

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

นับตั้งแต่ช่วงวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศไทยเกิดขึ้นตั้งแต่ปี 2540 ทำให้ระบบสถาบันการเงินไทยต้องเผชิญกับปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (Non Performing Loans : NPLs) ทำให้ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยต้องมีการเข้มงวดกับการปล่อยสินเชื่อมากขึ้น เพื่อป้องกันความเสี่ยงจาก NPLs ที่จะเพิ่มขึ้น ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยจึงมีแนวโน้มในการแสวงหารายได้จากรายได้ค่าธรรมเนียมแทนการมุ่งไปยังรายได้จากส่วนต่างของเงินกู้และเงินฝาก ที่ในปัจจุบันมีแนวโน้มลดลงในช่วงนับตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมา โดยธนาคารเอเชีย ซึ่งมีผู้ร่วมลงทุนจากต่างชาติ คือ ธนาคารเอบีเอ็น แอมโร ได้มองเห็นช่องทางดังกล่าว จึงมีการรุกและเปิดให้บริการด้านอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้งก่อน ตามมาด้วยธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารทหารไทยและธนาคารกรุงศรีอยุธยา โดยธนาคารพาณิชย์มองกันว่าก่อนหน้านี้กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ ยังเป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา ซึ่งมีอำนาจซื้อไม่สูงมากนัก แต่ปัจจุบันสถานการณ์เปลี่ยนไป กลุ่มคนทำงานหันมาใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอำนาจซื้อ และทำธุรกรรมจริง จึงมองว่าช่วงเวลาในปัจจุบันเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมในการทำธุรกรรมด้านอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้ง ธนาคารจะมีการเปลี่ยนแปลงแผนการตลาด เน้นที่ตัวลูกค้ามากขึ้น จากที่เคยเน้นผลิตภัณฑ์ และรุกขยายฐานลูกค้าไปยังธุรกิจค้าปลีก และลูกค้ารายย่อย โดยวางรากฐานเทคโนโลยีสารสนเทศ (ไอที) เพื่อใช้ในการนำเสนอบริการใหม่ๆ¹ และเพื่อเป็นการเพิ่มรายได้จากค่าธรรมเนียมให้กับธนาคารพาณิชย์ จากการทำการค้าผ่านธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้ง โดยลูกค้าจะได้รับความสะดวกทั้งในด้านเวลาและสถานที่ในการใช้บริการได้มากขึ้น

กระแสของการใช้บริการอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้ง เป็นบริการใหม่ of ธนาคารพาณิชย์ ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา ที่อำนวยความสะดวกให้ลูกค้าทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่ง

¹ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ 2544. “แบงก์กรุงศรีตื่นตัว ทุ่มทุนสร้างระบบไอที.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.thairath.co.th> (16 สิงหาคม 2545)

เปรียบเสมือนเป็นธนาคารส่วนตัวที่สามารถทำธุรกรรมต่างๆ ได้ทุกที่ ทุกเวลา ตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวัน ซึ่งเป็นอีกช่องทางการตลาดใหม่ที่ธนาคารจะได้รายได้จากค่าธรรมเนียมบริการต่างๆ เช่น การโอนเงิน การฝากเงิน การถอนเงิน การชำระค่าสินค้าและบริการ การชำระค่าใช้จ่ายบัตรเครดิต เป็นต้น และมีการพัฒนาไปพร้อมกับการทำธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่ให้บริการระบบการชำระเงินแบบออนไลน์ หักบัญชีภายใน 24 ชั่วโมง ผ่านระบบเชื่อมโยงการชำระเงินและตัดบัญชีทางอินเทอร์เน็ต ที่เรียกว่า Payment Gateway ที่ทันสมัย ให้กับร้านค้าทั้งที่ทำธุรกรรมระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business) หรือธุรกิจกับผู้บริโภค (Business to Customer) สำหรับกรณีที่ลูกค้าของร้านค้าต่างๆ ชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ทำให้ร้านค้าได้รับเงินเข้าบัญชีอย่างรวดเร็ว หากขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องต่างๆ ไม่มีปัญหา แต่เป็นการยากที่ธนาคารจะได้กำไรจากการให้บริการอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้ง เพราะปริมาณใช้บริการยังมีจำนวนน้อย ทำให้รายได้ต่อหน่วยที่ธนาคารได้รับต่ำ ขณะที่ต้นทุนคงที่ของธนาคารสูงมาก โดยเฉพาะในส่วนของการลงทุนด้านเทคโนโลยี และมีปัญหาเรื่องต่างๆ เช่น กลุ่มผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่ยังจำกัดอยู่ในวงแคบและไม่มีบัตรเครดิต การขาดความเชื่อมั่นในระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและเทคโนโลยี การทุจริตบัตรเครดิตบนอินเทอร์เน็ต การขาดกฎหมายจำเป็นเพื่อรองรับอย่างชัดเจน ข้อจำกัดบางประการของระบบอินเทอร์เน็ตในเมืองไทย ความไม่คุ้นเคยของลูกค้าในระยะเริ่มแรก เป็นต้น แต่ศูนย์วิจัยกสิกรไทยเชื่อว่า บางธนาคารยังคงเลือกให้บริการแบบอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้ง เพราะนอกเหนือจากการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายและการให้บริการของธนาคาร ธนาคารยังได้รับผลประโยชน์อื่นที่ไม่ใช่ตัวเงินอีก โดยเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ การประชาสัมพันธ์ชื่อเสียง และผลประโยชน์ทางการตลาดต่างๆ ที่จะส่งเสริมให้บริการด้านอื่นของธนาคารได้รับภาพพจน์ที่ดีตามไปด้วย²

