

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การวิเคราะห์การใช้บริการผ่านช่องทางธนาคารอิเล็กทรอนิกส์
ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวธัญวรัตน์ เปี่ยมบุญ

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา ไชคถาวร อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

รองศาสตราจารย์ ดร.โกสุมภ์ สายจันทร์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการ วิเคราะห์ การใช้บริการผ่านช่องทางธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ธนาคาร
ทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อวิเคราะห์การใช้
บริการผ่านช่องทางธนาคารอิเล็กทรอนิกส์หรือ E-Banking ของลูกค้าธนาคารทหารไทย จำกัด
(มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขการให้บริการผ่านช่องทาง
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์หรือ E-Banking โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
จากลูกค้าธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย และจากการ
สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 20 ราย

ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ส่วน
ใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-29 ปี ศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
มากที่สุด กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเจ้าของธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า
15,000 บาท

พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการผ่านช่องทาง
ATM ใช้บริการโอนเงินสดเป็นส่วนมากและความถี่ในการใช้ บริการมากกว่าเดือนละครั้ง สะดวกที่
ไหนใช้บริการที่นั่น

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม มที่มีผล ต่อการตัดสินใจใช้บริการผ่านช่องทาง
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ทางการเงินมีให้เลือกหลากหลาย
ตรงกับความต้องการของลูกค้า , ปัจจัยด้านกระบวนการ ขั้นตอนที่ใช้ในการพิจารณาอนุมัติมีความ
สะดวก รวดเร็ว และปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ป้าย สัญลักษณ์และ
เครื่องแบบพนักงานสามารถทำให้ลูกค้าประทับใจในการให้บริการ

ปัญหาด้านระบบการให้บริการพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ขาดความรู้ความเข้าใจและขาดความเชื่อมั่นในเรื่องของระบบความปลอดภัยของธนาคาร จึงเกิดความกังวลและไม่กล้าที่จะใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทาง ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์หรือ E-Banking และส่วนมากต้องการให้ธนาคารเพิ่มเครื่องรับฝากเงินอัตโนมัติและเครื่องฝากถอนเงินสดให้ทั่วถึงมากกว่านี้ และปัญหาด้านโครงสร้างองค์กรพบว่า ท่าเลที่ตั้งของธนาคาร จำนวนสาขาที่เปิดให้บริการมีน้อย เครื่องให้บริการเบิกถอนเงินสดมีน้อยไม่ทั่วถึง บริเวณที่จอดรถไม่เพียงพอ สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้ามาใช้บริการของลูกค้าเป็นอย่างมาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Analysis of Electronic Banking Services of The Thai Military Bank Public Company Limited in Mueang Chiang Mai District

Author Ms.Thanwarat Pieamboon

Degree Master of Arts (Political Economy)

