

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology : IT) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยเฉพาะการประกอบธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง จากการดำเนินงานตามรูปแบบที่เคยปฏิบัติเข้าสู่ยุคสารสนเทศ (Information Age) ที่การดำเนินธุรกิจมีความรวดเร็วและซับซ้อน ตลอดจนมีการแข่งขันที่รุนแรงและหลากหลายรูปแบบ ซึ่งต้องอาศัยสารสนเทศที่มีคุณภาพ โดยที่องค์กรต้องมีความสามารถในการจัดการใช้งานด้านข้อมูลเพื่อให้เกิดความได้เปรียบต่อคู่แข่งชั้นธุรกิจธนาคารก็เช่นเดียวกัน ปัจจุบันได้มีการแข่งขันอย่างรุนแรง และต้องมีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้ตอบรับกับความต้องการและอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าเพื่อให้เกิดความพอใจสูงสุด

ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) เป็นธุรกรรมในเชิงพาณิชย์บนอินเทอร์เน็ต รูปแบบหนึ่งที่แตกต่างไปจากการบริการเดิมที่เคาน์เตอร์ของสาขาธนาคาร โดยเปิดให้บริการในด้านบัญชีเงินฝาก ซึ่งสามารถตรวจสอบรายละเอียดของบัญชี เช่น สอบถามยอดคงเหลือ บริการชำระเงิน โดยไม่ต้องไปชำระที่เคาน์เตอร์ของธนาคาร ก็สามารถจ่ายค่าบริการตามใบแจ้งหนี้ไม่ว่าจะเป็น ค่าสาธารณูปโภค ต่างๆ ซึ่งจะแบ่งตามประเภทของสินค้าและบริการ บริการโอนเงินระหว่างบัญชี ที่โอนได้ทั้งบัญชีกระแสรายวันและบัญชีออมทรัพย์ หรือชำระสินเชื่อที่มีอยู่กับธนาคาร สามารถตรวจสอบบัญชีตนเอง หรือโอนเงินเข้าบัญชีของบุคคลอื่นก็ได้ บริการด้านเช็ค บริการสอบถามสถานะเช็คหรืออายัดเช็ค และบริการอื่นๆ เช่น สอบถามอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก/สินเชื่อ ตรวจสอบอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ นอกจากนั้นยังเป็นทางเลือกหนึ่งที่กำลังเป็นที่น่าสนใจในกลุ่มธนาคารพาณิชย์ไทย และสาขาต่างประเทศ ปัจจุบันจะเห็นได้ว่ามีหลายธนาคารในประเทศไทยที่เปิดให้บริการในประเภทนี้ ประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้บริการธนาคารทาง อินเทอร์เน็ตในด้านการให้บริการ คือ ช่วยให้การดำเนินการของธนาคารมีความหลากหลายและมีความได้เปรียบในแง่ของการลงทุน เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีต้นทุนค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับการให้บริการรูปแบบเดิม ซึ่งเป็นผลให้ธนาคารสามารถสร้างภาพลักษณ์ของความทันสมัย และสามารถ แข่งขันกับธนาคารอื่นได้ การนำเอาธนาคารทางอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้งาน จึงเป็นช่องทางในการเพิ่มรายได้ให้กับธนาคารที่สำคัญอีกช่องทางหนึ่ง นอกเหนือจากการให้บริการที่

สาขาของธนาคาร ส่วนประโยชน์ในแง่ของลูกค้าที่จะได้รับการใช้บริการทางอินเทอร์เน็ต คือ ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาในการเปิดให้บริการแก่ลูกค้า เนื่องจากสามารถเปิดให้บริการได้โดยติดต่อผ่านเว็บไซต์ของธนาคารได้ 24 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกต่อลูกค้าเป็นอย่างมาก

จากรายงานธนาคารแห่งประเทศไทย(ชปท.) การใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมในกลุ่มลูกค้าธนาคารมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตามความมั่นใจของผู้ใช้บริการในระบบความปลอดภัยของระบบที่น่าเชื่อถือมากขึ้น โดยมีสถิติผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตทุกธนาคารทั้งประเทศเพิ่มขึ้น ระหว่างปี 2549-2551 แสดงรายละเอียดดังตาราง 1.1

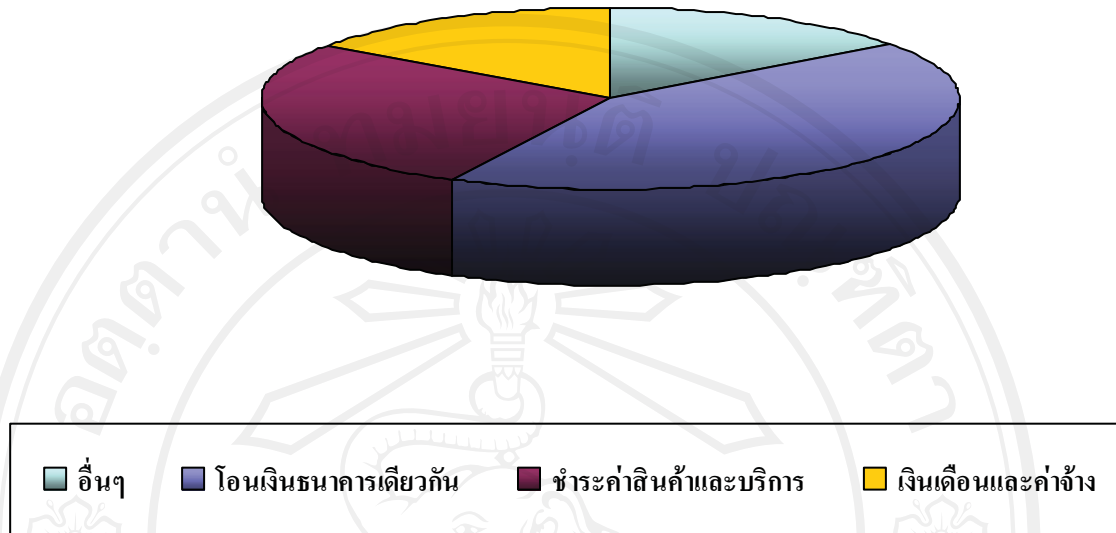
ตาราง 1.1 แสดงปริมาณการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตทุกธนาคาร ระหว่างปี 2549-2551

	ปี 2549	อัตราการเปลี่ยนแปลง	ปี 2550	อัตราการเปลี่ยนแปลง	ปี 2551
ผู้ใช้บริการ(พันคน)	2,139	46.6 %	3,135	27.9 %	4,009
ปริมาณธุรกรรม (พันรายการ)	15,488	37.0%	21,220	47.9 %	31,391
มูลค่าการใช้บริการ (พันล้านบาท)	3,584	36.6 %	4,896.5	39.3%	6,818.6

ที่มา : รายงานประจำปี 2550 และ 2551 ธนาคารแห่งประเทศไทย

สัดส่วนปริมาณการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ในปี 2551 สามารถแยกได้เป็น การโอนเงินธนาคารเดียวกันร้อยละ 42.7 ขณะที่สัดส่วนการชำระค่าสินค้าและบริการมีสัดส่วนร้อยละ 27.5 ด้านการจ่ายเงินเดือน และค่าจ้างร้อยละ 15.1 และอื่นๆ ร้อยละ 14.8 ([http : //www.bot.or.th](http://www.bot.or.th)) ดังแสดงตามรูป 1.1

รูป 1.1 สัดส่วนปริมาณการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต แต่ละประเภท ปี 2551



ที่มา : รายงานประจำปี 2551 ธนาคารแห่งประเทศไทย

ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ได้นำระบบธนาคารทางอินเทอร์เน็ตมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในระบบงานภายใน และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจกับธนาคารคู่แข่ง ซึ่งนั่นก็หมายถึง การดำเนินธุรกิจที่ลดการติดต่อกับพนักงาน โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาแทนที่ ซึ่งมีต้นทุนต่ำและได้กำไรสูงกว่า จากความสามารถและบทบาทของระบบธนาคารทางอินเทอร์เน็ตที่นำมาใช้ในธุรกิจการธนาคารท่ามกลางการเติบโตอย่างต่อเนื่องของความนิยมในการติดต่อสื่อสารที่ไร้พรมแดน ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีในการขยายธุรกิจและขยายฐานลูกค้า กลยุทธ์อย่างหนึ่งในการดำเนินธุรกิจซึ่งถือเป็นหัวใจของการธนาคารคือ การให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว ถูกต้องทันสมัย โดยที่ธนาคารจำเป็นต้องพัฒนาเทคโนโลยีและคิดค้นบริการใหม่ๆ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) เปิดให้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) ครั้งแรกในปี พ.ศ.2543 (ค.ศ.2000) ทาง WWW.TMBDIRECT.COM เพื่ออำนวยความสะดวกในการสอบถามหรือเรียกดูข้อมูลด้านบัญชี และข้อมูลด้านธุรกิจต่างๆ รวมทั้งการทำรายการด้านบัญชีและบริการอื่นๆ เช่น โอนเงินระหว่างบัญชี โอนเงินเข้าบัญชีบุคคลอื่น ชำระค่าสินค้าบริการ และสินเชื่อที่มีอยู่กับธนาคาร บริการด้านเช็ค บริการสอบถามสถานะเช็คหรืออายัดเช็ค โดยมีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ส่งผลให้ธนาคารได้รับค่าธรรมเนียมเพิ่มมากขึ้น บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) ให้บริการทั้งบุคคลธรรมดา (Personal) และ นิติบุคคล (Corporate)

จนเดือนมกราคม 2552 ธนาคารได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งให้มีความสะดวก หลากหลาย มีฟังก์ชันการใช้งานที่ง่ายขึ้น และมีโปรโมชั่นยกเว้นค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมสำหรับผู้ใช้บริการที่มีเงินฝากคงค้างในบัญชี 20,000.-บาท ประกอบกับมีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐาน ทำให้เริ่มมีลูกค้าหันมาใช้บริการกันเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จากสถิติการใช้งานบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ระหว่างปี 2550-2552 แสดงรายละเอียด ดังตาราง 1.2

**ตาราง 1.2** แสดงปริมาณการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารทหารไทยจำกัด (มหาชน) ระหว่างปี 2550-2552

	ปี 2550	อัตราการเปลี่ยนแปลง	ปี 2551	อัตราการเปลี่ยนแปลง	ปี 2552
จำนวนผู้ใช้บริการทั้งประเทศ (User)	11,400	110.53 %	24,000	295.83 %	95,000
ปริมาณธุรกรรม (พันรายการ)	3,500	20.00%	4,200	102.38 %	8,500
มูลค่าการใช้บริการ (พันบาท)	2,900	34.48%	3,900	97.44 %	7,700
จำนวนบัญชีเงินฝาก (พันบัญชี)	4,839	8.78%	5,264	12.2 %	5,896
สัดส่วนผู้ใช้บริการ/บัญชีเงินฝากธนาคาร	0.24 %	-	0.46 %	-	1.61 %

ที่มา : ฐานข้อมูลสายงานบริหารช่องทางการบริการ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ปี 2552

ดังนั้นการที่มีลูกค้าของธนาคารที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต จากสถิติมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ การศึกษาในครั้งนี้จึงสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรม และความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) รวมทั้งทราบถึงปัญหาอุปสรรคและ ข้อเสนอแนะในการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบและวิธีการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องและตรงกับความต้องการ

การของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด และธนาคารยังสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษารั้งนี้ไปพัฒนา  
วางแผนการตลาดและกลยุทธ์ในการเพิ่มผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ในการให้บริการเพื่อเพิ่มขีด  
ความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยีของธนาคารทางอินเทอร์เน็ตต่อไปได้ใน  
อนาคต

## 1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไป และพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารทาง  
อินเทอร์เน็ต ของธนาคารทหารไทยจำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ  
ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ของธนาคารทหารไทยจำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ของธนาคาร  
ทหารไทยจำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
4. เพื่อศึกษาถึงปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารทาง  
อินเทอร์เน็ต ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

## 1.3 ประโยชน์ที่จะได้รับ

สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ใช้เป็นแนวทางสำหรับธนาคารในการวางแผน  
ปรับปรุงพัฒนาระบบ รูปแบบและวิธีการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตให้มีประสิทธิภาพมาก  
ขึ้น เพื่อให้สอดคล้อง ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด ประกอบกับพัฒนาวางแผน  
การตลาดและกลยุทธ์ในการเพิ่มผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน  
ทางธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยีของธนาคารทางอินเทอร์เน็ต

## 1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษารั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี  
อิทธิพล และความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารทหารไทย  
จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาจากลูกค้าธนาคารทหารไทย จำกัด  
(มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคาร  
ทหารไทย จำกัด(มหาชน) จำนวนทั้งหมด 12 สาขา ๆ ละ 30 ราย เป็นจำนวนทั้งสิ้น 360 ราย

### 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

**อินเทอร์เน็ต** หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงเครือข่ายคอมพิวเตอร์จำนวนมากทั่วโลกเข้าด้วยกันทำให้บุคคลต่าง ๆ ที่ใช้เครือข่ายนี้สามารถติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันในทุก ๆ ด้านได้อย่างรวดเร็วและในทุกรูปแบบ

**บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต** หมายถึง การให้บริการเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางการเงินประเภทต่าง ๆ ของธนาคารผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้แก่การสอบถามหรือเรียกดูข้อมูลด้านบัญชี โอนเงินระหว่างบัญชี โอนเงินเข้าบัญชีบุคคลอื่น ชำระค่าสินค้าบริการ / สินเชื่อ ตรวจสอบสถานะเช็ค อายัดเช็ค รวมถึงบริการเติมเงินมือถือ

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ความรู้สึกที่ชอบ พอใจหรือประทับใจของผู้ใช้บริการที่เกิดขึ้นเมื่อใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตกับธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)

**ผู้ให้บริการ** หมายถึง ลูกค้าของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)