

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

นับตั้งแต่วิวัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ตเมื่อปี 1995 ทำให้ปัจจุบันนี้เทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทอย่างกว้างขวางในทุกวงการ และได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญของการทำงานทุกด้าน ทั้งด้านพาณิชย์กรรม การศึกษา เกษตรกรรม อุตสาหกรรม สาธารณสุข การวิจัยและพัฒนา ตลอดจนการเมือง ธุรกิจธนาคารก็เช่นเดียวกัน การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาบูรณาการกับการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตนั้น ก็เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าและสร้างความแข็งแกร่งเพื่อให้เกิดความได้เปรียบต่อคู่แข่งอื่นอีกทางหนึ่ง (BrandAge Magazine, 2550: ออนไลน์)

ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) เป็นธุรกรรมในเชิงพาณิชย์บนอินเทอร์เน็ตรูปแบบหนึ่ง โดยสามารถใช้งานได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือโทรศัพท์มือถือ ซึ่งจะแตกต่างไปจากบริการเดิมที่ต้องทำธุรกรรมผ่านเคาน์เตอร์ของธนาคาร หรือผ่านตู้เอทีเอ็ม เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้บริการได้สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ลักษณะการให้บริการพื้นฐานของธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประกอบด้วย บริการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชีได้ทั้ง บัญชีออมทรัพย์ บัญชีกระแสรายวัน บัญชีเงินกู้ และกองทุนต่าง ๆ บริการสอบถามรายการเคลื่อนไหวในบัญชี บริการโอนเงินระหว่างบัญชีทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริการสอบถามลักษณะเช็ค บริการบัตรเครดิต บริการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ และบริการเสริมอื่น ๆ เพื่อลูกค้าผู้ใช้บริการจะได้รับความสะดวกอีกมากมาย ภายใต้ระบบความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตที่เชื่อถือได้ รวมถึงการไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลาให้บริการที่จะช่วยให้ลูกค้าสามารถดำเนินธุรกรรมได้ทุกที่ ทุกเวลาอีกด้วย (E-commerce Magazine, 2550: ออนไลน์)

จากข้อมูลที่กำลังมาข้างหน้า จะเห็นว่าบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าธนาคารหลาย ๆ ด้าน นอกจากนี้จากรายงานของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า ในปี 2550 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 9.32 ล้านคน และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 10.5 ล้านคนในปี 2551 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2547: ออนไลน์) ทำให้ปัจจุบันนี้ธนาคารต่าง ๆ ส่วนแล้วแต่พัฒนา และเปิดให้บริการธนาคาร

ทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) ธนาคารทหารไทย จำกัด(มหาชน) ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด(มหาชน) ธนาคารยูโอบี จำกัด(มหาชน) และธนาคาร ซิตี้แบงก์ จำกัด ซึ่งนอกจากจะเป็นการเพิ่มช่องทางการให้บริการแก่ลูกค้า ธนาคารแล้ว ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตยังเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างภาพลักษณ์ของธนาคารให้ดูทันสมัย และนำให้บริการมากขึ้นด้วย

จังหวัดเชียงใหม่ ถือเป็นจังหวัดที่มีการเติบโตของสังคมเมืองอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากการเพิ่มขึ้นของธุรกิจต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้า ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจพาณิชย์กรรมต่าง ๆ ที่เริ่มขยายตัวออกไปยังเขตชานเมืองมากขึ้น รวมถึงการเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภาคเหนือ การลงทุนทางภาคธุรกิจ ที่ทำให้ ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด หรือ GPP (Gross Provincial Product) ของจังหวัดเชียงใหม่ในปี 2549 เพิ่มขึ้นจากปี 2548 ถึง 9,013 ล้านบาท (หนังสือพิมพ์เชียงใหม่ นิวส์, 2550: ออนไลน์) ซึ่งเมื่อนำความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่มีอยู่ในปัจจุบัน มาพิจารณาควบคู่กับความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ทำให้การทำธุรกรรมผ่านทางอินเทอร์เน็ตเป็นบริการที่น่าสนใจอีกบริการหนึ่ง ดังนั้นธนาคารต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่จึงได้เปิดให้บริการเพื่อรองรับความต้องการ และอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ซึ่งขณะนี้ได้มีการเปิดธนาคารทางอินเทอร์เน็ตแล้วทั้งสิ้น 8 แห่ง ได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน), ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) ธนาคารทหารไทย จำกัด(มหาชน) ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด(มหาชน) ธนาคารยูโอบี จำกัด(มหาชน) อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่า บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ยังไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการธนาคารส่วนใหญ่ยังคงเลือกที่จะติดต่อกับธนาคารโดยตรงมากกว่าการทำธุรกรรมผ่านทางอินเทอร์เน็ตด้วยตัวเอง (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2545: ออนไลน์)

ดังนั้นผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธนาคาร โดยเลือกศึกษากลุ่มของนักศึกษาระดับปริญญาโท ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ส่วนใหญ่มีรายได้ มีความหลากหลายทางด้านอาชีพ และมีความรู้ความเข้าใจในด้านการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต จากสถิติการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร(ครัวเรือน)พ.ศ.2550 พบว่ามีผู้ใช้คอมพิวเตอร์ 16.04 ล้านคนและมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 9.32 ล้านคน กลุ่มอายุที่ใช้อินเทอร์เน็ตสูงสุด คือกลุ่ม 15-24 ปี กลุ่ม 6-14 ปี และ กลุ่ม 25-34 ปีตามลำดับ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2547: ออนไลน์) ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ นอกจากจะทราบถึงความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต เหตุผลของการใช้

บริการ และการไม่ใช้บริการนี้แล้ว ยังจะเป็นประโยชน์แก่ธนาคารต่าง ๆ ในธนาคารสามารถนำไปวางแผนกลยุทธ์และนโยบายที่เหมาะสม และผู้พัฒนาระบบสารสนเทศ นำไปพัฒนาปรับปรุงการเสนอการให้บริการเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าต่อไปในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาระดับปริญญาโทมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของนักศึกษาระดับปริญญาโทมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต
2. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ในการนำไปวางแผนกลยุทธ์ด้านบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตต่อไป

1.4 นิยามศัพท์

ความคิดเห็น หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ ความคิด ความเชื่อ ที่สนใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยสอดคล้องกับความรู้ที่ศึกษาใน ประสบการณ์ของตน และสภาพความเป็นจริง ความเห็นนี้อาจเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (พาวินต์ วิริยะสัทธา, 2546)

นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ หมายถึง นักศึกษาระดับปริญญาโททุกสาขาวิชาที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ณ วันที่เก็บข้อมูล

บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) หมายถึง การให้บริการทางการเงินโดยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ได้แก่ บริการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชีได้ทั้ง บัญชีออมทรัพย์ บัญชีกระแสรายวัน บัญชีเงินกู้ และกองทุนต่าง ๆ บริการสอบถามรายการเคลื่อนไหวในบัญชี บริการโอนเงินระหว่างบัญชีทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริการสอบถามลักษณะเช็ค บริการบัตรเครดิต บริการชำระเงินค่าบริการสินค้าและบริการ และบริการเสริมอื่น ๆ เป็นต้น (E-commerce Magazine, 2550: ออนไลน์)