

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยเฉพาะการประกอบธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงจากการดำเนินงานตามรูปแบบที่เคยปฏิบัติ โดยไม่ได้มีการนำเอาคอมพิวเตอร์เข้ามามีใช้ในการดำเนินธุรกิจมากนัก จนเข้าสู่ยุคสารสนเทศ (Information Age) ที่การดำเนินธุรกิจมีความรวดเร็วและซับซ้อน ตลอดจนมีการแข่งขันที่รุนแรงและหลากหลายรูปแบบซึ่งต้องอาศัยสารสนเทศที่มีคุณภาพ โดยที่องค์กรต้องมีความสามารถในการจัดการใช้งานด้านข้อมูลเพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันธุรกิจธนาคารก็เช่นเดียวกัน ปัจจุบันได้มีการแข่งขันอย่างรุนแรง มีการปรับรูปแบบของการให้บริการของธนาคารต่างๆ โดยมีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้ตอบรับกับความต้องการและอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าเพื่อให้เกิดความพอใจสูงสุด (ปฏิภาณ สว่างเมฆ, 2553)

ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) เป็นธุรกรรมในเชิงพาณิชย์บนอินเทอร์เน็ตรูปแบบหนึ่งที่แตกต่างกันไปจากการบริการเดิมที่เคาน์เตอร์ของสาขาธนาคาร โดยเปิดให้บริการในด้านบัญชีเงินฝาก ซึ่งลูกค้าสามารถตรวจสอบรายละเอียดของบัญชี เช่น สอบถามยอดคงเหลือ บริการชำระเงิน ลูกค้าไม่ต้องไปชำระที่เคาน์เตอร์ของธนาคาร ก็สามารถจ่ายค่าบริการตามใบแจ้งหนี้ไม่ว่าจะเป็นค่าสาธารณูปโภคต่างๆ ซึ่งจะแบ่งตามประเภทของสินค้าและบริการ บริการโอนเงินระหว่างบัญชี ที่โอนได้ทั้งบัญชีกระแสรายวันและบัญชีออมทรัพย์ สามารถตรวจสอบบัญชีตนเองหรือโอนเงินเข้าบัญชีของบุคคลอื่นก็ได้ บริการด้านเช็ค บริการสอบถามสถานะเช็คหรืออายัดเช็คและบริการอื่นๆ เช่น สอบถามอัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือสินเชื่อ ตรวจสอบอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ รวมทั้งการซื้อขายกองทุนเปิดต่างๆ

ประโยชน์ที่ธนาคารจะได้รับจากการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตในด้านการให้บริการ คือ ช่วยให้การดำเนินการของธนาคารมีความหลากหลายและมีความได้เปรียบในแง่ของการลงทุน เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีต้นทุนค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับการให้บริการรูปแบบเดิม ซึ่งส่งผลให้ธนาคารสามารถสร้างภาพลักษณ์ของความทันสมัยและสามารถแข่งขันกับธนาคารอื่นได้ การนำเอาธนาคารทางอินเทอร์เน็ตเข้ามามีใช้งาน จึงเป็นช่องทางในการเพิ่มรายได้ให้กับธนาคารที่สำคัญอีกช่องทางหนึ่ง นอกเหนือจากการให้บริการที่สาขาของธนาคารส่วนประโยชน์ในแง่ของลูกค้าที่

จะได้รับจากการใช้บริการทางอินเทอร์เน็ต คือ ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาในการเปิดให้บริการแก่ลูกค้า เนื่องจากสามารถเปิดให้บริการได้โดยติดต่อผ่านเว็บไซต์ของธนาคารได้ 24 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกต่อลูกค้าเป็นอย่างมาก (สยามธุรกิจ, 2551: ออนไลน์)

ในปัจจุบันมีหลายธนาคารในประเทศไทยที่เปิดให้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น ธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) และธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งทุกธนาคารที่ได้เปิดให้บริการประเภทนี้ ก็ต่างพยายามปรับปรุงคุณภาพการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของตนเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด จากรายงานธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) การใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมในกลุ่มลูกค้าธนาคารมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตามความมั่นใจของผู้ใช้บริการในระบบความปลอดภัยของระบบที่น่าเชื่อถือมากขึ้น โดยมีสถิติผู้ให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตทุกธนาคารทั่วประเทศเพิ่มขึ้นระหว่างปี 2548-2551 ดังนี้ ในปี 2548 มีจำนวนผู้ให้บริการประมาณ 1,852,000 คน ในปี 2549 ประมาณ 2,139,000 คน ในปี 2550 ประมาณ 3,135,000 คน ในปี 2551 ประมาณ 4,009,000 คน หรือ มีการเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละต่อปี โดยเทียบกับปี 2548 ได้ดังนี้ ปี 2549 เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.50 ปี 2550 เพิ่มขึ้นร้อยละ 69.28 และปี 2551 เพิ่มขึ้นร้อยละ 116.47 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2552: ออนไลน์)

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ได้นำระบบธนาคารทางอินเทอร์เน็ตมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในระบบงานภายใน และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจกับธนาคารคู่แข่ง ซึ่งนั่นก็หมายถึง การดำเนินธุรกิจที่ลดการติดต่อกับพนักงาน โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาแทนที่ ซึ่งมีต้นทุนต่ำและได้กำไรสูงกว่า จากความสามารถและบทบาทของระบบธนาคารทางอินเทอร์เน็ตที่นำมาใช้ในธุรกิจการธนาคารท่ามกลางการเติบโตอย่างต่อเนื่องของความนิยมในการติดต่อสื่อสารที่ไร้พรมแดน ซึ่งเป็น โอกาสที่ดีในการขยายธุรกิจและขยายฐานลูกค้า กลยุทธ์อย่างหนึ่งในการดำเนินธุรกิจซึ่งถือเป็นหัวใจของการธนาคารคือ การให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว ถูกต้องทันสมัยโดยที่ธนาคารจำเป็นต้องพัฒนาเทคโนโลยีและคิดค้นบริการใหม่ๆ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ (ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน), 2554)

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เปิดให้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) ภายใต้ชื่อ บัวหลวง ไอแบงก์กิ้ง ครั้งแรกในปี 2550 เพื่ออำนวยความสะดวกในการสอบถามหรือเรียกดูข้อมูลด้านบัญชี และข้อมูลด้านธุรกิจต่างๆ รวมทั้งการทำรายการด้านบัญชีและบริการอื่นๆ เช่น โอนเงินระหว่างบัญชี โอนเงินเข้าบัญชีบุคคลอื่น ชำระค่าสินค้าบริการ และสินเชื่อที่มีอยู่กับธนาคาร บริการด้านเช็ค บริการสอบถามสถานะเช็คหรืออายัดเช็ค เป็นต้น โดยมีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นอย่าง

ต่อเนื่องทุกปี ส่งผลให้ธนาคารได้รับค่าธรรมเนียมเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย และทางธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ได้กำหนดการเพิ่มรายได้ จากการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง เป็นหนึ่งในเป้าหมายหลักขององค์กร โดยกำหนดให้เขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ เป็นจุดยุทธศาสตร์สำคัญของภาคเหนือในการขยายตัวของอินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (อลงกรณ์ คุณานุกุลวัฒนา, 2555: สัมภาษณ์) จากสถิติการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ระหว่างปี 2551-2554 พบว่าปี 2551 เท่ากับ 1,063 คน ปี 2552 เท่ากับ 2,126 คน ปี 2553 เท่ากับ 2,657 คน และปี 2554 เท่ากับ 3,543 คน หรือ มีการเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละต่อปี โดยเทียบกับปี 2551 ได้ดังนี้ ปี 2552 เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.0 ปี 2553 เพิ่มขึ้นร้อยละ 56.3 และปี 2554 เพิ่มขึ้นร้อยละ 108.3 (ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน), 2554ก)

จากการที่ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องประกอบกับความนิยมในการติดต่อสื่อสารที่ไร้พรมแดน ซึ่งเป็น โอกาสที่ดีในการขยายธุรกิจและขยายฐานลูกค้า เพื่อให้สามารถบรรลุหนึ่งในเป้าหมายขององค์กร และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ รวมถึงปัญหาอุปสรรคและ ข้อเสนอแนะในการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ทั้งนี้สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบและวิธีการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องและตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด และธนาคารยังสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ไปพัฒนาวางแผนการตลาดและกลยุทธ์ในการเพิ่มผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ ในการให้บริการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ โดยใช้เทคโนโลยีของธนาคารทางอินเทอร์เน็ตต่อไปได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

2. ข้อมูลที่ได้นำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจ และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด ของการบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหลังการซื้อหรือรับบริการของบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่าง การรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ หรือ ความมีประสิทธิภาพของสินค้า (Perceived Performance) กับการให้บริการที่คาดหวังไว้ (Expected Performance) ต่อกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการของธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

ลูกค้า หมายถึง ลูกค้าส่วนบุคคลที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

อินเทอร์เน็ต หมายถึง เครื่องข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงเครือข่ายคอมพิวเตอร์จำนวนมากทั่วโลกเข้าด้วยกันทำให้บุคคลต่าง ๆ ที่ใช้เครือข่ายนี้สามารถติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันในทุก ๆ ด้านได้อย่างรวดเร็วและในทุกรูปแบบบริการ

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