

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาภายใต้วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยทำการศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 360 ราย พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ส่วนมากจบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน และมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน

ผู้ให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เริ่มรู้จักบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จากเพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักแนะนำให้ทราบ ธนาคารที่เลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ส่วนสถานที่ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตบ่อยที่สุดคือ ที่ทำงาน สำหรับสาเหตุเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต คือ สะดวกในการติดต่อกับธนาคารเพราะสามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง และประหยัดเวลา ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ลักษณะของบริการที่ผู้ให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ใช้มากที่สุด คือ การสอบถามยอดเงินคงเหลือในบัญชีเงินฝาก และระยะเวลาที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มากที่สุดคือ ใช้มาแล้ว 2 ปี โดยมีความถี่ในการทำรายการผ่านบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตระหว่าง 1 – 3 ครั้งต่อเดือน ซึ่งจะมีจำนวนเงินเฉลี่ยในการทำธุรกรรมทางการเงินต่อครั้งไม่เกิน 5,000 บาท และมีค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารทางอินเทอร์เน็ตไม่เกิน 20 บาทต่อครั้ง ในอนาคตผู้ให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตคาดว่าจะมีปริมาณการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น และจะแนะนำบุคคลที่รู้จักให้มาใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) อย่างแน่นอน เพราะมีความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

จากผลการศึกษาทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ปัจจัย ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ซึ่งค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การให้บริการที่มีคุณภาพและมีความถูกต้องของข้อมูล มีความสะดวก รวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล และมีความปลอดภัยในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ไม่มีค่าธรรมเนียมการให้บริการรายปี ไม่มีค่าธรรมเนียมการเรียกดูข้อมูล รายการเดินบัญชีย้อนหลัง และไม่มีค่าธรรมเนียมสมัครใช้บริการแรกเข้า

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีความสะดวกในการสมัครใช้บริการและสามารถสมัครใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตได้ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถสมัครใช้บริการที่สาขาของธนาคารได้ทั่วประเทศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี มีพนักงานธนาคาร/พนักงาน Call Center ให้คำแนะนำและคำปรึกษาการใช้ได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และเข้าใจง่าย มีรายการส่งเสริมการใช้บริการสม่ำเสมอ เช่น แจกของที่ระลึกแก่ลูกค้าที่ใช้บริการปัจจุบัน (ตามเงื่อนไขการร่วมรายการ) เป็นต้น

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับ คือ พนักงานธนาคาร/พนักงาน Call Center มีความรับผิดชอบดูแลลูกค้าตั้งแต่เริ่มติดต่อจนเสร็จสิ้นกระบวนการ พนักงานธนาคาร/พนักงาน Call Center มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สุภาพ และมีความเต็มใจในการตอบคำถาม และพนักงานธนาคาร/พนักงาน Call Center ให้บริการด้วยความรวดเร็วและถูกต้องแม่นยำ

ปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการ ผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ

มาก ซึ่งค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีระเบียบและขั้นตอนต่างๆ ในการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก การดาวน์โหลดข้อมูลทำได้รวดเร็วและถูกต้อง และสามารถทำรายการธุรกรรมการเงินได้ถูกต้อง แม่นยำและรวดเร็ว

ปัจจัยด้านกายภาพ ผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก ซึ่งค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พึงพอใจในชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคารที่มีความน่าเชื่อถือ ธนาคารมีนโยบายชัดเจนในการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต และการออกแบบเว็บไซต์และกราฟฟิกที่ใช้ มีความน่าสนใจ สามารถดึงดูดผู้ใช้บริการได้

ปัญหาและอุปสรรคของผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมพบว่ามีปัญหาน้อย ซึ่งสามารถเรียงระดับของปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 5 ลำดับแรก ได้แก่ ผู้ใช้บริการมีความไม่มั่นใจหากเกิดข้อผิดพลาดจากระบบคอมพิวเตอร์จนทำให้เกิดความเสียหาย และธนาคารไม่รับผิดชอบสูงที่สุด รองลงมาคือ ธนาคารไม่มีการแจกของรางวัลหรือของสมนาคุณให้แก่ลูกค้าที่ใช้บริการ ลำดับที่ 3 เป็นปัญหาของการเข้า Web Site หรือระบบการให้บริการของธนาคารมีปัญหาบ่อยครั้ง ลำดับต่อมา เป็นปัญหาเรื่องรูปแบบ และประเภทของการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารยังไม่หลากหลายหรือยังไม่ตรงกับความต้องการ และลำดับที่ 5 คือ พนักงานธนาคารหรือพนักงาน Call Center ไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ไม่มีความเต็มใจในการช่วยเหลือ หรือไม่มีความพร้อมในการให้บริการ