ในระยะยาวของการให้บริการอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้ง ประโยชน์ที่จะมีต่อลูกค้าและธนาคารผู้ให้บริการ ได้แก่ ด้านลูกค้า คือ ได้รับความสะดวกที่เพิ่มขึ้นในการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยไม่ต้องเดินทางไปยังสาขา การมีทางเลือกมากขึ้นจากการสามารถใช้คุณภาพในการตัดสินใจใช้บริการกับธนาคาร จากที่ในปัจจุบันบางครั้งราคาไม่ใช่ปัจจัยที่สามารถบอกความแตกต่างของธนาคารได้ และการที่ลูกค้าสามารถใช้บริการอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้ง ได้จากทุกที่ทั่วโลก ด้านธนาคาร คือ ธนาคารจะมีค่าใช้จ่ายลดลงในการบริหารสาขา จากการโอนถ่ายบริการหลายอย่างมาบนอินเทอร์เน็ต และการลดขนาดของสาขาที่ยังสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของสาขาอีกด้วย ธนาคารมีช่องทางในการประชาสัมพันธ์และโฆษณาผลิตภัณฑ์ของธนาคารและสินค้าอื่น

² ธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) 2543. “อีคอมเมิร์ซ: ธุรกรรมใหม่ที่น่าสนใจของธนาคารพาณิชย์.” บทสรุปสำหรับผู้บริหาร. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.tific.co.th> (17 สิงหาคม 2545).

(Cross Selling) ได้³ แต่อย่างไรก็ตามธนาคารก็ต้องเผชิญกับค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ต้องทำให้ลูกค้ารู้จักและสนใจมาใช้บริการธุรกรรมอินเทอร์เน็ต-แบงก์กึ่งที่สูงตามมาด้วย

ธุรกรรมอินเทอร์เน็ต-แบงก์กึ่ง จะยังคงมีการพัฒนาไม่หยุดยั้งเพื่อตอบสนองลักษณะการดำเนินชีวิตประจำวันของลูกค้ามากขึ้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้คาดว่าผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารพาณิชย์โดยรวมปี 2545-2546 จะเพิ่มมากขึ้นประมาณเท่าตัว ส่วนหนึ่งจากฐานผู้ใช้บริการเดิม และจากการแข่งขันระหว่างธนาคารพาณิชย์ด้วยกันเองในการพยายามเสนอสินค้าของคนผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ทำให้ลูกค้ามีความรู้ความเข้าใจมากขึ้นและตอบรับกับความสะดวกที่ได้จากธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ความสำเร็จของธนาคารยังจะต้องขึ้นอยู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของธนาคารและจะต้องมีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต้องมีจำนวนมากพอ จึงจะสามารถสร้างรายได้ให้กับธนาคารได้ ธนาคารพาณิชย์จึงหันมาส่งเสริมการใช้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตโดยกลุ่มคนไทยที่คาดว่าจะเป็กลุ่มผู้นำ คือกลุ่มนักศึกษา เพราะถือว่าเป็นกลุ่มที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตจำนวนมากกว่ากลุ่มอื่นๆ และแม้ว่ากลุ่มนักเรียนนักศึกษาจะยังไม่ใช่กลุ่มที่มีกำลังซื้อ แต่เพื่อเป็นการสร้างฐานของธุรกรรมออนไลน์ในอนาคต และเป็นการเพิ่มความสะดวกให้กับคนที่ซื้อขายบนอินเทอร์เน็ตสามารถทำได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังมีบริการด้านอินเทอร์เน็ต-แบงก์กึ่งอื่นๆที่ธนาคารพยายามสร้างขึ้น เพื่อได้ค่าบริการต่อรายการ (Transaction) อื่นอีก เช่น การโอนเงินผ่านอินเทอร์เน็ต การชำระค่าสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าเพลงเจอร์ เป็นต้น รวมไปถึงบริการด้านอื่นๆ เช่น เปิดบัญชีออนไลน์ 24 ชั่วโมง บริการสอบถามยอดบัญชี พร้อมสรุปการใช้จ่าย ให้บริการอาชีพบัตรต่างๆ และการสอบถามรายการเคลื่อนไหวทางบัญชี (Statement) ทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นช่องทางทำให้ธนาคารพาณิชย์มีรายได้จากค่าธรรมเนียมเพิ่มมากขึ้น⁴ ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่าแต่ละธนาคารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจุบันก็สนับสนุนการใช้บริการด้านบริการอินเทอร์เน็ต-แบงก์กึ่งตามนโยบายของสำนักงานใหญ่ โดยสังเกตเห็นได้ว่าบางธนาคาร เช่น ธนาคารกรุงไทย ได้มีการชักชวนลูกค้าให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต-แบงก์กึ่ง (Internet Banking) โดยสามารถสมัครได้ฟรีโดยไม่คิดค่าธรรมเนียมรายปีและแรกเข้า และยกเว้นค่าธรรมเนียมในการทำรายการบางประเภท เช่น ค่าธรรมเนียมในการโอนเงินระหว่างบัญชี

³ ธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) 2545. “เครื่องมือยุคใหม่ปฏิวัติการให้บริการธนาคารพาณิชย์ บทสรุปสำหรับผู้บริหาร.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.tific.co.th> (3 ตุลาคม 2545).

⁴ “ฝ่ายธุรกรรมการเงินออนไลน์.” 2544. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.technology.mweb.co.th> (16 สิงหาคม 2545).

ธนาคารพาณิชย์ ได้มีการชักชวนลูกค้าทั่วไปและโดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษาที่ธนาคารไปดำเนินการเปิดบัญชีในสถาบันการศึกษาต่างๆ สามารถขอใช้บริการอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้ง (Internet Banking) ได้โดยไม่คิดค่าธรรมเนียม เป็นต้น⁵ ซึ่งลูกค้าที่เป็นนักศึกษาส่วนใหญ่ ยังไม่ได้สังเกตเห็นความสำคัญและใช้บริการธุรกรรมอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้ง เพราะยังคงมีความเคยชินกับการใช้บริการผ่านหน้าเคาน์เตอร์ของธนาคารพาณิชย์

การทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้ง จะเป็นวิธีการหารายได้ใหม่ของธนาคารพาณิชย์ และเป็นช่องทางที่น่าสนใจ เพิ่มช่องทางการให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึง สะดวกและไม่ต้องสิ้นเปลืองเวลาในการเดินทางเพื่อไปติดต่อทำธุรกรรมทางการเงิน ณ ที่ทำการธนาคารอีกต่อไป โดยนำเอาเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยลงทุน นอกจากนี้จากการสอบถามธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าในปัจจุบันมีแนวโน้มที่ลูกค้าของธนาคารพาณิชย์จะใช้บริการทางอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้งมากขึ้นและมีการขยายตัวไปพร้อมกับการเติบโตของเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์⁶ ดังนั้นการศึกษาทัศนคติของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้งจะช่วยให้ธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และองค์กร หน่วยงาน หรือบุคคล ผู้ที่ให้ความสนใจได้ทราบถึงทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึก และพฤติกรรม ตลอดจนปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้ง เพื่อที่จะได้นำมาใช้เป็นแนวทางปรับปรุง พัฒนาการดำเนินงานและวางแผนกลยุทธ์ให้สอดคล้องตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้ง
2. เพื่อศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อการใช้บริการธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้ง

⁵ ผู้จัดการและพนักงานธนาคารพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (เก็บข้อมูลช่วงการเสนอหัวข้อ โครงร่างเพื่อทำการค้นคว้าแบบอิสระ เรื่องทัศนคติของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ที่มีต่อธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่, มกราคม-เมษายน 2546 การค้นคว้าอิสระของนางสาวจิระกานต์ คำบุญเรือง คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

⁶ เรื่องเดียวกัน

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงทัศนคติของลูกค้านาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้ง
2. ทำให้ทราบปัญหาที่เกิดขึ้นของลูกค้านาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีการใช้บริการธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้ง
3. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา มาใช้เป็นแนวทางสำหรับธนาคารพาณิชย์ในการวางแผนการปรับปรุงธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้ง ให้สอดคล้องและตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้น

นิยามศัพท์

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการหรือเคยใช้บริการธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้ง กับธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ

ลูกค้านาคารพาณิชย์ หมายถึง ผู้ที่ใช้บริการหรือเคยใช้บริการธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้งกับสาขานาคารพาณิชย์ 7 ธนาคาร ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารเอเซีย และธนาคารทหารไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้ง หมายถึง บริการของธนาคารพาณิชย์ที่อำนวยความสะดวกให้ลูกค้าทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ในด้านการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชี การสอบถามรายการเคลื่อนไหวทางบัญชี การโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองหรือไปยังบุคคลอื่น การสอบถามสถานะเช็ค การสอบถามการอายัดเช็ค การอายัดเช็ค การชำระค่าสินค้าหรือบริการ การชำระค่าใช้จ่ายบัตรเครดิต การสอบถามรายการชำระปัจจุบัน การสอบถามประวัติการชำระ เป็นต้น ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นธนาคารส่วนตัวที่สามารถทำธุรกรรมต่างๆ ได้ทุกที่ ทุกเวลา ตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวัน