

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมของลูกค้าส่วนบุคคล ธนาคารไทยพาณิชย์ ใน  
การใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นายวิชัย วินิจนกุล

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ รศ.ดร. เดช กาญจนางกูร ประธานกรรมการ  
ผศ. กัญญา กุณฑิกาญจน์ กรรมการ  
ผศ. ธงชัย ชูสุวรรณ กรรมการ

### บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัญหาการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตของลูกค้าส่วนบุคคล ธนาคารไทยพาณิชย์ ในจังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้จากการออกแบบสอบถามลูกค้าส่วนบุคคล ผู้ใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตธนาคารไทยพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ตัวอย่าง

ผลของการศึกษาพบว่าลูกค้าส่วนบุคคลผู้ใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 28 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุดและมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,900 บาท ลูกค้าส่วนใหญ่เคยใช้อินเทอร์เน็ตมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี แต่ไม่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่สามารถเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และส่วนใหญ่มีลักษณะการใช้เพื่อค้นหาข้อมูลประกอบการทำงานหรือรายงาน

พฤติกรรมการใช้ธนาคารอินเทอร์เน็ตพบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการที่สถานที่ทำงานหรือสถาบันการศึกษา เนื่องจากไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ต และมีการใช้บริการโดยเฉลี่ย 3 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมีการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตมากกว่ากลุ่มอื่น บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตที่ลูกค้านิยมใช้มากที่สุดคือ การสอบถามยอดเงินในบัญชีคงเหลือ ณ ปัจจุบัน

สำหรับประโยชน์ของบริการธนาคารอินเทอร์เน็ต ลูกค้าส่วนใหญ่เห็นว่า ได้รับประโยชน์โดยเป็นบริการที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ และสามารถใช้บริการได้ตลอดเวลา

การใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตมีปัญหาเล็กน้อย เพียงในด้าน ความไม่มั่นใจหากเกิดความผิดพลาดในการโอนเงิน และมีประเภทของบริการน้อยเกินไปเท่านั้น สำหรับการสอบถามข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการพบว่า ธนาคารไทยพาณิชย์ ควรมีการจัดการด้านเอกสารต่างๆ ด้วยความรวดเร็ว เช่น การเปลี่ยนแปลงข้อมูลต่างๆ ของลูกค้า และควรประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับระบบรักษาความปลอดภัยต่างๆ บนธนาคารอินเทอร์เน็ต อีกทั้ง ด้านบริการรับชำระค่าสินค้าหรือบริการ ควรเพิ่มจำนวนบริษัทห้างร้านให้มากขึ้น และควรเพิ่มสินค้าในหมวดอาหารให้มีการสั่งซื้ออาหารได้ เช่น The Pizza Company, KFC เป็นต้น

<b>Independent Study Title</b>	The Behavior of Individual Siam Commercial Bank Customers in Using Internet Banking Service in Chiang Mai Province.	
<b>Author</b>	Mr.Wichai Winijngool	
<b>M.Econ.</b>	Economics	
<b>Examining Committee</b>	Assoc.Prof.Dr.Decha Karnjanangkura	Chairperson
	Asst.Prof. Kanya Kunthikan	Member
	Asst.Prof.Thongchai Shusuwan	Member

### ABSTRACT

The objective of the research is to study the behavior of individual Siam Commercial Bank customers in using internet banking services in Chiang Mai province in order to explore factors influencing their decision-making behavior and problems they have.

The data was gathered from questionnaires to customers who came to use this service. The total observation number of the sample was 200.

The research found that the majority of the sample group were male with average age of 28 years old. They were staff in the private sector and had an average income of 15,900 baht per month. The study also indicated that most of them did not have their own computers that could connect internet network and they had used internet for less than one year. The majority used internet to find data for their jobs.

The individual Siam Commercial Bank customers tended to use internet banking at their offices or schools by paying nothing. The average frequency of their visits was 3 times per week. The customers who were between 26-30 years old and staff in the private sector used internet banking more than other groups.

According to the opinion of the majority of the customers, one advantage of internet banking was that the customers paid nothing and could use it at any time.

There were only two little problems in using the internet banking, i.e. the problem from error in transferring money and the problem of less varieties of services in the internet banking. The customers suggested that Siam Commercial Bank should manage the customers' data base efficiently and should also extend the security system to cover the internet banking service. Expansion of the store network to cover more various stores such as the Pizza Company and KFC was recommended.