5.2 ข้อเสนอแนะ

ผลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และกับธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ ที่มีการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตแก่ลูกค้า เพราะสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางสำหรับธนาคารในการวางแผนปรับปรุงพัฒนาระบบ รูปแบบ และวิธีการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องและตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด อีกทั้งยังเป็นแนวทางสำหรับธนาคารเพื่อนำไปพัฒนาวางแผนการตลาดและกลยุทธ์ในการเพิ่มผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยีของธนาคารทางอินเทอร์เน็ตได้ ผู้ศึกษาขอเสนอแนะความคิดเห็นต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ปัจจัยดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ธนาคารผู้ให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ควรมีการปรับปรุงข้อมูลการบริการให้ทันสมัยเสมอ ทำเว็บไซต์ให้มีความทันสมัย สวยงาม ดึงดูดความสนใจ มีรูปแบบการให้บริการที่ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน และควรมีการบริการหลังการขายที่ดี เช่น มีคู่มือแนะนำการให้บริการ หรือมีจดหมายสอบถาม/แจ้งบริการให้ทราบ และเมื่อลูกค้าผู้ให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตมีปัญหาต้องสามารถติดต่อ/สอบถามพนักงานธนาคารได้สะดวก

ปัจจัยด้านราคา ธนาคารผู้ให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ไม่ควรคิดค่าธรรมเนียมการสมัครใช้บริการแรกเข้า รวมถึงค่าธรรมเนียมการให้บริการรายปีกับผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต เพราะถือเป็นการเชิญชวนให้ลูกค้าลองใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตกับธนาคารเพื่อผลการตลาดทางธุรกิจในอนาคต รวมถึงไม่ควรคิดอัตราค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้าและบริการ หรือบัตรเครดิตสูงกว่าธนาคารอื่นเพราะลูกค้าจะเลือกใช้บริการของธนาคารอื่นๆ ที่มีค่าธรรมเนียมถูกกว่าทำให้ธนาคารเสียโอกาสทางการตลาดได้

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ธนาคารผู้ให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ควรมีการอนุมัติรายการสมัครใช้บริการที่สาขาเป็นด้วยความรวดเร็ว และมีขั้นตอนในการสมัครไม่ยุ่งยาก และมีความปลอดภัย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ธนาคารผู้ให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ควรยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมบริการรายปี ควรมีรายการส่งเสริมการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ เช่น แจกของที่ระลึกแก่ลูกค้าที่ใช้บริการปัจจุบัน หรือแจกของสมนาคุณแก่ลูกค้าที่สมัครสมาชิกใหม่ เป็นต้น รวมถึงควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ เช่น แจกแผ่นพับ ป้ายโฆษณา นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น

ปัจจัยด้านบุคลากร ธนาคารผู้ให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต อาจมีการจัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานธนาคารที่ประจำสาขาและพนักงาน Call Center เกี่ยวกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการเป็นอย่างดี เพื่อที่จะได้สามารถตอบคำถาม และแก้ไขปัญหาได้ถูกต้องตรงตามที่ต้องการ และธนาคารควรจัดให้มีจำนวนพนักงานที่เพียงพอกับความต้องการของลูกค้าด้วย

ปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการ ธนาคารผู้ให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ควรจัดให้ขั้นตอนในการเข้าใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตมีความสะดวกรวดเร็ว ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน และมีระบบการป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล เช่น เทคโนโลยีการเข้ารหัสที่ป้องกันการฉ้อโกงโดยบุคคลหรือความผิดพลาดทางเทคนิค เป็นต้น รวมถึงการดาวน์โหลดข้อมูลจะต้องทำได้รวดเร็วและถูกต้อง

ปัจจัยด้านกายภาพ ธนาคารผู้ให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ควรออกแบบเว็บไซต์ ให้มีความน่าสนใจ และดึงดูดผู้ใช้บริการ ควรใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ประกอบการให้บริการที่มีความทันสมัย ธนาคารควรกำหนดนโยบายชัดเจนในการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงธนาคารควรรักษาชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคารให้มีความน่าเชื่อถือตลอดไป



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved