

พฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์กับธนาคารกรุงไทย
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

Customers' Behavior on Using Electronic Banking with Krungthai Bank
in Mueng District, Chiang Mai Province

วารุณี วงศ์ใหญ่, นันทมล ธีรกุล

Warunee Wongyai, Nuttamon Teerakul

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของลูกค้า พฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ได้แก่สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท และมีอายุไม่เกิน 30 ปี ในด้านพฤติกรรมการใช้บริการพบว่า แหล่งข้อมูลที่สำคัญอันดับแรกที่ทำให้รู้จักบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ คือ พนักงานธนาคารแนะนำ มีประสบการณ์ในการใช้บริการ 1 ปีขึ้นไป เข้าใช้บริการเฉลี่ยเดือนละ 1-2 ครั้ง โดยใช้บริการในช่วงเวลา 12.01-18.00 น. จะใช้บริการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชีมากที่สุดเป็นอันดับแรก เหตุผลที่ใช้บริการคือ ประหยัดเวลา และใช้งานง่าย บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการคือ ตนเอง โดยจะเลือกใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์กับธนาคารกรุงไทยเพียงแห่งเดียว

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย อันดับแรกในการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ กับธนาคารกรุงไทย รองลงมาคือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ และในด้านความพึงพอใจต่อการใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างลูกค้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยอันดับแรกมีความพึงพอใจต่อการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ตามลำดับ

คำสำคัญ: พฤติกรรม ผู้บริโภค ความพึงพอใจ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ธนาคารกรุงไทย

ABSTRACT

The objectives of this research were to study the general characteristics of the customers; to examine their behavior and factors affecting the decision-making, and to explore their satisfaction in using Electronic Banking with Krungthai Bank in Mueng District, Chiang Mai Province. It was a quantitative research. Questionnaire was used as an instrument to collect data from 200 customers using Electronic Banking with Krungthai Bank in Mueng District, Chiang Mai Province. Data analysis had been performed based on descriptive statistics, including frequency, percentage and mean, as well as inferential statistics which were F-Test (One Way ANOVA) with a statistically significant level at 0.05. The results of this study could be summarized as follows. The majority of the samples are females. Have a marital status, Highest bachelor degree, Income between 10,001 - 20,000 Baht and not over 30 years old. Due to the customers' behavior in using Electronic Banking, the research revealed that the first important source of perceiving Electronic Banking was the Bank officer's suggestion. They had been using the Electronic Banking for more than one year and 1-2 times per month in average between 12.01-18.00 pm. Balance enquiry was the service that the sample used the most. The reasons were time saving and easy to use. The person who influenced to use the service was themselves. Finally, they chose to use Electronic Banking with only Krungthai Bank.

With reference to factors affecting in using Electronic Banking with Krungthai Bank, the research indicated that the sample customers gave priority to the selling factor. The physical characteristic building and presentation factor and the production factor respectively. Finally, in terms of satisfaction toward the usage of Electronic Banking. To illustrate, they were satisfied with the selling aspect in the first place. Then, they were satisfied with the physical characteristic building and presentation aspect, the process aspect respectively.

Key word: Behavior, Customer, Satisfaction Electronic Banking, Krungthai Bank

ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันธุรกิจธนาคารมีการแข่งขันอย่างรุนแรงและต้องมีการเร่งพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้ตอบรับกับความต้องการและอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าเพื่อให้เกิดความพอใจสูงสุด โดยเฉพาะพฤติกรรม

การใช้บริการทำธุรกรรมการเงินบนโทรศัพท์มือถือและแท็บเล็ต ซึ่งจากรายงานของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติร่วมกับคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ในปี พ.ศ. 2557 พบว่า การใช้งานโมบายอินเทอร์เน็ต มีอัตราการเติบโตมากกว่าร้อยละ 26.4 มูลค่ารวมในตลาดเท่ากับ 14,627 ล้านบาท (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2556) และจากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย จำนวนธุรกรรมการชำระเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้งเติบโตจาก 3,339,000 รายการ ในเดือนกันยายน พ.ศ.2555 เป็น 5,204,000 รายการ ในเดือนกันยายน พ.ศ. 2556 หรือคิดเป็นการเติบโตถึงร้อยละ 55.85 ภายในหนึ่งปี นอกจากการทำธุรกรรมการเงินโดยตรงเหล่านี้แล้ว ประเทศไทยติดอันดับสถิติการใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์คต่างๆ เป็นอันดับต้นๆ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2556) ด้วยเหตุผลนี้ ธนาคารต่างๆ จึงได้พัฒนาแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งและโมบายเว็บบrowser รับผิดชอบต่อวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไป เป็นการจูงใจผู้บริโภคให้หันมาใช้งานมากขึ้น โมบายแบงก์กิ้งและอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งผ่านโมบายเว็บในปัจจุบันได้รับการพัฒนาจนสามารถใช้งานได้อย่างสะดวกสบายเหมือนมีธนาคารติดตัว มีฟังก์ชันให้เลือกทำธุรกรรมได้ครอบคลุม ไม่ว่าจะเป็นโอนเงิน เติมเงิน ชำระค่าสินค้าและบริการ เช็ครายการเดินบัญชี เช็ดยอดบัตรเครดิต หรือสับเปลี่ยนซื้อขายกองทุน เป็นต้น (กิตตินันท์ นาคทอง, 2559)

ธนาคารกรุงไทย ถือเป็นสถาบันการเงินที่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบสารสนเทศ เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น จึงมีการพัฒนารูปแบบการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง หรือที่เรียกว่า KTB Online เป็นการให้บริการในรูปแบบการทำรายการโอนเงิน ชำระบิลต่างๆ ตรวจสอบรายการเดินบัญชี เป็นต้น (ธนาคารกรุงไทย จำกัด, 2560) รวมถึงได้พัฒนารูปแบบการให้บริการเงินฝากอิเล็กทรอนิกส์ หรือเรียกว่า KTB netbank ที่มุ่งตอบโจทย์ให้แก่ผู้บริโภคที่ไม่ชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ได้ เพียงแค่มีสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต หรือไอแพด ก็เหมือนมีธนาคารพร้อมให้บริการได้ทันที ในยุคที่เทคโนโลยีมีการพัฒนารวดเร็วมากขึ้น รวมถึงสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างครบวงจร ไม่ว่าจะเป็นการโอนเงิน การตั้งเวลาโอนล่วงหน้า ชำระค่าสินค้า ชำระค่าบัตรเครดิต เป็นต้น โดยเน้นที่การใช้งานได้อย่างสะดวกสบาย รวดเร็ว และปลอดภัย เหมาะสำหรับชีวิตยุคใหม่ที่ไม่ชอบความยุ่งยากวุ่นวาย ยิ่งไปกว่านั้นด้วยวิสัยทัศน์ของธนาคารในการเป็นธนาคารแสนสะดวก (Convenience Bank) ที่สามารถรองรับและดูแลลูกค้าในทุกภาคส่วน และความมุ่งมั่นของธนาคารกรุงไทยที่จะเป็นที่ยอมรับ (FIRST) ในใจของลูกค้า นำไปสู่การปฏิวัติทางการเงิน โดยนำเทคโนโลยีมาเพิ่มความสะดวกสบายในการใช้บริการ และเปิดอิสระในโลกการเงินอย่างไร้ขีดจำกัด ด้วยบริการ KTB netbank เติมรูปแบบ และเหนือกว่า Internet Banking โดยสมบูรณ์แบบกว่าที่เคย ทันสมัย ใช้งานง่าย ครบถ้วนทุกประเภทบริการ และทุกประเภทบัญชี จากการรวมบริการ KTB netbank และ KTB Online เดิมเข้าไว้ด้วยกัน ทำให้สามารถทำธุรกรรมทางการเงินด้วยตัวเอง การโอนเงินผ่านเบอร์มือถือ หรือ VDO Call สั่งเจ้าหน้าที่ธนาคารทำรายการทางการเงินให้ก็สามารถทำได้ รองรับการใช้งานทั้ง Web และ Application ปลอดภัยด้วย SMS แจ้งเตือนทุกครั้ง Login เข้าระบบ (ธนาคารกรุงไทย จำกัด, 2558)

ในปัจจุบันการให้บริการเงินฝากอิเล็กทรอนิกส์ มีแนวโน้มไปในทิศทางที่ดีมากยิ่งขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภค รวมถึงมีธนาคารพาณิชย์แห่งอื่นนอกเหนือจากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้ออกผลิตภัณฑ์เงินฝากอิเล็กทรอนิกส์มาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยเช่นกัน เช่น เงินฝากอิเล็กทรอนิกส์โดยใช้ชื่อว่า ME บริหารจัดการและกำกับดูแลโดยธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) เป็นการธนาคารรูปแบบใหม่ที่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเอง ที่ไหน เมื่อไหร่ก็ได้ ตลอด 24 ชั่วโมงไม่มีความจำเป็นต้องเดินทางไปสาขาบ่อยๆ จึงสามารถเปลี่ยนต้นทุนการสร้างสาขามาเป็นผลตอบแทนและพัฒนาขั้นตอนการทำธุรกรรมให้ผู้ใช้บริการได้สะดวกมากยิ่งขึ้น เป็นต้น (ธนาคารทหารไทย จำกัด, 2559) จากข้อดีและจุดเด่นในหลายๆด้านของเงินฝากอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ อัตราผลตอบแทนที่สูงกว่า และอัตราค่าธรรมเนียมที่ต่ำกว่า รวมถึงความนิยมในการใช้เงินฝากอิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเงินฝากอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นแนวทางให้แก่ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในการดำเนินธุรกิจและวางแผนการดำเนินงานต่อไป รวมถึงการนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการให้บริการให้มีความสอดคล้องตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปและพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 24 สาขา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ในการบรรยายผลการศึกษาลักษณะทั่วไปและพฤติกรรมของลูกค้า

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ กับธนาคารกรุงไทย และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าสถิติ F-Test (One Way ANOVA) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในการเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพกับการให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ และความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์กับธนาคารกรุงไทย

ผลการศึกษา

ลักษณะทั่วไปกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์แต่ละอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 68.5) อายุระหว่าง 31 – 40 ปี (ร้อยละ 44.0) สถานภาพโสด (ร้อยละ 65.0) จบการศึกษาระดับสูงสุดในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 70.5) มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท (ร้อยละ 58.0) ในด้านพฤติกรรมการใช้บริการพบว่า แหล่งข้อมูลที่สำคัญมากที่สุดที่ทำให้รู้จักบริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ (KTB netbank) คือ พนักงานธนาคารแนะนำ (ร้อยละ 58.0) มีประสบการณ์ในการใช้บริการมากกว่า 1 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 45.5) ใช้บริการเฉลี่ยเดือนละ 1-2 ครั้ง (ร้อยละ 37.0) ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุดคือ 12.01-18.00 น. (ร้อยละ 51.0) ประเภทบริการที่ใช้บริการมากที่สุดคือ สอบถามยอดคงเหลือในบัญชี (Balance) (ร้อยละ 80.0) เหตุผลที่ใช้บริการเพราะใช้งานง่าย (ร้อยละ 76.5 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการคือ ตัวเอง (ร้อยละ 84.0) และจะเลือกใช้บริการธนาคารบนของธนาคารกรุงไทย (KTB Netbank) เพียงแห่งเดียว (ร้อยละ 53.5)

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ กับธนาคารกรุงไทยพบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างลูกค้าให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ กับธนาคารกรุงไทยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74) เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80) โดยอันดับแรกให้ความสำคัญกับรูปแบบการให้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ ทำรายการได้ง่าย และรวดเร็ว ด้านราคา พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77) โดยอันดับแรกให้ความสำคัญกับการให้บริการที่ไม่คิดอัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี ด้านการจัดจำหน่ายพบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89) โดยอันดับแรกให้ความสำคัญกับสามารถใช้บริการได้ทุกพื้นที่ ที่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต (Internet) สามารถเข้าใช้ระบบบริการธนาคารออนไลน์หรือเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ได้ทั้งโทรศัพท์มือถือ Smart Phone คอมพิวเตอร์ ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47) โดยลำดับแรกให้ความสำคัญกับการบริการส่ง E-mail ทำรายการแจ้งไปยังต้นทาง และปลายทาง เพื่อยืนยันการทำรายการผ่านระบบ KTB Netbank ด้านบุคลากร พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62) โดยอันดับแรกให้

ความสำคัญกับพนักงานธนาคาร/พนักงานที่ให้บริการ VDO Call/ Call Center สามารถตอบคำถาม จัดหาข้อมูล และแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้องตรงความต้องการ ด้านกระบวนการ พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81) โดยอันดับแรกให้ความสำคัญกับการส่งข้อความ (Message) หรือ E-Mail แจ้งเตือนทันที ที่มีการใช้งาน (Login) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84) โดยอันดับแรกให้ความสำคัญกับชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้จากการทดสอบหาความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อบริการที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ กับธนาคารกรุงไทยของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าแต่ละอาชีพ พบว่า ลูกค้าแต่ละอาชีพให้ความสำคัญต่อบริการที่มีผลต่อการใช้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ กับธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความพึงพอใจต่อการใช้บริการเงินธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ กับธนาคารกรุงไทยของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79) เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82) โดยอันดับแรกมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการให้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์กับธนาคารกรุงไทยที่มีความหลากหลาย แต่ละประเภททำรายการได้ง่าย และรวดเร็ว ด้านราคา พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78) โดยอันดับแรกมีความพึงพอใจต่อการให้บริการที่ยกเว้นค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมการโอนเงินข้ามเขต KTB Net Fee Zero ภายในธนาคารกรุงไทย ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88) โดยอันดับแรกมีความพึงพอใจต่อการให้บริการที่สามารถเข้าใช้ระบบบริการธนาคารออนไลน์หรือเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ได้ทั้งโทรศัพท์มือถือ Smart Phone, คอมพิวเตอร์ (PC) ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62) โดยอันดับแรกมีความพึงพอใจต่อการบริการส่ง E-mail ทำรายการแจ้งไปยังต้นทาง และปลายทาง เพื่อยืนยันการทำรายการผ่านระบบ KTB Netbank ด้านบุคลากร พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75) โดยอันดับแรกมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานธนาคาร/พนักงานที่ให้บริการ VDO Call/ Call Center มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี การพูดจาสุภาพ และไพเราะ ด้านกระบวนการ พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84) โดยอันดับแรกมีความพึงพอใจต่อระบบการแจ้งเตือนการใช้งาน (Login) การทำธุรกรรมธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การส่งข้อความ (Message) และการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86) โดยอันดับแรกมีความพึงพอใจต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคาร นอกจากนี้จากผลการทดสอบหาความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ กับธนาคารกรุงไทยของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าแต่ละอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าแต่

ละอาชีวะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์กับธนาคารกรุงไทย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัญหาและอุปสรรคของการให้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์กับธนาคารกรุงไทย กลุ่มตัวอย่างลูกค้าผู้ใช้บริการประสบปัญหาในเรื่อง ระบบเครือข่ายทำงานล่าช้า ชัดข้อง หรือไม่สามารถล็อกอินเข้าใช้บริการได้ทันกับความต้องการมากที่สุด รองลงมาคือ ยังไม่เปิดให้บริการในด้านรับชำระค่าโทรศัพท์ ค่าน้ำ ค่าไฟ รหัส (Password) เข้าใช้บริการมีจำนวนหลายตัว ทำให้บางครั้งผู้ใช้บริการลืม และไม่สามารถเข้าใช้บริการได้ หรือหากล็อกอินรหัส (Password) ผิด เป็นต้น

สำหรับข้อเสนอแนะต่อการให้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่างลูกค้าได้เสนอแนะว่า ควรพัฒนาระบบให้เสถียร มีความเร็วสูง รองรับการให้บริการของลูกค้าที่บางช่วงเวลามีจำนวนการเข้าใช้ระบบที่สูงได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มรูปแบบการให้บริการที่หลากหลายสอดคล้องกับความต้องการการให้บริการของลูกค้าที่ครอบคลุมการชำระค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ ค่าโทรศัพท์บ้าน ค่าอินเทอร์เน็ต รวมถึงการกำหนดรหัส (Password) ควรกำหนดให้จำนวนตัวอักษรที่น้อย ง่าย ไม่ยาวจนเกินไป เพื่อการให้บริการที่ง่ายและเร็วขึ้น เป็นต้น

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท มีอายุไม่เกิน 30 ปี ทั้งนี้ แหล่งข้อมูลที่สำคัญอันดับแรกที่ทำให้รู้จักบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ คือ พนักงานธนาคารแนะนำ มีประสบการณ์ในการใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ 1 ปีขึ้นไป ใช้บริการเฉลี่ยเดือนละ 1-2 ครั้ง ช่วงเวลาที่ใช้บริการบ่อยที่สุดคือระหว่าง 12.01-18.00 น. โดยจะใช้บริการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชี (Balance) สำหรับเหตุผลหลักที่ใช้บริการเนื่องจากประหยัดเวลา และใช้งานง่าย บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการคือตนเอง และจะเลือกใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์กับธนาคารกรุงไทยเพียงแห่งเดียว ในปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ 3 ลำดับแรกได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ นอกจากนี้ความพึงพอใจต่อการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างลูกค้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดย 3 ลำดับแรกได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการตามลำดับ

สำหรับข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์นั้น ธนาคารควรมีการระบบการให้บริการให้ใช้งานได้ง่ายและรวดเร็วอยู่เสมอ เพิ่มรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย รวมถึงพัฒนาแอปพลิเคชัน และเว็บไซต์ให้ทันสมัยอยู่เสมอ ปรับปรุงการจัดเก็บค่าธรรมเนียมให้เหมาะสมอยู่เสมอ พัฒนา

ระบบให้เสถียรมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ดำเนินการส่งข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าทันที เมื่อมีการเข้าใช้บริการ เพื่อยืนยันความถูกต้อง และความปลอดภัยจากการใช้บริการของลูกค้า เป็นต้น

สำหรับข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาวิจัยกับกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ (KTB netbank) ด้วย เพื่อใช้เป็นแนวทางที่จะทำให้ทราบถึงสาเหตุที่ผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ (KTB netbank) ตัดสินใจไม่ใช้บริการดังกล่าว และมีการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการเป็นประจำ เพราะจะทำให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก ที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงได้รับคำแนะนำดีชมหรือความคิดเห็นใหม่ๆ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาระบบการให้บริการที่มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

เอกสารอ้างอิง

- กิตตินันท์ นาคทอง . (2559). “ธนาคารบนมือถือ” แบบไหนที่ปลอดภัย-แบบไหนที่เราต้องการ”. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา: <http://www.manager.co.th/Columnist/ViewNews.aspx?NewsID=9590000125566> (เข้าถึงเมื่อ 20 ธันวาคม 2559).
- ธนาคารกรุงไทย จำกัด. (2558). “บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ต”. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา: <https://www.ktbnbank.com/consumer/> (เข้าถึงเมื่อ 12 ตุลาคม 2558).
- ธนาคารกรุงไทย จำกัด. (2560). “เคทีบี เน็ตแบงก์”. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา: <http://www.ktb.co.th/ktb/th/product-detail-precious.aspx?product=nGRIGb%2FCGNtAODESkXocQ%3D%3D>. (เข้าถึงเมื่อ 30 เมษายน 2560).
- ธนาคารทหารไทย จำกัด. (2557). “การเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ME by TMB”. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา: <https://www.mebytmb.com/service> (เข้าถึงเมื่อ 10 ตุลาคม 2558).
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2556). “การสร้างเชื่อมั่นในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่”. กรุงเทพฯ: ฝ่ายตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ.
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2556). “ธนาคารบนมือถือ”. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา: https://www.nectec.or.th/index.php?option=com_weblinks&task=view&catid=96&id=134 (เข้าถึงเมื่อ 25 ธันวาคม 2559).