400	100.0

ที่มา: จากการศึกษา

4) อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน จำนวน 163 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.8 ทั้งนี้เป็นเพราะว่าในเขตอำเภอเมืองมีกลุ่มธุรกิจโรงงานเซรามิกซึ่งไม่จำเป็นต้องใช้แรงงานที่มีคุณวุฒิมาก รองลงมาเป็น นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.1 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.8 (ตารางที่ 4.4)

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างจากธนาคารพาณิชย์ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน จำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาในกลุ่มตัวอย่างจากธนาคารพาณิชย์มี

อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 56 รายคิดเป็นร้อยละ 25.5 เป็น นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.1 (ตารางที่ 4.4)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างจากธนาคารเฉพาะกิจส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน จำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.8 โดยมีสัดส่วนมากกว่าธนาคารพาณิชย์ รองลงมา เป็น นักเรียน/นักศึกษา จำนวน จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.6 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.6 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เหลือเป็นอาชีพอื่นๆ เช่น ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว เกษียณอายุ เกษตรกร แม่บ้าน/พ่อบ้าน รับจ้างอิสระ จำนวน 29 ราย เป็นกลุ่มตัวอย่างจากธนาคารพาณิชย์ 21 ราย จากธนาคารเฉพาะกิจ จำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 9.5 และ 4.4 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 อาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ

อาชีพ	ธนาคารพาณิชย์		ธนาคารเฉพาะกิจ		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
พนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน	66	30.0	97	53.8	163	40.8
นักเรียน/นักศึกษา	51	23.1	46	25.6	97	24.1
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	56	25.5	19	10.6	75	18.8
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	26	11.8	10	5.6	36	9.0
เกษียณอายุ	7	3.1	4	2.2	11	2.8
เกษตรกร	10	4.5	0	0.0	10	2.5
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	2	0.9	3	1.6	5	1.2
รับจ้างอิสระ	2	0.9	1	0.6	3	0.8
รวม	220	100.0	180	100.0	400	100.0

ที่มา: จากการศึกษา

5) รายได้ต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้ไม่เกิน 8,000 บาท จำนวน 158 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมา มีรายได้ 8,001-12,000 บาท จำนวน 151 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.75 และ รายได้ 12,001-16,000 บาท จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.75 ตามลำดับ โดยมีรายได้เฉลี่ย 14,095 บาท (ตารางที่ 4.5)

กลุ่มตัวอย่างจากธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 8,000 บาท จำนวน 102 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.4 รองลงมา มีรายได้ 8,001-12,000 บาท จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.1 และมีรายได้ 12,001-16,000 บาท จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.1 โดยมีรายได้เฉลี่ย 14,364 บาท (ตารางที่ 4.5)

กลุ่มตัวอย่างจากธนาคารเฉพาะกิจส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 8,001-12,000 บาท จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.4 รองลงมา มีรายได้ไม่เกิน 8,000 บาท จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.1 และมีรายได้ 12,001-16,000 บาท จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.7 โดยมีรายได้เฉลี่ย 13,767 บาท (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 รายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ

รายได้ต่อเดือน (บาท)	ธนาคารพาณิชย์		ธนาคารเฉพาะกิจ		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เกิน 8,000	102	46.4	56	31.1	158	39.5
8,001-12,000	53	24.1	98	54.4	151	37.75
12,001-16,000	31	14.1	12	6.7	43	10.75
16,001-20,000	8	3.6	4	2.2	12	3.0
20,001-24,000	10	4.5	4	2.2	14	3.5
24,001-28,000	4	1.8	4	2.2	8	2.0
28,001-32,000	4	1.8	1	0.6	5	1.25
มากกว่า 32,000 บาท	3	1.4	1	0.6	4	1.0
ไม่ตอบ	5	2.3	0	0.0	5	1.25
รวม	220	100.0	180	100.0	400	100.0
รายได้เฉลี่ย (บาท)	14,364		13,767		14,095	

ที่มา: จากการศึกษา

จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้ำของธนาคารพาณิชย์มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้ำของธนาคารเฉพาะกิจ ทั้งนี้เป็นเพราะว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้ำของธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้ำธนาคารเฉพาะกิจส่วนใหญ่จบการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี

6) จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 4 คน จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.75 รองลงมามีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 2 คน จำนวน 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.25 โดยมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 3 คน (ตารางที่ 4.6)

กลุ่มตัวอย่างจากธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 4 คน จำนวน 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.9 รองลงมามีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3 คน จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.1 และมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 5 คนขึ้นไป จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.2 โดยมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4 คน (ตารางที่ 4.6)

กลุ่มตัวอย่างจากธนาคารเฉพาะกิจส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 2 คน จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.6 รองลงมามีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 1 คน จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.3 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน 4 คน จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.9 ตามลำดับ โดยมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 3 คน (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 จำนวนสมาชิกในครัวเรือนของกลุ่มตัวอย่างธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (คน)	ธนาคารพาณิชย์		ธนาคารเฉพาะกิจ		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1 คน	4	1.8	33	18.3	37	9.25
2 คน	22	10.0	91	50.6	113	28.25
3 คน	53	24.1	10	5.5	63	15.75
4 คน	90	40.9	25	13.9	115	28.75
5 คนขึ้นไป	51	23.2	21	11.7	72	18.0
รวม	220	100.0	180	100.0	400	100.0
เฉลี่ย (คน)	4		3		3	

7) จำนวนสมาชิกที่ไม่ได้ทำงาน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีสมาชิกที่ไม่ได้ทำงาน 2 คน จำนวน 166 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมา มีสมาชิกที่ไม่ได้ทำงาน 1 คน จำนวน 128 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.0 และไม่มีสมาชิกที่ไม่ได้ทำงาน จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.8 มีจำนวนสมาชิกที่ไม่ได้ทำงานเฉลี่ย 2 คน โดยสัดส่วนของสมาชิกที่ไม่ได้ทำงานต่อสมาชิกทั้งหมดอยู่ที่ร้อยละ 48.3 หรือกล่าวได้ว่ามีสมาชิกที่ไม่ได้ทำงานประมาณครึ่งหนึ่งของจำนวนสมาชิกในครัวเรือน (ตารางที่ 4.7)

กลุ่มตัวอย่างจากธนาคารพาณิชย์ มีสมาชิกที่ไม่ได้ทำงาน 1 คน จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.2 มีสมาชิกที่ไม่ได้ทำงาน 2 คน จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.9 ไม่มีสมาชิกที่ไม่ได้ทำงาน จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.6 มีจำนวนสมาชิกที่ไม่ได้ทำงานเฉลี่ย 2 คน โดยสัดส่วนของสมาชิกที่ไม่ได้ทำงานต่อสมาชิกทั้งหมดอยู่ที่ร้อยละ 54.2 (ตารางที่ 4.7)

กลุ่มตัวอย่างจากธนาคารเฉพาะกิจ มีสมาชิกที่ไม่ได้ทำงาน 2 คน จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.4 รองลงมา มีสมาชิกที่ไม่ได้ทำงาน 1 คน จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.6 ไม่มีสมาชิกที่ไม่ได้ทำงาน จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.8 มีจำนวนสมาชิกที่ไม่ได้ทำงานเฉลี่ย 2 คน โดยสัดส่วนของสมาชิกที่ไม่ได้ทำงานต่อสมาชิกทั้งหมดอยู่ที่ร้อยละ 86.5 (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 จำนวนสมาชิกที่ไม่ได้ทำงานของกลุ่มตัวอย่างธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ

จำนวนสมาชิก ที่ไม่ได้ทำงาน (คน)	ธนาคารพาณิชย์		ธนาคารเฉพาะกิจ		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่มี	41	18.6	14	7.8	55	13.8
1 คน	73	33.2	55	30.6	128	32.0
2 คน	68	30.9	98	54.4	166	41.5
3 คน	25	11.4	9	5.0	34	8.5
4 คน	8	3.6	3	1.7	11	2.8
5 คนขึ้นไป	5	2.3	1	0.6	6	1.5
รวม	220	100.0	180	100.0	400	100.0
เฉลี่ย (คน)	2		2		2	
สัดส่วนสมาชิกที่ไม่ได้ทำงาน ต่อจำนวนสมาชิกในครัวเรือน	54.2		86.5		48.3	

8) ลักษณะที่อยู่อาศัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พักอาศัย บ้านของบิดา/มารดา/ครอบครัว จำนวน 144 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาพักอาศัยบ้านพักสวัสดิการ จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.5 บ้านของตนเอง ปลอดภัย จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.25 (ตารางที่ 4.8)

กลุ่มตัวอย่างจากธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่พักอาศัย บ้านของบิดา/มารดา/ครอบครัว จำนวน 117 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.2 รองลงมาพักอาศัย บ้านของตนเอง ปลอดภัย จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.5 บ้านเช่า/ห้องเช่า/หอพัก จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.8 (ตารางที่ 4.8)

กลุ่มตัวอย่างจากธนาคารเฉพาะกิจส่วนใหญ่พักอาศัย บ้านพักสวัสดิการ จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.7 บ้านเช่า/ห้องเช่า/หอพัก จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.8 บ้านของบิดา/มารดา/ครอบครัว จำนวน 27 ราย บ้านของตนเอง ปลอดภัย จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.0 และ 13.9 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 ลักษณะที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างของธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ

ลักษณะที่อยู่อาศัย	ธนาคารพาณิชย์		ธนาคารเฉพาะกิจ		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
บ้านของบิดา/มารดา/ครอบครัว	117	53.2	27	15.0	144	36.0
บ้านพักสวัสดิการ	14	6.4	84	46.7	98	24.5
บ้านของตนเอง ปลอดภัย	56	25.5	25	13.9	81	20.25
บ้านเช่า/ห้องเช่า/หอพัก	24	10.8	43	23.8	67	16.75
บ้านของตนเองผ่อนกับธนาคาร	7	3.2	1	0.6	8	2.0
ไม่ตอบ	2	0.9	0	0.0	2	0.5
รวม	220	100.0	180	100.0	400	100.0

ที่มา: จากการศึกษา

4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับสถาบันการเงิน

ปัจจัยที่มีผลต่อกลุ่มตัวอย่างในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับสถาบันการเงินประกอบด้วย ปัจจัยหลัก 2 ด้าน คือ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านอื่นๆ โดยปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วยปัจจัยย่อย 5 ปัจจัย คือ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการให้บริการ ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ มีปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย คือ อัตราดอกเบี้ยมีความคุ้มค่า และแน่นอน การคุ้มครองเงินฝากเต็มจำนวนโดยรัฐบาล และการเก็บออมไว้ให้บุตรหลาน/ขามฉุกเฉิน/เกษียณอายุ

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับสถาบันการเงินของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.69 โดย 3 ปัจจัยแรกที่มีผลมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.88 (มีผลระดับมาก) ซึ่งปัจจัยสำคัญคือ พนักงานให้บริการมีความถูกต้อง เชื่อถือได้ รองลงมาคือ ความต้องการเก็บออมไว้ให้บุตรหลาน/ขามฉุกเฉิน/เกษียณอายุ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.84 (มีผลระดับมาก) และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.77 (มีผลระดับมาก) ซึ่งปัจจัยสำคัญคือ การบริการทางการเงินครบวงจร เช่น ฝาก ถอน โอน ชำระค่าสินค้า แลกเปลี่ยนเงิน ฯลฯ (ตาราง 4.14)

ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ และเฉพาะกิจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 และ 3.70 ตามลำดับ โดย 3 ปัจจัยแรกที่มีผลมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.85 และ 3.90 ตามลำดับ (มีผลระดับมาก) ซึ่งปัจจัยสำคัญคือ พนักงานให้บริการมีความถูกต้อง เชื่อถือได้ และมีคุณภาพในการให้บริการ รองลงมาคือ ความต้องการเก็บออมไว้ให้บุตรหลาน/ขามฉุกเฉิน/เกษียณอายุ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.83 และ 3.85 ตามลำดับ (มีผลระดับมาก) และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.77 และ 3.76 ตามลำดับ (มีผลระดับมาก) ซึ่งปัจจัยสำคัญคือ การบริการทางการเงินครบวงจร เช่น ฝาก ถอน โอน ชำระค่าสินค้า แลกเปลี่ยนเงิน ฯลฯ (ตาราง 4.14)

โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งจากธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจมีความคิดเห็นว่าปัจจัยหลัก ทั้ง 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินนั้น ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลให้ตัดสินใจใช้บริการฝากเงินกับสถาบันการเงิน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ธนาคารพาณิชย์	ธนาคารเฉพาะกิจ	รวม	ค่าสถิติ t	p-value
1. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด					
1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ และการบริการ					
การมีความหลากหลายของประเภทเงินฝาก คือมีทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว	3.82 (มาก)	3.89 (มาก)	3.85 (มาก)	-1.169	0.243
การบริการทางการเงินครบวงจร เช่น ฝาก ถอน โอน ชำระค่าสินค้า แลกเปลี่ยนเงิน ฯลฯ	3.94 (มาก)	3.96 (มาก)	3.95 (มาก)	-0.358	0.72
การมีตู้ ATM กระจายให้บริการ ครอบคลุม ทั่วถึง	3.82 (มาก)	3.77 (มาก)	3.80 (มาก)	0.583	0.56
การมีตู้ฝากเงิน-ปรับสมุดเพียงพอสื่อความ ต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ	3.65 (มาก)	3.54 (มาก)	3.60 (มาก)	1.243	0.215
การพัฒนาและปรับปรุง ผลิตภัณฑ์อย่าง สม่ำเสมอ	3.66 (มาก)	3.63 (มาก)	3.65 (มาก)	0.418	0.676
รวม	3.77 (มาก)	3.76 (มาก)	3.77 (มาก)	0.301	0.767
1.2 ด้านราคา					
การมีค่าธรรมเนียมในการฝากเงินข้าม จังหวัดต่ำ	3.48 (มาก)	3.56 (มาก)	3.52 (มาก)	-0.84	0.401
1.3 ด้านสถานที่					
การมีสาขามากสามารถรองรับความต้องการ ในการใช้บริการของลูกค้าได้อย่างเพียงพอ	3.75 (มาก)	3.72 (มาก)	3.74 (มาก)	0.303	0.762
สถาบันการเงินที่ใช้บริการอยู่ใกล้ที่พัก-ที่ ทำงาน	3.71 (มาก)	3.66 (มาก)	3.69 (มาก)	0.669	0.504
ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ	3.54 (มาก)	3.43 (มาก)	3.49 (มาก)	1.195	0.233
รวม	3.67 (มาก)	3.60 (มาก)	3.64 (มาก)	1.246	0.118
1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด					
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ครบถ้วนสม่ำเสมอ และทันสมัย	3.61 (มาก)	3.69 (มาก)	3.65 (มาก)	-1.221	0.223
การได้รับคำชักชวนจากพนักงานธนาคาร	3.49 (มาก)	3.62 (มาก)	3.55 (มาก)	-1.599	0.111

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ธนาคารพาณิชย์	ธนาคารเฉพาะกิจ	รวม	ค่าสถิติ t	p-value
การแจกของขวัญ, ของกำนัล ในโอกาสพิเศษ หรือในเทศกาลต่างๆแก่ผู้ฝากเงิน	3.37 (มาก)	3.55 (มาก)	3.46 (มาก)	-2.251**	0.025
รวม	3.48 (มาก)	3.62 (มาก)	3.55 (มาก)	-0.735	0.128
1.5 ด้านการให้บริการ					
การให้บริการมีความถูกต้อง เชื่อถือได้	4.03 (มาก)	3.99 (มาก)	4.01 (มาก)	0.645	0.52
พนักงานที่มีความรู้คอยให้คำแนะนำในการเข้ารับบริการกับทางธนาคาร	3.80 (มาก)	3.86 (มาก)	3.83 (มาก)	-0.753	0.452
พนักงานธนาคารมีมนุษยสัมพันธ์ และเต็มใจให้บริการ	3.77 (มาก)	3.75 (มาก)	3.76 (มาก)	0.399	0.69
พนักงานมีคุณภาพในการให้บริการ	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	-	-
การมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี	3.75 (มาก)	4.01 (มาก)	3.88 (มาก)	0.766	0.444
ขั้นตอนในการใช้บริการการฝากเงินง่ายและสะดวกสบาย	3.75 (มาก)	3.81 (มาก)	3.78 (มาก)	-0.876	0.382
รวม	3.85 (มาก)	3.90 (มาก)	3.88 (มาก)	-0.733	0.324
2. ปัจจัยอื่น ๆ					
2.1 อัตราดอกเบี้ยมีความคุ้มค่า และแน่นอน	3.71 (มาก)	3.71 (มาก)	3.71 (มาก)	0.237	0.813
2.2 การคุ้มครองเงินฝากเต็มจำนวน โดยรัฐบาล	3.72 (มาก)	3.78 (มาก)	3.75 (มาก)	-0.718	0.473
2.3 การเก็บออมไว้ให้บุตรหลาน/ยามฉุกเฉิน/เกษียณอายุ	3.83 (มาก)	3.85 (มาก)	3.84 (มาก)	-0.178	0.859
รวมเฉลี่ยทุกปัจจัย	3.67 (มาก)	3.70 (มาก)	3.69 (มาก)	-0.863	0.444

หมายเหตุ : ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ที่มา: จากการศึกษา

4.3 พฤติกรรมการใช้บริการเงินฝากกับสถาบันการเงิน

พฤติกรรมการใช้บริการเงินฝากกับสถาบันการเงิน ประกอบด้วย ประเภทเงินฝาก จำนวนเงินฝาก ระยะเวลาการเป็นลูกค้ากับธนาคาร ความถี่ในการมาใช้บริการต่อเดือน บริการทางการเงินอื่น ๆ ที่ใช้บริการนอกจากบริการเงินฝาก และผู้แนะนำให้มาใช้บริการเงินฝากกับธนาคาร

1) ประเภทเงินฝาก และจำนวนเงินฝากของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการเงินฝากออมทรัพย์ จำนวน 350 ราย คิดเป็นร้อยละ 87.5 มีเงินฝากรวม 9.6 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 31.9 เงินฝากเฉลี่ยรายละ 25,714 บาท รองลงมาใช้บริการเงินฝากประจำ จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.25 มีเงินฝากรวม 20.2 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 67.1 เงินฝากเฉลี่ยรายละ 448,889 บาท ส่วนที่เหลือ 3 ราย เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ให้บริการเงินฝากเป็นแบบสลากออมทรัพย์ของธนาคารออมสิน คิดเป็นร้อยละ 0.75 มีเงินฝากรวม 0.3 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.0 โดยมีเงินฝากเฉลี่ยรายละ 100,000 บาท สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีเงินฝากเฉลี่ยรายละ 75,250 บาท (ตารางที่ 4.10)

กลุ่มตัวอย่างของธนาคารพาณิชย์ ส่วนใหญ่ใช้บริการเงินฝากออมทรัพย์ จำนวน 195 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.6 มีเงินฝากออมทรัพย์รวม 4.6 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 25.4 โดยมีเงินฝากออมทรัพย์เฉลี่ยรายละ 23,590 บาท รองลงมาใช้บริการเงินฝากประจำ จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.4 มีเงินฝากประจำรวม 13.5 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 72.6 โดยมีเงินฝากประจำเฉลี่ยรายละ 540,000 บาท สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีเงินฝากเฉลี่ยรายละ 82,273 บาท และกลุ่มตัวอย่างใช้บริการเงินฝากกับธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกสิกรไทย และธนาคารกรุงศรีอยุธยา (ตารางที่ 4.10)

กลุ่มตัวอย่างของธนาคารเฉพาะกิจ ส่วนใหญ่ใช้บริการเงินฝากออมทรัพย์ จำนวน 155 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.1 มีเงินฝากออมทรัพย์รวม 5.0 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 41.7 โดยมีเงินฝากออมทรัพย์เฉลี่ยรายละ 32,258 บาท รองลงมาใช้บริการเงินฝากประจำ จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.2 มีเงินฝากประจำรวม 6.7 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 55.8 โดยมีเงินฝากประจำเฉลี่ยรายละ 304,545 บาท สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีเงินฝากเฉลี่ยรายละ 66,667 บาท ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ และกลุ่มตัวอย่างของธนาคารเฉพาะกิจใช้บริการเงินฝากกับธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 ประเภท และจำนวนเงินฝากของกลุ่มตัวอย่างธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ

ประเภทเงินฝาก และจำนวนเงินฝาก	ธนาคารพาณิชย์		ธนาคารเฉพาะกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เงินฝากออมทรัพย์						
1.1 จำนวนผู้ฝาก (ราย)	195	88.6	155	86.1	350	87.5
1.2 จำนวนเงินฝาก (ล้านบาท)	4.6	25.4	5.0	41.7	9.6	31.9
1.3 จำนวนเงินฝากเฉลี่ย (บาท/ราย)	23,590		32,258		25,714	
1.4 สถาบันการเงินที่ใช้บริการ	BBL KTB SCB KBANK BAY		GSB BAAC			
2. เงินฝากประจำ						
2.1 จำนวนผู้ฝาก (ราย)	25	11.4	22	12.2	45	11.25
2.2 จำนวนเงินฝาก (ล้านบาท)	13.5	72.6	6.7	55.8	20.2	67.1
2.3 จำนวนเงินฝากเฉลี่ย (บาท/ราย)	540,000		304,545		448,889	
2.4 สถาบันการเงินที่ใช้บริการ	BBL KTB		GSB BAAC			
3. สลากออมทรัพย์						
3.1 จำนวนผู้ฝาก (ราย)	-	-	3	1.7	3	0.75
3.2 จำนวนเงินฝาก (ล้านบาท)	-	-	0.3	2.5	0.3	1.0
3.3 จำนวนเงินฝากเฉลี่ย (บาท/ราย)	-		100,000		100,000	
3.4 สถาบันการเงินที่ใช้บริการ	-		GSB			
จำนวนผู้ฝาก (ราย)	220	100.0	180	100.0	400	100.0
รวมจำนวนเงินฝาก (ล้านบาท)	18.1	100.0	12.0	100.0	30.1	100.0
เงินฝากรวมเฉลี่ย (บาท/ราย)	82,273		66,667		75,250	

หมายเหตุ: BBL คือ ธนาคารกรุงเทพ KTB คือ ธนาคารกรุงไทย SCB คือ ธนาคารไทยพาณิชย์ KBANK คือ ธนาคารกสิกรไทย BAY คือ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา GSB คือ ธนาคารออมสิน และ BAAC คือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ที่มา: จากการศึกษา

2) ระยะเวลาการเป็นลูกค้ำของธนาคารของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นลูกค้ำธนาคารมาแล้ว 4-6 ปี จำนวน 107 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.8 รองลงมาเป็นลูกค้ำธนาคารมานาน 10 ปีขึ้นไปจำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.5 เป็นลูกค้ำ 2-4 ปี จำนวน 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.3 มีระยะเวลาการเป็นลูกค้ำเฉลี่ย 6 ปี (ตารางที่ 4.11)

กลุ่มตัวอย่างจากธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่เป็นลูกค้ำธนาคารมาแล้ว 4-6 ปี จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.3 รองลงมาเป็นลูกค้ำธนาคารมาแล้ว 2-4 ปี จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.5 ไม่เกิน 2 ปี จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.2 เป็นลูกค้ำมาแล้ว 6-8 ปี จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.4 โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้ำธนาคารมานานกว่า 10 ปี จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.1 มีระยะเวลาการเป็นลูกค้ำเฉลี่ย 6 ปี (ตารางที่ 4.11)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างจากธนาคารเฉพาะกิจส่วนใหญ่เป็นลูกค้ำธนาคารมาแล้ว 4-6 ปี จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.1 รองลงมาเป็นลูกค้ำธนาคารไม่เกิน 2 ปี จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.9 เป็นลูกค้ำธนาคารมาแล้ว 2-4 ปี จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.1 เป็นลูกค้ำมาแล้ว 6-8 ปี จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.4 โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้ำธนาคารมานานกว่า 10 ปี มีจำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.4 มีระยะเวลาการเป็นลูกค้ำเฉลี่ย 6 ปี (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11 ระยะเวลาการเป็นลูกค้ำธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจของกลุ่มตัวอย่าง

ระยะเวลาการเป็นลูกค้ำ ของธนาคาร (ปี)	ธนาคารพาณิชย์		ธนาคารเฉพาะกิจ		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เกิน 2 ปี	29	13.2	43	23.9	72	18.0
2-4 ปี	56	25.5	29	16.1	85	21.3
4-6 ปี	60	27.3	47	26.1	107	26.8
6-8 ปี	25	11.4	8	4.4	33	8.3
8-10 ปี	8	3.6	9	5.0	17	4.3
สูงกว่า 10 ปี	42	19.1	44	24.4	86	21.5
รวม	220	100.0	180	100.0	400	100.0
เฉลี่ย (ปี)	6		6		6	

ที่มา: จากการศึกษา

3) ความถี่ในการมาใช้บริการต่อเดือน

ความถี่ในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ จำนวน 229 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.25 รองลงมา กลุ่มตัวอย่างมาใช้บริการธนาคารสัจพคำห้ละ 2-3 ครั้ง จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.0 สัจพคำห้ละครั้งจำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.75 โดยมีความถี่ในการมาใช้บริการ ต่ำกว่า 1 ครั้งต่อเดือน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.5 (ตารางที่ 4.12)

กลุ่มตัวอย่างจากธนาคารพาณิชย์มาใช้บริการต่อเดือนที่ธนาคารเดือนละ 1-2 ครั้ง จำนวน 139 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.1 รองลงมาจะมาใช้บริการธนาคารสัจพคำห้ละ 2-3 ครั้ง จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.3 สัจพคำห้ละครั้ง จำนวน 16 ราย และสัจพคำห้ละ 4-5 ครั้ง จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.3 และ 5.0 ตามลำดับ โดยมีความถี่ในการมาใช้ต่ำกว่า 1 ครั้งต่อเดือน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.3 (ตารางที่ 4.12)

กลุ่มตัวอย่างจากธนาคารเฉพาะกิจส่วนใหญ่ มาใช้บริการธนาคารเดือนละ 1-2 ครั้ง จำนวน 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 ในลำดับรองลงมาจะมาใช้บริการธนาคารสัจพคำห้ละ 2-3 ครั้ง จำนวน 37 ราย สัจพคำห้ละครั้ง จำนวน 15 ราย และสัจพคำห้ละ 4-5 ครั้ง จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.6, 8.3 และ 1.7 ตามลำดับ โดยมีความถี่ในการมาใช้บริการ ต่ำกว่า 1 ครั้งต่อเดือน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.4 (ตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12 ความถี่ในการมาใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ

ความถี่ในการมาใช้บริการ ต่อเดือน	ธนาคารพาณิชย์		ธนาคารเฉพาะกิจ		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
สัจพคำห้ละ 4-5 ครั้ง	11	5.0	3	1.7	14	3.5
สัจพคำห้ละ 2-3 ครั้ง	27	12.3	37	20.6	64	16.0
สัจพคำห้ละครั้ง	16	7.3	15	8.3	31	7.75
เดือนละ 1-2 ครั้ง	139	73.1	90	50.0	229	57.25
ต่ำกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	27	12.3	35	19.4	62	15.5
รวม	220	100.0	180	100.0	400	100.0

ที่มา: จากการศึกษา

4) บริการทางการเงินอื่นๆ ที่ให้บริการนอกจากบริการเงินฝาก

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้บริการทางการเงินอื่นๆ นอกจากบริการเงินฝากเป็นการโอนเงิน จำนวน 256 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.0 การกู้เงิน จำนวน 128 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.0 การใช้บริการบัตรเครดิต และการชำระค่าสินค้า บริการ สาธารณูปโภค จำนวน 61 ราย และ 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.3 และ 15.0 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.13)

กลุ่มตัวอย่างจากธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่ใช้บริการโอนเงิน จำนวน 156 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.9 รองลงมาใช้บริการ ชำระค่าสินค้า บริการ สาธารณูปโภค จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.8 การกู้เงิน จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.0 การใช้บริการบัตรเครดิต จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.1 การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.5 อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.0 ธุรกิจการเงินต่างประเทศ เช่น การโอนเงินไปต่างประเทศ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.1 การออกตราสารต่างๆ เช่น แคชเชียร์เช็ค ดราฟต์ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.7 การขอคำปรึกษาเกี่ยวกับการลงทุน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.3 (ตารางที่ 4.13)

กลุ่มตัวอย่างธนาคารเฉพาะกิจที่ใช้บริการทางการเงินอื่นๆ นอกจากบริการเงินฝากส่วนใหญ่ใช้บริการโอนเงิน จำนวน 100 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.6 ในอันดับรองลงมาเป็นการกู้เงิน จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.7 การใช้บริการบัตรเครดิต จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7 การขอคำปรึกษาเกี่ยวกับการลงทุน จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.6 การออกตราสารต่างๆ เช่น แคชเชียร์เช็ค ดราฟต์ จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.8 การรับชำระค่าสินค้าค่าสาธารณูปโภคต่างๆ จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.7 อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.1 ธุรกิจการเงินต่างประเทศ เช่น การโอนเงินไปต่างประเทศ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.9 (ตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 บริการทางการเงินอื่นๆ ที่ใช้บริการนอกจากบริการเงินฝากของกลุ่มตัวอย่างที่เป็น
ลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ

บริการทางการเงินอื่นๆ ที่ให้บริการ นอกจากบริการเงินฝาก	ธนาคารพาณิชย์		ธนาคารเฉพาะกิจ		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
การโอนเงิน	156	70.9	100	55.6	256	64.0
การกู้เงิน	44	20.0	84	46.7	128	32.0
การใช้บริการบัตรเครดิต	31	14.1	30	16.7	61	15.3
การชำระค่าสินค้า	48	21.8	12	6.7	60	15.0
การขอคำปรึกษาด้านการลงทุน	5	2.3	19	10.6	24	6.0
อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง	11	5.0	11	6.1	22	5.5
การออกตราสารต่างๆ	6	2.7	14	7.8	20	5.0
ธุรกรรมการเงินต่างประเทศ	9	4.1	7	3.9	16	4.0
การแลกเปลี่ยนตราต่างประเทศ	12	5.5	0	0.0	12	3.0
อื่นๆ เช่น การซื้อประกันชีวิต กองทุนรวม ตัดชำระบัญชี อัตโนมัติ แลกเงิน ฯลฯ	49	22.3	16	8.9	65	16.3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: จากการศึกษา

5) ผู้แนะนำให้นำมาใช้บริการเงินฝากกับธนาคาร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการเงินฝากกับสถาบันการเงินด้วยตนเอง
จำนวน 252 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมาได้รับการแนะนำจาก บิดา มารดาจำนวน 135 ราย
คิดเป็นร้อยละ 33.75 ได้รับการแนะนำจากพนักงานธนาคาร จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.25
(ตารางที่ 4.14)

กลุ่มตัวอย่างจากธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการเงินฝากกับสถาบันการเงินด้วยตนเอง จำนวน 142 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.6 รองลงมาได้รับการแนะนำจาก บิดา มารดาจำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.5 ได้รับการแนะนำจากพนักงานธนาคาร จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.0 ได้รับการแนะนำให้มาใช้บริการธนาคารจากเพื่อน จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.6 ญาติพี่น้อง จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.5 คู่สมรส จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.4 บุตร/หลาน จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.7 อื่นๆ (ข้อมูลจากเว็บไซต์ และสื่อโฆษณา) จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.8 (ตารางที่ 4.14)

กลุ่มตัวอย่างจากธนาคารเฉพาะกิจส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการเงินฝากกับสถาบันการเงินด้วยตนเอง จำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.1 รองลงมาได้รับการแนะนำจาก บิดา มารดาจำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.9 ได้รับการแนะนำจากพนักงานธนาคาร จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.0 ได้รับการแนะนำให้มาใช้บริการธนาคารจากญาติพี่น้อง จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.4 คู่สมรส จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.8 บุตร/หลาน จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.7 เพื่อน จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.1 (ตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14 ผู้แนะนำให้มาใช้บริการเงินฝากกับธนาคารของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเฉพาะกิจ

ผู้แนะนำให้มาใช้บริการเงินฝากกับธนาคาร	ธนาคารพาณิชย์		ธนาคารเฉพาะกิจ		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ตนเอง	142	64.6	110	61.1	252	63.0
บิดา มารดา	65	29.5	70	38.9	135	33.75
พนักงานธนาคาร	33	15.0	36	20.0	69	17.25
ญาติพี่น้อง	21	9.5	26	14.4	47	11.75
เพื่อน	30	13.6	11	6.1	41	10.25
คู่สมรส	14	6.4	23	12.8	37	9.25
บุตร/หลาน	6	2.7	12	6.7	18	4.5
อื่นๆ (เว็บไซต์ สื่อโฆษณา)	4	1.8	0	0.00	4	1.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: จากการศึกษา

4.4 ความพึงพอใจจากการใช้บริการจากสถาบันการเงิน

ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในการใช้บริการเงินฝากกับสถาบันการเงินประกอบด้วย ความพึงพอใจหลัก 2 ด้าน คือ ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด และความพึงพอใจด้านอื่นๆ โดยความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย 5 ด้านย่อยคือ ด้านผลิตภัณฑ์ และการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการให้บริการ ส่วนความพึงพอใจด้านอื่นๆ มีความพึงพอใจย่อยคือ อัตราดอกเบี้ยมีความคุ้มค่า และแน่นอน การคุ้มครองเงินฝากเต็มจำนวน โดยรัฐบาล และการเก็บออมไว้ให้บุตรหลาน/ยามฉุกเฉิน/เกษียณอายุ

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจทั้งหมดต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับสถาบันการเงินของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.72 โดย 3 อันดับแรกที่มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านการให้บริการมีค่าเฉลี่ย 3.83 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบด้วย พนักงานให้บริการมีความถูกต้อง เชื่อถือได้ รองลงมาคือ ด้านความต้องการเก็บออมไว้ให้บุตรหลาน/ยามฉุกเฉิน/เกษียณอายุ มีค่าเฉลี่ย 3.80 (ระดับมาก) และด้านอัตราดอกเบี้ยมีความคุ้มค่า และแน่นอนมีค่าเฉลี่ย 3.73 (ระดับมาก) ตามลำดับ (ตาราง 4.15)

ส่วนความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 โดย 3 อันดับแรกที่มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความพึงพอใจด้านการให้บริการมีค่าเฉลี่ย 3.88 (ระดับมาก) ประกอบด้วย พนักงานให้บริการมีความถูกต้อง เชื่อถือได้ รองลงมาคือ ด้านความต้องการเก็บออมไว้ให้บุตรหลาน/ยามฉุกเฉิน/เกษียณอายุ มีค่าเฉลี่ย 3.87 (ระดับมาก) ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ (การบริการทางการเงินครบวงจร เช่น ฝาก ถอน โอน ชำระค่าสินค้า แลกเปลี่ยนเงิน และการมีความหลากหลายของประเภทเงินฝาก) และด้านอัตราดอกเบี้ยที่มีความคุ้มค่าแน่นอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.76 (ระดับมาก) ตามลำดับ (ตาราง 4.15)

ส่วนความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารเฉพาะกิจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65 โดย 3 อันดับแรกที่มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านการให้บริการมีค่าเฉลี่ย 3.76 (ระดับมาก) รองลงมาคือ ด้านความต้องการเก็บออมไว้ให้บุตรหลาน/ยามฉุกเฉิน/เกษียณอายุ มีค่าเฉลี่ย 3.72 (ระดับมาก) อันดับสามคือ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ และด้านอัตราดอกเบี้ยที่มีความคุ้มค่าแน่นอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.69 (ระดับมาก) ซึ่งความพึงพอใจย่อยด้านผลิตภัณฑ์และการบริการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การบริการทางการเงินครบวงจร เช่น ฝาก ถอน โอน ชำระค่าสินค้า แลกเปลี่ยนเงิน ฯลฯ (ตาราง 4.15)

ในการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม คือกลุ่มที่ฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์ และกลุ่มที่ฝากเงินกับธนาคารเฉพาะกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันเฉพาะด้านราคาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่ฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์มีความพอใจด้านราคา (การมีค่าธรรมเนียมในการฝากเงินข้ามจังหวัดต่ำ) สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ฝากเงินกับธนาคารเฉพาะกิจ ส่วนความพึงพอใจด้านอื่นๆ นั้น กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มมีความพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

แต่เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยหลายตัวของกลุ่มตัวอย่างของธนาคารพาณิชย์ มีความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างของธนาคารเฉพาะกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ ด้านผลิตภัณฑ์ และการบริการ ได้แก่ การมีตู้ฝากเงิน-ปรับสมุดเพียงพอสอดคล้องความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ และการพัฒนา ปรับปรุง ผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ ด้านสถานที่ ได้แก่ สถาบันการเงินที่ใช้บริการอยู่ใกล้ที่พัก-ที่ทำงาน และความเพียงพอของสถานที่จอดรถ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่องครบถ้วนสม่ำเสมอ และทันสมัย และการได้รับคำชักชวนจากพนักงานธนาคาร ด้านการให้บริการ ได้แก่ พนักงานธนาคารมีมนุษยสัมพันธ์ และเต็มใจให้บริการ พนักงานมีคุณภาพในการให้บริการ และการมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี และด้านอื่นๆ ได้แก่ การเก็บออมไว้ให้บุตรหลาน/ยามฉุกเฉิน/เกษียณอายุ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการใช้บริการฝากเงินกับสถาบันการเงิน

ความพึงพอใจ	ธนาคารพาณิชย์	ธนาคารเฉพาะกิจ	รวม	ค่าสถิติ t	p-value
1. ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด					
1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ และการบริการ					
การมีความหลากหลายของประเภทเงินฝาก คือมีทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว	3.87 (มาก)	3.87 (มาก)	3.87 (มาก)	0.022	0.983
การบริการทางการเงินครบวงจร เช่น ฝาก ถอน โอน ชำระค่าสินค้า แลกเปลี่ยนเงิน ฯลฯ	3.89 (มาก)	3.80 (มาก)	3.85 (มาก)	1.288	0.198
การมีตู้ ATM กระจายให้บริการครอบคลุม ทั่วถึง	3.69 (มาก)	3.62 (มาก)	3.66 (มาก)	0.773	0.44
การมีตู้ฝากเงิน-ปรับสมุดเพียงพอค่อความ ต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ	3.65 (มาก)	3.38 (มาก)	3.52 (มาก)	2.944***	0.003
การพัฒนาและปรับปรุง ผลิตภัณฑ์อย่าง สม่ำเสมอ	3.71 (มาก)	3.57 (มาก)	3.64 (มาก)	1.894*	0.059
รวม	3.76 (มาก)	3.64 (มาก)	3.70 (มาก)	1.255	0.479
1.2 ด้านราคา					
การมีค่าธรรมเนียมในการฝากเงินข้าม จังหวัดต่ำ	3.71 (มาก)	3.53 (มาก)	3.62 (มาก)	2.197**	0.029
1.3 ด้านสถานที่					
การมีสาขาสามารถรองรับความต้องการ ในการใช้บริการของลูกค้าได้อย่างเพียงพอ	3.70 (มาก)	3.68 (มาก)	3.69 (มาก)	0.22	0.826
สถาบันการเงินที่ใช้บริการอยู่ใกล้ที่พัก-ที่ ทำงาน	3.73 (มาก)	3.51 (มาก)	3.62 (มาก)	2.737***	0.006
ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ	3.65 (มาก)	3.41 (มาก)	3.53 (มาก)	2.732***	0.007
รวม	3.69	3.53	3.61	1.295	0.459
1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด					
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ครบถ้วนสม่ำเสมอ และทันสมัย	3.71 (มาก)	3.53 (มาก)	3.63 (มาก)	2.372**	0.018
การได้รับคำชักชวนจากพนักงานธนาคาร	3.73 (มาก)	3.54 (มาก)	3.64 (มาก)	2.317**	0.021

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	ธนาคารพาณิชย์	ธนาคารเฉพาะกิจ	รวม	ค่าสถิติ t	p-value
การแจกของขวัญ,ของกำนัล ในโอกาสพิเศษ หรือในเทศกาลต่างๆแก่ผู้ฝากเงิน	3.63 (มาก)	3.53 (มาก)	3.58 (มาก)	1.196	0.232
รวม	3.69	3.53	3.62	1.565	0.403
1.5 ด้านการให้บริการ					
การให้บริการมีความถูกต้อง เชื่อถือได้	3.95 (มาก)	3.88 (มาก)	3.92 (มาก)	1.031	0.303
พนักงานที่มีความรู้คอยให้คำแนะนำในการเข้ารับบริการกับทางธนาคาร	3.90 (มาก)	3.79 (มาก)	3.85 (มาก)	1.56	0.12
พนักงานธนาคารมีมนุษยสัมพันธ์ และเต็มใจให้บริการ	3.80 (มาก)	3.66 (มาก)	3.73 (มาก)	1.773*	0.077
พนักงานมีคุณภาพในการให้บริการ	3.88 (มาก)	3.73 (มาก)	3.82 (มาก)	1.926*	0.055
การมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี	3.91 (มาก)	3.78 (มาก)	3.85 (มาก)	1.954*	0.051
ขั้นตอนในการใช้บริการการฝากเงินง่ายและสะดวกสบาย	3.84 (มาก)	3.72 (มาก)	3.79 (มาก)	1.53	0.127
รวม	3.88 (มาก)	3.76 (มาก)	3.83 (มาก)	1.564	0.123
2. ด้านอื่น ๆ					
2.1 อัตราดอกเบี้ยมีความคุ้มค่า และแน่นอน	3.76 (มาก)	3.69 (มาก)	3.73 (มาก)	0.942	0.347
2.2 การคุ้มครองเงินฝากเต็มจำนวนโดยรัฐบาล	3.75 (มาก)	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)	1.129	0.259
2.3 การเก็บออมไว้ให้บุตรหลาน/ยามฉุกเฉิน/เกษียณอายุ	3.87 (มาก)	3.72 (มาก)	3.80 (มาก)	2.074**	0.039
รวมเฉลี่ยทุกปัจจัย	3.78 (มาก)	3.65 (มาก)	3.72 (มาก)	1.13	0.279

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05, *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ที่มา: จากการศึกษา

4.5 การประมาณสมการจำนวนเงินฝากของลูกค้าที่ใช้บริการกับสถาบันการเงิน

การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการประมาณสมการเงินฝากของลูกค้าที่ใช้บริการกับสถาบันการเงิน ใน อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยการประมาณสมการเงินฝากของลูกค้าทั้งหมด ใช้ตัวแปรอิสระ 5 ตัว คือ รายได้, อายุ, ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกวัยพึ่งพิงในครัวเรือน และสถาบันการเงินที่ใช้บริการ โดยแบ่งออกเป็น 2 แบบจำลองด้วยกันคือ แบบจำลองที่ 1 จะใช้ตัวแปรอิสระ 5 ตัวในการประมาณสมการ ได้แก่ รายได้ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกวัยพึ่งพิงในครัวเรือน และสถาบันการเงินที่ใช้บริการ ส่วนแบบจำลองที่ 2 จะใช้ตัวแปรอิสระเฉพาะที่มีผลต่อเงินฝากของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเท่านั้น (จากแบบจำลองที่ 1) ซึ่งได้ผลการศึกษาดังนี้

แบบจำลองที่ 1 จากการศึกษาพบว่าค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.332 หมายความว่า สมการที่ได้สามารถประมาณการเงินฝากได้ร้อยละ 33.2 และค่าสัมประสิทธิ์ของค่าคงที่ (a_1) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีตัวแปรอิสระที่มีผลต่อเงินฝากของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเพียง 2 ตัวคือ รายได้ และอายุ

แบบจำลองที่ 2 นำเฉพาะตัวแปรอิสระที่มีผลต่อเงินฝากของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากแบบจำลองที่ 1 คือ รายได้ และอายุ มาประมาณการสมการเงินฝากของลูกค้าได้ผลการศึกษาดังนี้คือ ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.328 หมายความว่า สมการที่ได้สามารถประมาณการเงินฝากได้ร้อยละ 32.8 และค่าสัมประสิทธิ์ของค่าคงที่ (a_1) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีตัวแปรอิสระที่มีผลต่อเงินฝากของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้ง 2 ตัวคือ รายได้ และอายุ

จากแบบจำลองที่ 2 สามารถอธิบายผลการศึกษาดังนี้คือ

ปัจจัยรายได้มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อเงินฝาก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 375,185.01 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งตรงกับสมมติฐาน นั่นคือ ถ้ารายได้เพิ่มขึ้น 1% จะมีผลทำให้จำนวนเงินฝากเพิ่มขึ้น 375,185.01 บาท ในทางกลับกันถ้ารายได้ลดลง 1% จะมีผลทำให้จำนวนเงินฝากลดลง 375,185.01 บาท (ตารางที่ 4.16)

ส่วนปัจจัยอายุมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อเงินฝาก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 8,874.625 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งตรงกับสมมติฐาน นั่นคือ ถ้าอายุของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้น 1 ปี จะมีผลทำให้จำนวนเงินฝากเพิ่มขึ้น 8,874.625 บาท ในทางกลับกันถ้าอายุของกลุ่มตัวอย่างลดลง 1 ปี จะมีผลทำให้จำนวนเงินฝากลดลง 8,874.625 บาท (ตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16 การประมาณสมการจำนวนเงินฝากของลูกค้าที่ใช้บริการกับสถาบันการเงิน

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์	
	แบบจำลองที่ 1	แบบจำลองที่ 2
ค่าคงที่	-3,509,572.449 *** (-5.512)	-3,725,382.397 *** (-6.466)
ln รายได้ต่อเดือน	356,010.483 *** (5.294)	375,185.01 *** (6.225)
อายุ	8,727.725 *** (2.831)	8,874.625 *** (2.913)
ระดับการศึกษา	49,201.964 (0.752)	-
จำนวนสมาชิกวัยฟุ้งเฟ้อ ในครัวเรือน	-18,463.168 (-0.893)	-
สถาบันการเงินที่ เลือกใช้บริการเงินฝาก	24382.773 (0.393)	-
R²	0.332	0.328
F-statistic	9.68	23.651

หมายเหตุ : 1. N=395

2. *** มีนัยสำคัญทางสถิติ = 0.01

3. ตัวเลขในวงเล็บคือค่า t-statistic

ที่มา: จากการศึกษา

จากแบบจำลองที่ 2 เมื่อนำค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระเฉพาะค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติมาแทนค่าในสมการ พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง มีเงินฝากเฉลี่ยรายละ 75,672.36 บาท ซึ่งใกล้เคียงกับจำนวนเงินฝากเฉลี่ยตามตารางที่ 4.10