Independent Study Advisory Committee

Associate Professor Dr.Kanjana Choktavorn Advisor

Associate Professor Dr.Kosum Saichan Co-advisor

ABSTRACT

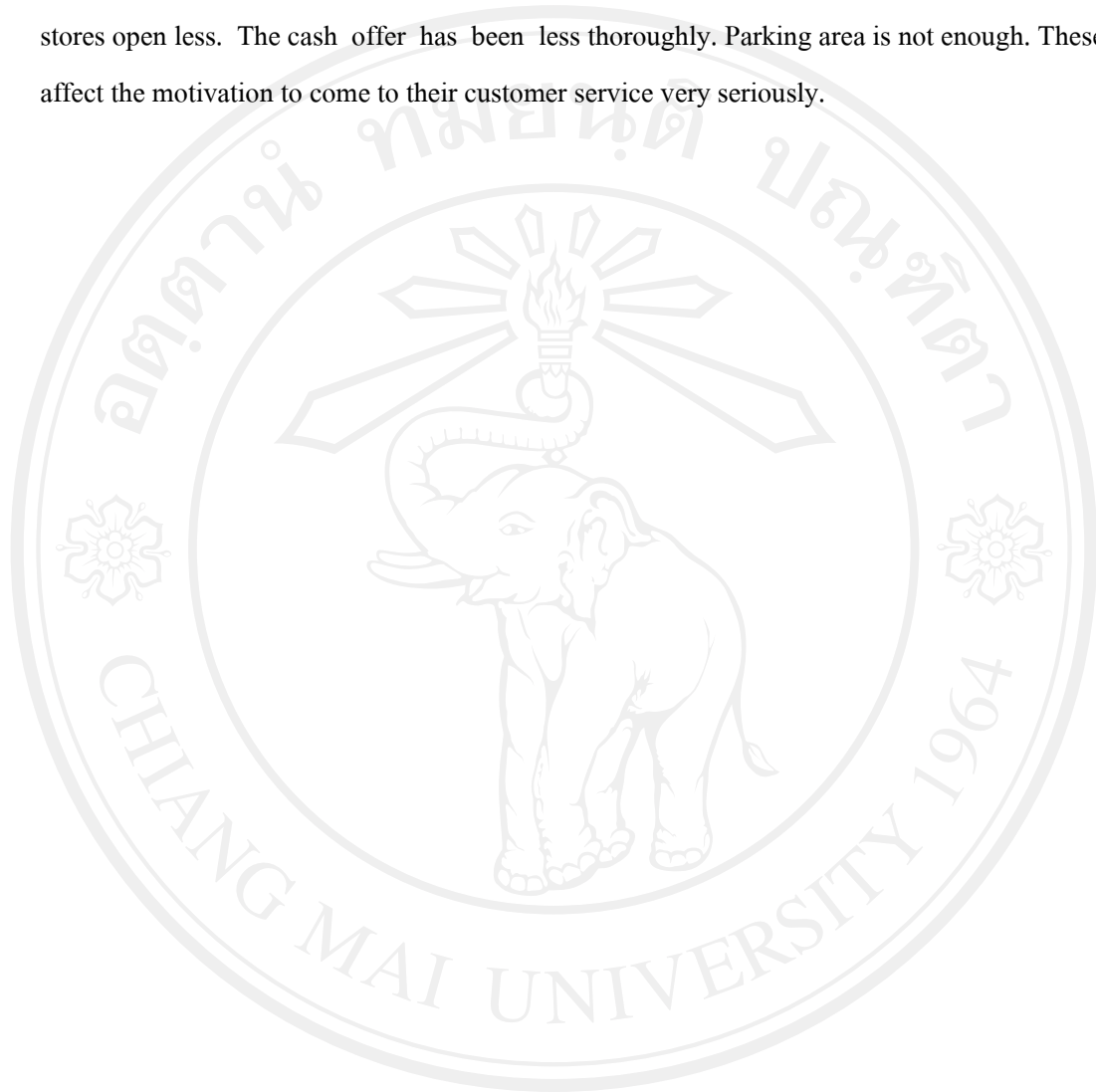
This study is an analysis of electronic banking services of The Thai Military Bank Public Company Limited in Mueang Chiang Mai district. The objectives are: 1) to analyze the service via electronic banking or E-Banking customers, Thai Military Bank Public Company Limited in Mueang Chiang Mai district and 2) to study the problems and solutions and services through electronic banking or E-Banking using a questionnaire as a tool to collect data from Thai Military Bank Public Company Limited in Mueang Chiang Mai district in 200, and from interviews with relevant staff of 20 cases.

The results showed that Thai Military Bank Public Company Limited in Mueang Chiang Mai District. Most women than men. Aged 20-29 years with a bachelor's degree or equivalent education most. Customers mostly professionals, private business owners. The average monthly income of more than 15,000 Baht.

The behavior of both male and female samples. Most of the services available through ATM cash withdrawals and the frequency of use more than once a month. I enjoy using it.

Overall marketing mix factors that influence the decision to use electronic banking services via the latest technology products. A variety of financial products to meet customer requirements. Factor in the process. The approval process is fast and the creation and presentation of physical signs and uniformed employees to make customer service experience. Service system Issues found. Most customers lack of understanding and lack of confidence in the security systems of banks. Causing concern and do not dare to use banking services through electronic banking or E-Banking and most banks want to increase the deposit. Banking or E-Banking and

most banks want to increase the deposit. Automatic cash withdrawals and deposits more thoroughly. And found that the organizational structure. The location of the bank. Number of stores open less. The cash offer has been less thoroughly. Parking area is not enough. These are affect the motivation to come to their customer service very seriously.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved