

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

การทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นทางเลือกใหม่ในการติดต่อสื่อสารและการดำเนินธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) โดยอาศัยพัฒนาการทางเทคโนโลยีซึ่งมีความสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ เอื้ออำนวยในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน แต่เนื่องจากรูปแบบใหม่ในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าวจะมีความแตกต่างไปจากเดิมโดยสิ้นเชิง ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสารกันบนเครือข่าย โดยใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ การเปลี่ยนแปลงข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic data interchange) ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail) หรือวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ล้วนแต่ทำอยู่ในรูปแบบของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (Data message) มิได้ทำลงบนกระดาษดังเช่นเดิม (Traditional paper-based documents) อีกต่อไป (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2542) ผลสืบเนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์ ส่งผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจของธนาคารโดยตรง ในสภาพที่มีการแข่งขันสูงมาก ไม่เพียงแต่การแข่งขันภายในประเทศเท่านั้น การแข่งขันทางธุรกิจได้ขยายตัวไปแข่งขันในระดับโลก ส่งผลให้สถาบันการเงินต่างชาติเข้ามาแข่งขันกับธุรกิจในประเทศไทย ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของลูกค้าที่ซับซ้อนมากขึ้น และพร้อมที่จะหันไปใช้บริการของสถาบันอื่นที่ดีกว่า ดังนั้นธนาคารพาณิชย์ไทยจึงต้องพัฒนาขีดความสามารถในการทำงานและการให้บริการลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น เพื่อรับมือในการแข่งขัน

ปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจของไทยที่เกิดขึ้นในช่วงปี 2539-2540 ทำให้สถาบันการเงินและแหล่งเงินทุนภายในประเทศหลายแห่งมีปัญหาหนี้ด้อยคุณภาพเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ระบบธนาคารพาณิชย์ยังไม่สามารถทำงานเป็นปกติ หนี้สาธารณะยังอยู่ในระดับสูงและกำลังเพิ่มขึ้นเป็นภาระหนักต่องบประมาณแผ่นดิน ขณะเดียวกันภาวะเศรษฐกิจของโลกยังมีแนวโน้มที่ชะลอตัวลง จึงเป็นแรงกดดันต่อเสถียรภาพในการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทย อีกทั้งยังทำให้ขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยเริ่มลดลง ทำให้การส่งออกชะลอตัว ประเทศขาดดุลบัญชีเดินสะพัด (ดุลการค้าบวกดุลบริการ) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เงินทุนสำรองระหว่างประเทศลดลง วิกฤติครั้งนี้ส่งผลกระทบต่อประชาชนไทยในทางลบโดยทั่วหน้าทั้งเรื่องการตกงาน การถูกลดเงินเดือน และ

สวัสดิการ สินค้าอุปโภคบริโภคราคาสูงขึ้น ทำให้ธุรกิจที่ต้องอาศัยเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ไม่สามารถชำระหนี้ได้ทันเวลา ทำให้หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (Non – Performing Loan : NPL) ของสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น จึงมีการตั้งเงินสำรองสูงขึ้น สถาบันการเงินจึงไม่สามารถปล่อยสินเชื่อเข้าสู่ระบบได้เท่าที่ควร ส่งผลให้ผู้ประกอบการที่มีคุณภาพพลอยขาดสภาพคล่อง ไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ หนี้ที่มีคุณภาพกลายเป็นหนี้คือคุณภาพ เป็นภาระย้อนกลับมายังสถาบันการเงินอีกครั้ง แต่อย่างไรก็ตามความพยายามแก้ไขปัญหา NPL ของสถาบันการเงินที่มีสูงถึง 48 % ในช่วงปี 2542 ได้มีส่วนที่ลดลงเมื่อมีการแก้ไขอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเมื่อสิ้นปี 2544 มีสัดส่วนของ NPL อยู่ที่ระดับ 12.8% เนื่องจากการทยอยโอน NPL ไปยัง TAMC ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าสัดส่วน NPL ต่อสินเชื่อรวมของระบบธนาคารไทยจะอยู่ในระดับทรง ๆ ตัว จากสิ้นปี 2544 เป็นต้นไป แต่ถึงแม้ว่าหลังวิกฤตการณ์ในปี 2540 จะมีการแก้ไขและปรับปรุงปัญหาด้านกฎหมาย และระบบบัญชีของไทยไปในแนวทางที่เอื้อต่อการจัดการปัญหา NPL ตลอดมาก็ตาม ยังมีบางประเด็นปัญหาที่ยังคงต้องทบทวนและแก้ไขต่อไป เช่น ปัญหาการแก้ไขกฎหมายแพ่งในภาคการบังคับคดี เพราะมีปัญหาถูกหนีงใจเบียดหนี้อยู่มาก ซึ่งเป็นปัญหาที่สถาบันการเงินต้องให้ความสนใจอย่างต่อเนื่อง (ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน), 2544 : ออนไลน์)

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในฐานะที่เป็นองค์กรหนึ่งที่อยู่ภายใต้โลกแห่งธุรกิจการเงิน ที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจครั้งนี้ ต้องประสบปัญหาการเงินเพิ่มขึ้นของหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ และต้องตั้งสำรองหนี้มากขึ้น เป็นเหตุให้ผลประกอบการขาดทุน เมื่อสิ้นปี 2542 ขาดทุนสุทธิ 56,420 ล้านบาท ในปี 2543 และในปี 2544 ธนาคารมีกำไรสุทธิตามงบการเงิน เฉพาะของธนาคารจำนวน 1,265 ล้านบาท และ 1,008 ล้านบาท ตามลำดับ เนื่องจากภาระค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยของธนาคารลดลงตามอัตราดอกเบี้ยเงินฝากในประเทศที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ธนาคารจึงต้องปรับตัวและพัฒนาขีดความสามารถเพื่อสร้างโอกาสแข่งขันอย่างเต็มที่ จึงได้มีการกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ คุณค่าที่ธนาคารมุ่งหวัง รวมทั้งปรับ โครงสร้างองค์กรและเปลี่ยนยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจใหม่ เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยแบ่งสายงานหลักออกเป็น 8 สายงาน เพื่อความชัดเจนในการทำงานธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดเป้าหมาย และการมุ่งเน้นความสำคัญไปยังกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงการทำความรู้จักและเข้าใจความต้องการของลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าที่สำคัญของธนาคารอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง และเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและมีความจงรักภักดีต่อธนาคาร โดยอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของสายงานวิรัชธุรกิจ หนึ่งในแปดสายงานหลักที่กล่าวไว้ข้างต้น (ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน), 2545)

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ได้รับยกย่องว่าเป็นธนาคารที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล และเป็นผู้นำในการนำเสนอบริการทางการเงินในรูปแบบใหม่อย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง ในรอบปีที่ผ่านมาธนาคารจึงได้พัฒนาและนำเสนอบริการทางการเงินในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองวิถีชีวิตและความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยหลายประการ อาทิ การพัฒนาอย่างรวดเร็วทางด้านเทคโนโลยี และการก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล ตลอดจนถึงเห็นว่าผู้บริโภคยุคปัจจุบันให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นกับเรื่องคุณภาพ การให้บริการต้องการความสะดวกสบาย ความรวดเร็วและประหยัดเวลาจากการใช้บริการต่าง ๆ ของธนาคาร โดยมุ่งเน้นการให้บริการด้วยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาให้บริการต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าของธนาคารได้รับความสะดวกสบายและประโยชน์สูงสุดจากการใช้บริการ โดยมีบริการที่ต่อเนื่องภายใต้แนวคิด TFB e-Banking จากปี 2542 ซึ่งได้แก่

1. TFB e-Banking Center จุดให้บริการธนาคารอัตโนมัติ ที่รวมอุปกรณ์อัตโนมัติให้ลูกค้าทำรายการได้ด้วยตนเอง
2. TFB e-ATM เครื่องเอทีเอ็มที่ทำธุรกรรมทางการเงินได้มากกว่าการเบิกถอนเงินสด
3. TFB e-Phone Banking บริการธนาคารโทรศัพท์ที่ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบโทรศัพท์อัตโนมัติ หมายเลขโทรศัพท์ (02) 8888888
4. TFB e-Mobile Phone Banking บริการธนาคารอัตโนมัติทางโทรศัพท์มือถือ
5. TFB e-Saving Account บัญชีออมทรัพย์รูปแบบใหม่ ที่ลูกค้าไม่ต้องมีสมุดคู่ฝาก
6. TFB e-Cash Card บัตรเดบิตคิดรูป ที่ให้อิสระในการใช้จ่ายผ่านบัตรแทนเงินสด
7. TFB e-Internet Banking ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ที่ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมผ่านเว็บไซต์ www.gotoTFB.Com/tfbank และ
8. TFB e-Web Shopping Card บัตรช้อปปิ้งทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งทางธนาคารจะออกรหัสและวงเงินให้กับลูกค้าในการซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต

TFB e-Internet Banking เป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่ทางธนาคารได้ออกมาเพื่อเจาะตลาดด้านธนาคารอัตโนมัติทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้ามาบริหารการเงินได้อย่างง่ายๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อการดำเนินธุรกรรมทางการเงินโดยไม่ต้องไปธนาคาร เป็นเสมือนธนาคารแห่งอนาคตของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยมีระบบการบริการดังนี้ (ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน), 2545 : ออนไลน์)

- 1) เปิดบัญชีใหม่ บัญชีออมทรัพย์รูปแบบใหม่ TFB e-Savings Account และบัญชีเงินฝากกระแสรายวันได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกวัน โดยไม่เสียค่าธรรมเนียมการให้บริการ

2) ตรวจสอบรายการเดินบัญชี เรียกดูหรือสั่งพิมพ์รายการเดินบัญชีได้ทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน บัญชีเงินฝากออมทรัพย์ บัญชีเงินฝากประจำ บัญชีกองทุนเปิด บัญชีเงินฝากทวีทรัพย์ บัญชีเงินกู้ บัญชีบัตรเครดิต และบัญชี TFB e- Web Shopping Card โดยสามารถเรียกดูได้ทั้งข้อมูลปัจจุบันและข้อมูลย้อนหลังถึง 3 รูปแบบ โดยไม่คิดค่าธรรมเนียม คือ

2.1 สรุปบัญชีทุกประเภท

2.2 แยกรายละเอียดบัญชี

2.3 สรุปบัญชีทุกประเภทในรูปของกราฟวงกลม

3) ชำระค่าสินค้าและบริการ ไม่ว่าจะเป็ค่าโทรศัพท์มือถือ ค่าเพจเจอร์ ค่าลงทะเบียนเรียน ค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตทั้งของคุณและบุคคลอื่น และอีกหลากหลายรายการที่ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้ โดยการคิดค่าธรรมเนียมจะขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างบริษัทกับธนาคาร

4) เช็ค ตรวจสอบการใช้เช็ค อาย์คเช็ค ไม่คิดค่าธรรมเนียม การสั่งซื้อสมุดเช็คพร้อมบริการจัดส่ง เฉพาะในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล คิดค่าธรรมเนียม 50 บาท

5) อาย์คบัตร

อาย์คบัตรได้รวดเร็วทันใจ สำหรับบัตรเอทีเอ็ม บัตร TFB e-Cash Card บัตร TFB Visa Electron บัตรเครดิต และบัตร TFB e-Web Shopping Card

6) บริการโอนเงิน

ลูกค้าสามารถเลือกโอนเงินได้ถึง 3 รูปแบบ

6.1 โอนเงินระหว่างบัญชีของลูกค้าเอง ไม่คิดค่าธรรมเนียม

สามารถโอนเงินจากบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ หรือบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน เพื่อเข้าบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน บัญชีกองทุนเปิด บัญชีเงินฝากทวีทรัพย์ และบัญชีเงินกู้ของลูกค้าเอง ซึ่งจะเข้าบัญชีทันที

6.2 โอนเงินให้ผู้รับที่มีบัญชีธนาคารกสิกรไทย ไม่คิดค่าธรรมเนียม

ลูกค้าสามารถโอนเงินจากบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ หรือบัญชีเงินฝากกระแสรายวันของลูกค้า เพื่อเข้าบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน ของบุคคลอื่นที่ลูกค้าได้แจ้งลงทะเบียนไว้แล้ว ซึ่งจะเข้าบัญชีผู้รับทันที

6.3 โอนเงินให้ผู้รับที่มีบัญชีธนาคารอื่น (คิดค่าธรรมเนียม)

ลูกค้าสามารถโอนเงินจากบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ หรือบัญชีเงินฝากกระแสรายวันของลูกค้า เพื่อเข้าบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน ของธนาคารอื่นที่ลูกค้าได้แจ้งลงทะเบียนไว้แล้ว โดยสามารถเลือกได้ 2 รูปแบบ คือ

- โอนเงินให้ผู้รับได้ภายใน 24 ชั่วโมง ค่าธรรมเนียมรายการละ 120 บาท

- โอนเงินให้ผู้รับได้ในวันที่ 3 ของวันทำการถัดไป ค่าธรรมเนียมรายการละ 30 บาท

7) ลูกค้ายกเวลาการโอนเงิน หรือชำระค่าสินค้าและบริการด้วยตนเอง

ลูกค้าสามารถตั้งเวลาการโอนเงินระหว่างบัญชีของลูกค้า และโอนเงินเข้าบัญชีบุคคลอื่น หรือชำระค่าสินค้าและบริการ ได้ถึง 3 รูปแบบ

- 7.1 โอนเงิน หรือชำระค่าสินค้า/บริการทันที
- 7.2 ตั้งเวลาการโอนเงิน หรือชำระค่าสินค้า/บริการล่วงหน้า
- 7.3 ตั้งเวลาโอนเงิน หรือชำระค่าสินค้า/บริการรายเดือน

8) สมัครใช้บริการธนาคารได้มากมายไม่ว่าลูกค้าจะอยู่ที่ไหน

เพียงกรอกข้อมูลของลูกค้าบนหน้าจออินเทอร์เน็ต ธนาคารจะตอบกลับให้ลูกค้าทราบ ภายใน 24 ชั่วโมง สำหรับการสมัครใช้บริการต่าง ๆ

8.1 สมัครบริการบัตรเครดิต และบัตรเครดิต พร้อมบริการจัดส่งทางไปรษณีย์

8.2 สมัครใช้บริการสินเชื่อ

8.3 สมัครบริการ TFB e-Banking เช่น บริการธนาคารอัตโนมัติทางโทรศัพท์มือถือ (TFB e-Mobile Phone Banking) บัตรเดบิตดิจิทัลรูปภาพ (TFB e-Cash Card) ซึ่งลูกค้าสามารถแนบรูปภาพที่เป็นไฟล์เข้ามาได้ และสามารถสมัครบริการ TFB e-Web Shopping Card ได้อีกด้วย นอกจากนี้ลูกค้ายังสามารถแจ้งปฏิเสธการใช้บัตร ขอปรับวงเงินบัตร หรือยกเลิกบริการ TFB e-Web Shopping Card ผ่านเว็บไซต์ได้

9) บริการสำหรับนิติบุคคล

กรณีที่ลูกค้าสมัครใช้บริการในนามนิติบุคคล ลูกค้าสามารถระบุชื่อบุคคลที่สามารถใช้บริการ และระบุระดับการใช้บริการได้ ดังนี้

9.1 ให้สามารถทำรายการได้ทุกรายการ

9.2 ให้สามารถทำรายการเพียงสอบถามยอดบัญชี เรียกดูและสั่งพิมพ์รายการเดินบัญชี

- สามารถใช้บริการได้ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง

- สามารถใช้บริการได้ระหว่าง 6.00 - 22.00 น

ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ทั้งธนาคารผู้ให้บริการ และต่อลูกค้าผู้ใช้บริการ ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้ประเมินไว้ดังนี้

ด้านลูกค้า	ด้านธนาคาร
<p>1. ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้า โดยการที่ลูกค้าไม่จำเป็นต้องเดินทางไปยังสาขา ลูกค้ายังได้รับความสะดวกสบายที่เพิ่มมากขึ้นจากการพัฒนา e-Banking ให้เหมาะสมกับวิถีความเป็นอยู่ที่ธนาคารจะได้นำออกมาให้บริการ</p>	<p>1. ธนาคารจะมีค่าใช้จ่ายในการบริหารสาขาลดลง จากการลดการให้บริการผ่านช่องทางสาขาแทนที่ด้วยบริการออนไลน์ผ่าน e-Internet Banking ซึ่งการลดขนาดสาขานั้นยังสามารถเพิ่มประสิทธิภาพ (Branch Efficiency) ในการจัดการและดูแล ซึ่งโดยการเปรียบเทียบแล้ว ค่าดูแลรักษาระบบ e-Internet Banking ยังมีขนาดน้อยกว่าค่าใช้จ่ายที่ใช้เพื่อสาขา</p>
<p>2. ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น จากการสามารถใช้เกณฑ์ทางด้านบริการเป็นการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ซึ่งประโยชน์สูงสุดที่พึงจะได้รับก็ย่อมที่จะตกแก่ลูกค้า</p>	<p>2. ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์จัดเป็นเครื่องมือของธนาคารที่ช่วยในการส่งเสริมการขายและทำการตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้า อีกทั้งเป็นช่องทางในการเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่างๆ ให้กับลูกค้า ซึ่งถ้าลูกค้ามีความพอใจ ธนาคารก็สามารถเสนอสินค้าอื่น ๆ (Cross Promotion) ที่เป็นผลิตภัณฑ์ของธนาคารเพื่อเพิ่มรายได้ทางอ้อมให้กับธนาคารได้อีกด้วย</p>
<p>3. ลูกค้าสามารถใช้บริการต่าง ๆ ของธนาคารได้ทั่วโลก</p>	<p>3. จากการที่ธนาคารได้ขยายขอบเขตไปยังจุดหนึ่งในการให้บริการ เช่น การรับชำระค่าบริการหรือสินค้าของบริษัทต่างๆ นั้น ในเว็บไซต์ของบริษัทหรือองค์กรเหล่านั้น ก็ยังสามารถเชื่อมโยงไปยังธนาคาร ซึ่งจะส่งผลดีต่อการขยายฐานลูกค้าในอนาคตได้</p>

เมื่อพิจารณาในด้านต้นทุนการให้บริการแล้ว จะเห็นได้ว่า การบริการทางอินเทอร์เน็ต ทำให้ลดต้นทุนลงไปได้มาก จากการบริการ ณ เคาน์เตอร์สาขา มีต้นทุนการบริการถึง 26.07 บาท ในขณะที่การบริการผ่านอินเทอร์เน็ตมีต้นทุนเพียง 0.03 บาท ดังรายละเอียดในตาราง

ตารางแสดงต้นทุน และสัดส่วนของช่องทางการบริการแต่ละประเภท

ช่องทางให้บริการ	ต้นทุน/รายการ (บาท)	จำนวนรายการจากทั้งหมด (ร้อยละ)
เคาน์เตอร์สาขา	26.07	56.00
ตู้ ATM	4.98	37.00
บริการทางโทรศัพท์ (Tel. Banking)	1.06	5.00
บริการทางจอภาพ (VDO Banking)	1.62	1.10
จุดขายสัมพันธ์ (Cell Center)	19.56	0.31
บริการ e-Internet Banking	0.03	0.59

ที่มา : ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน), 2545

แต่การดำเนินธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตยังไม่เป็นจุดสนใจสำหรับลูกค้า เนื่องจากการดำเนินธุรกรรมด้านนี้ของธนาคารยังคงมีอุปสรรคบางประการที่ต้องอาศัยระยะเวลาและการแก้ไขในระยะยาว ได้แก่

1. กฎหมายที่ยังต้องรอการพิจารณา ได้แก่ พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยเรื่องลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Digital Signature) ที่รอออกเป็นกฎหมายในการสามารถที่จะระบุตัวบุคคลเพื่อประโยชน์ในการตรวจสอบและเพิ่มความปลอดภัยมากยิ่งขึ้นต่อการเข้าสู่ระบบข้อมูล อันเป็นกฎหมายย่อยตามมาจากพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและการสามารถครอบคลุมปัญหาได้มากขึ้น ทั้งนี้ ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าวสามารถที่จะระบุตัวบุคคล (authentication) เพื่อยืนยันตัวตนของผู้ส่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ ควบคุมการเข้าถึง (Access Control) โดยอนุญาตเฉพาะบุคคลที่ได้รับอนุญาตให้เข้าถึงข้อมูลได้ รักษาความลับ (Confidentiality) ความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล (Integrity) ในการป้องกันมิให้มีการเปลี่ยนแปลง แก้ไข ทำลาย หรือสร้างข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต และ การป้องกันการปฏิเสธการรับผิดชอบ (Non-repudiation) เพื่อป้องกันมิให้ผู้ส่งหรือผู้รับข้อมูลปฏิเสธการกระทำของตนได้ นอกจากนี้ กฎหมายอีก 4 ฉบับ อันได้แก่ กฎหมายการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ กฎหมายอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และกฎหมายการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศที่ทั่วถึงและเท่าเทียมกัน ยังอยู่ในขั้นตอนพิจารณาเป็นกฎหมาย ซึ่งมีความจำเป็นต่อธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในการเป็นกรอบข้อบังคับที่ชัดเจนขึ้น และเพื่อเทียบเท่ากับมาตรฐานสากลที่ใช้กัน

2. ข้อจำกัดบางประการของระบบอินเทอร์เน็ตในเมืองไทย จากปัจจัยทางด้านราคาที่ยังคงมีผลต่อความเร็วในการต่อเข้าเว็บไซต์ของผู้ใช้บริการ และประสิทธิภาพของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider) ในการเชื่อมต่อกับสื่อกลาง เช่น การสื่อสารแห่งประเทศไทย อันมีข้อจำกัดจากปัจจัยทางด้านต้นทุน เป็นต้น

3. การใช้อินเทอร์เน็ตในกลุ่มคนส่วนน้อย จากข้อมูลทางสถิติในปี 2544 ของประเทศไทยและบางประเทศ ที่เมื่อเปรียบเทียบแล้วจะเห็นว่าประเทศไทยยังคงมีอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่าหลาย ๆ ประเทศ และน้อยกว่าอัตราโดยเฉลี่ยของโลก ดังในตาราง

ประเทศ	อายุข้อมูล	จำนวน (ล้านคน)	จำนวนผู้ใช้ต่อประชากร 100 คน
ทั่วโลก	ส.ค 2544	513.41	8.46
ไทย	มี.ค 2544	3.54	5.64
สหรัฐอเมริกา	ส.ค 2544	166.14	59.75
สหราชอาณาจักร	มิ.ย 2544	33.00	55.32
เกาหลีใต้	ก.ค 2544	22.23	46.40

ที่มา: สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ

ซึ่งจะเห็นได้ว่า ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันนั้นสามารถเจาะกลุ่มตลาดลูกค้าได้เพียงกลุ่มน้อยเท่านั้น จากปัจจัยทางด้านวัยและความรู้ ประกอบกับคนกลุ่มน้อยที่ใช้อินเทอร์เน็ตดังกล่าวส่วนใหญ่ก็ยังคงใช้เพื่อความบันเทิงเป็นหลัก ทั้งนี้ ธนาคารก็ยังคงหวังที่จะรอให้คนรุ่นใหม่เติบโตขึ้นมาในอนาคตและเห็นความสำคัญของการมีธนาคารออนไลน์ และจากที่ปริมาณผู้ใช้อินเทอร์เน็ตยังคงมีแนวโน้มที่จะเติบโตได้อีกมากในอนาคต

4. ความไม่คุ้นเคยกับบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในช่วงแรก เช่นเดียวกับกับการเปิดให้บริการตู้ ATM ในช่วงแรกๆ ที่ลูกค้ายังไม่กล้าที่จะทำธุรกรรมฝาก-ถอนผ่านระบบ เนื่องจากความไม่มั่นใจในความน่าเชื่อถือ ซึ่งจะต้องอาศัยเวลาสักพักในการทำให้บริการกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันดังเช่นในปัจจุบันได้ ซึ่งไม่ต่างจากพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่ธนาคารยังคงต้องเจออุปสรรคบางประการในการบุกเบิกตลาด ปรับปรุงสินค้าและบริการ และการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ธนาคารมีความจำเป็นอย่างมากในการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ สาธิตวิธีใช้ มีทีมงานที่คอยช่วยเหลืออย่างจริงจัง ทำให้ลูกค้าเห็นความสำคัญของ e-Banking ซึ่งจะประสบความสำเร็จได้

มากแค่ไหน ก็คงต้องอาศัยเวลาและความมั่นใจของลูกค้า ที่ตระหนักและพอใจถึงความสะดวกที่จะได้รับ

การบริการในรูปแบบของ TFB e-Internet banking ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ยังคงมีปริมาณลูกค้าที่เข้าใช้บริการอยู่ในระดับต่ำถ้าเปรียบเทียบกับปริมาณลูกค้าทั้งหมด อีกทั้งต่ำกว่า เป้าหมายที่ธนาคารตั้งไว้ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้ทำการศึกษาเพื่อต้องการทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับระบบ TFB e-Internet Banking ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์และวางแผนการตลาดของธนาคารในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับระบบ TFB e-Internet Banking ของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ศึกษาถึงระดับความพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการระบบ TFB e-Internet Banking ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนเพื่อส่งเสริมการตลาด และพัฒนารูปแบบการบริการของธนาคาร
2. สามารถนำมาเป็นแนวทางปรับปรุงและปรับกลยุทธ์เพื่อให้บริการที่เหมาะสมต่อความพึงพอใจและความต้องการใช้บริการของลูกค้ามากที่สุด

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การดำเนินการศึกษานี้จึงมุ่งศึกษาในด้านต่อไปนี้

ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับระบบ TFB e - Internet Banking ของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ครอบคลุมในด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รูปแบบของระบบ TFB e - Internet Banking ความรวดเร็วในการบริการ เงื่อนไขของธนาคาร ความสะดวกในการติดต่อ ด้านสถานที่ ได้แก่ ที่ตั้งของ web site อยู่ในสถานที่ปลอดภัยหรือไม่ ด้านการส่งเสริมการขาย ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ ด้านราคา ได้แก่ อัตราค่าธรรมเนียมในการบริการ

ศึกษาความพึงพอใจในการบริการของระบบ TFB e - Internet Banking ครอบคลุมใน
ด้านความสามารถในการบริการ การตอบสนองต่อการบริการ การเข้าถึงบริการของลูกค้า
เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสาร ด้านการส่งเสริมการขาย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์

1.5 นิยามศัพท์

การศึกษาค้นคว้านี้ ได้กำหนดนิยามของศัพท์เฉพาะดังนี้

อินเทอร์เน็ต หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เป็นสื่อชนิดหนึ่งสามารถติดต่อกัน
ได้ทั่วโลกและเป็นแหล่งข้อมูล ความรู้ ขนาดใหญ่ โดยมีอุปกรณ์
เฉพาะอย่างในการติดตั้ง

การบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต หมายถึง การให้บริการเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทาง
การเงินประเภทต่าง ๆ ของธนาคาร โดยลูกค้าธนาคารใช้บริการได้
ผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยที่ลูกค้าไม่ต้องไปธนาคาร

ลูกค้าธนาคาร หมายถึง ลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาที่เปิด
ให้บริการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาค้นคว้านี้ ใช้ระยะเวลาศึกษาตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2545 ถึง เดือนมกราคม 2546
รวมเป็นเวลา 6 เดือน

1.7 แผนดำเนินการศึกษาวิจัย

การศึกษาค้นคว้านี้จะทำการศึกษาจากลูกค้าของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ใช้บริการระบบ TFB e-Internet Banking และกลุ่มลูกค้าที่สนใจ
จะใช้บริการในระบบ TFB e-Internet Banking โดยมีแผนดำเนินการดังนี้

รายการ	กำหนดเวลา (เดือน)					
	1	2	3	4	5	6
ค้นหาข้อมูล และแนวทางการศึกษาวิจัย	■					
เขียนและเสนอโครงร่างวิจัย	■					
สร้างและพัฒนาเครื่องมือ		■				
เก็บรวบรวมข้อมูล			■	■		
การวิเคราะห์ข้อมูล				■		
การเขียนผลการศึกษา					■	
เสนอผลการศึกษา						■
ส่งรายงานการศึกษา						■