พฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการ KTB Netbank ธนาคารกรุงไทยใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

Customers' Behavior Towards the Use of KTB Netbank Krung Thai Bank Public Company Limited in Mueang District, Chiang Rai Province

ศรัญญา ปัญจบุรี[1] และ พรทิพย์ เธียรธีรวิทย์[2]
Saranya Panchaburee[1] and Porntip Tianteerawit[2]

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ KTB Netbank ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขาทั่วไป จำนวน 275 คนกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า จำนวน 175 คน รวมทั้งสิ้น 400 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา และการให้น้ำหนักความสำคัญของปัจจัยโดยใช้ลิเคิทสเกล

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขาทั่วไปส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงสมรสแล้ว มีอายุเฉลี่ย 33 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน คือ 10,000 – 20,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ KTB Netbank อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลเป็นลำดับหนึ่ง ได้แก่ ภาพพจน์ที่ดีและความน่าเชื่อถือของธนาคารกรุงไทย ลำดับสอง ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย คือ ความสามารถในการทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมงและทุกสถานที่ที่มีระบบอินเตอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างใช้บริการ KTB Netbank เฉลี่ยคนละ 2 ปี ช่วงเวลาที่นิยมใช้คือ ช่วงเวลา 12:01 น. – 18:00 น. จำนวนครั้งที่ใช้เฉลี่ยคนละ 10 ครั้ง/เดือน ส่วนใหญ่ใช้บริการทางด้านการตรวจสอบยอดคงเหลือในบัญชี และการโอนเงินระหว่างบัญชีกรุงไทยภายในเขตโอนเงินระหว่างบัญชีกรุงไทยข้ามเขตและโอนเงินไปยังบัญชีต่างธนาคาร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงสมรสแล้ว อายุเฉลี่ย 33 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน คือ 10,000 – 20,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ KTB Netbank อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลเป็นลำดับหนึ่ง ได้แก่ ภาพพจน์ที่ดีและความน่าเชื่อถือของธนาคารกรุงไทย ลำดับสอง ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย คือ ความสามารถในการทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมงและทุกสถานที่ที่มีระบบอินเตอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างใช้บริการ KTB Netbank เฉลี่ยคนละ 2 ปี ช่วงเวลาที่นิยมใช้คือ ช่วงเวลา 12:01 น. – 18:00 น. จำนวนครั้งที่ใช้เฉลี่ยคนละ 10 ครั้ง/เดือน ส่วนใหญ่ใช้บริการทางด้านการตรวจสอบยอดคงเหลือในบัญชี และการโอนเงินระหว่างบัญชีกรุงไทยภายในเขต โอนเงินระหว่างบัญชีกรุงไทยข้ามเขตและโอนเงินไปยังบัญชีต่างธนาคาร

คำสำคัญ: พฤติกรรมของลูกค้า, KTB Nethbank,ปัจจัยในการเลือกใช้บริการ , ธนาคารกรุงไทย จังหวัดเชียงราย

ABSTRACT

This study has the objective to examine factors and behavior related to the decision of customers of Krungthai Bank (Public Company Limited) in Mueang District of Chiang Rai Province to use KTB Netbank service. Relevant information was collected using questionnaire from 275 KTB customers who used banking services of general branches and 175 KTB customers who did so at branches located in department stores, providing totally 400 observations. The analysis was performed upon the results of descriptive statistics and Likert's scale rating for importance ranking of various factors.

The study on the KTB customers who used services of general branches revealed that the majority of them could be described as female, married, 33 years old on the average, with bachelor's degree education, employed as government officer and state enterprise worker, and earning averagely 10,000 – 20,000 baht monthly income. The most important factor influencing their decision to use KTB Netbank service was found to be the good corporate image and the trustworthiness of Krungthai Bank followed by the factor of distribution since the system enables customers to make banking transactions at any time of the 24 hours and at anywhere that has internet system. Customers in this group have used KTB Netbank for two years on the average, most often during 12.01 – 18.00 p.m., with the frequency of 10 times per month on the average. Most of them used the Netbank features in terms of checking account balance, and transfer of fund from one KTB account to another KTB account within the same region or in different region, and from one KTB account to another account in other banks.

On the KTB customers who used KTB service at branches located in department stores, the study found that most of them were typically female, married, 33 years old on the average, having bachelor's degree education, employed as private company employee, and earning averagely 10,000 20,000 baht monthly income. Similarly, the most influential factor for these customers' decision to use KTB Netbank service was found to be the good corporate image and the trustworthiness of Krungthai Bank while the next most important factor was distribution because of the 24-hour possibility to make any banking transactions and at anywhere having internet system. Most KTB customers in this group have used KTB Netbank for one year, often during 12.01 -18.00 p.m., and at the frequency of 10 times per month. The most frequently used features of KTB Netbank were those for checking the account balance, and transferring fund between one KTB account and another KTB account in the same or different region, and from one KTB account to other accounts in different banks.

Keyword: Customers' Behavior**,** KTB Netbank , Factors influencing**,** Krungthai Bank in Chiang Rai Province.

ที่มาและความสำคัญ

ในปัจจุบันระบบอินเตอร์เน็ตมีบทบาทและมีความสำคัญต่อชีวิตคนเราอย่างมากเพราะทำให้ชีวิตของเรานั้นมีความทันสมัย ทันโลก ทันเหตุการณ์อยู่ตลอดเวลา และสารสนเทศในระบบอินเตอร์เน็ตนั้นมีมากมายหลายรูปแบบ และจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเพื่อตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้อยู่เสมอ

ข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทยพบว่า ในปี พ.ศ.2557 จำนวนธุรกรรมการชำระเงินผ่านอินเตอร์เน็ตแบงค์กิ้งมีจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ 9,960,419 บัญชี ได้เพิ่มขึ้น เป็น 11,964,561 บัญชีในปี พ.ศ. 2558 โดย เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 20.12 ส่วนของมูลค่ารายการในปี พ.ศ.2557 มีมูลค่า 19,862พันล้านบาท ได้เพิ่มขึ้น เป็น 23,882 พันล้านบาท ในปี พ.ศ.2558 เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 20.24 และจำนวนธุรกรรมการชำระเงินผ่านโมบายแบงค์กิ้งจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการในปี 2557 จำนวน 6,229,960 บัญชี ได้เพิ่มขึ้น เป็น 10,428,721 บัญชี ในปี พ.ศ.2558 เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 126.90 ส่วนของมูลค่ารายการในปี พ.ศ.2557 มีมูลค่า 1,364 พันล้านบาทได้เพิ่มขึ้นเป็น 2,570 พันล้านบาท ในปี พ.ศ.2558 เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 88.42 ซึ่งถือว่าเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงมากเนื่องจากการใช้งานสมาร์ทโฟนที่เพิ่มขึ้นด้วย (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการโมบายแบงค์กิ้งและอินเตอร์เน็ตแบงค์กิ้งของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ของไทย

ลำดับ	รายการ	ปี 2557	ปี 2558	อัตราที่เพิ่มขึ้น (%)
ธุรกรรมการชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงค์กิ้ง				
1	จำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ	9,960,419	11,964,561	20.12
2	ปริมาณรายการ (พันรายการ)	186,624	203,321	8.95
3	มูลค่ารายการ (พันล้านบาท)	19,862	23,882	20.24
ธุรกรรมการชำระเงินผ่านโมบายแบงค์กิ้ง				
1	จำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ	6,229,960	10,428,721	67.40
2	ปริมาณรายการ (พันรายการ)	109,350	248,112	126.90
3	มูลค่ารายการ (พันล้านบาท)	1,364	2,570	88.42

ที่มา :ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2559

ธนาคารพาณิชย์เป็นตัวกลางทางการเงินในการซื้อสินค้าและบริการผ่านทางอินเตอร์เน็ตซึ่งสามารถทำได้สะดวก รวดเร็ว ง่ายดาย รวมไปถึงการชำระค่าสินค้าและบริการ โดยที่ผู้ซื้อสามารถชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น การโอนเงินผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร ผ่านบัตรอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ผ่านตู้เอทีเอ็ม เป็นต้น จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ธนาคารต่าง ๆ มีการพัฒนาแอพพลิเคชั่นธุรกรรมทางอิเลคทรอนิกส์เพื่อมารองรับไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไปของผู้คน

และเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้งานธุรกรรมทางอิเลคทรอนิกส์มากขึ้น ทั้งทางด้านโมบายแบงค์กิงและอินเทอร์เน็ตแบงค์กิ้ง และในปัจจุบันแอพพลิเคชั่นได้มีการพัฒนาให้ใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว มีรูปแบบให้เลือกใช้ทำธุรกรรมได้ครอบคลุมหลากหลาย เช่น การโอนเงินข้ามบัญชี การเติมเงิน การชำระค่าสินค้าและบริการ เช็ครายการเดินบัญชี เช็คยอดบัตรเครดิต รวมไปถึงการสับเปลี่ยนซื้อขายกองทุน เป็นต้น

บมจ.ธนาคารกรุงไทย เป็นธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งที่มีระบบการใช้งานทางด้านอินเตอร์เน็ตแบงค์กิ้งและโมบายแบงค์กิ้งเพื่อให้บริการแก่ลูกค้า โดยมีชื่อเรียกว่า KTB Netbank คือสามารถเข้าใช้งานได้ทุกทีผ่านทางคอมพิวเตอร์เมื่อเชื่อมต่อผ่านอินเตอร์เน็ต และใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือที่เชื่อมต่อกับอินเตอร์เน็ตได้ก็สามารถใช้บริการ KTB Netbank ได้ โดยไม่จำกัดเครือข่าย ไม่ต้องเปลี่ยนซิม บริการของ KTB Netbank ได้ให้บริการในด้านการบริการด้านบัญชี บริการโอนเงิน บริการชำระค่าสินค้าและบริการ บริการด้านเช็คและบัตร สามารถสมัครได้ 3 ช่องทางคือ สมัครที่สาขาของธนาคาร หรือสมัครที่เครื่อง ATM/ADM ของธนาคารกรุงไทย หรือสมัครผ่านระบบอินเตอร์เน็ต โดยระบบ KTB Netbank เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง เมื่อพิจารณาจำนวนผู้ใช้บริการบัญชีและผู้ใช้บริการ KTB Netbank ของธนาคารกรุงไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายพบว่า จำนวนผู้ใช้บัญชีในปี พ.ศ. 2557 มีจำนวน 100,324 บัญชี ได้เพิ่มขึ้นเป็น 135,453 บัญชี ในปี พ.ศ.2558 เพิ่มขึ้นร้อยละ 35 ส่วนผู้ใช้บริการ KTB Netbank ของธนาคารกรุงไทยในปี พ.ศ. 2557 มีจำนวน 4,123 ราย เพิ่มขึ้นเป็น 5,945 ราย ในปี พ.ศ.2558 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 44.2 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 จำนวนผู้ใช้บริการบัญชีและผู้ใช้บริการ KTB Netbank ของธนาคารกรุงไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ในปี 2557 - 2558

สาขา	จำนวนผู้ใช้บริการบัญชีเงินฝาก (บัญชี)		อัตราที่เพิ่มขึ้น (%)	จำนวนผู้ใช้บริการ KTB Netbank (ราย)		อัตราที่เพิ่มขึ้น (%)
	ปี 2557	ปี 2558		ปี 2557	ปี 2558	
1. สาขาทั่วไป	**80,144**	**107,648**	**34.3**	**2,839**	**4,077**	**43.6**
1.1 เชียงราย	36,111	44,998	24.6	1,094	1,598	46
1.2 ห้าแยกพ่อขุนเม็งราย	17,883	24,843	38.9	867	1,124	29.6
1.3 ตลาดบ้านดู่	12,985	18,998	46.3	388	569	46.6
1.4 เด่นห้าเชียงราย	6,575	8,780	33.5	211	346	64
1.5 ตลาดป่าก่อ	3,984	6,936	74.1	134	231	72.4
1.6 ศาลากลางจ.เชียงราย	2,606	3,093	18.7	145	209	44.1
2. สาขาในห้างสรรพสินค้า	**20,180**	**27,805**	**37.8**	**1,284**	**1,868**	**45.5**
2.1 บิ๊กซีเชียงราย	14,269	18,821	31.9	489	770	57.5
2.2 เซ็นทรัลพลาซ่าเชียงราย	5,911	8,984	52	795	1,098	38.1
รวม	**100,324**	**135,453**	**35**	**4,123**	**5,945**	**44.2**

ที่มา : ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานเขตจังหวัดเชียงราย, 2558

จะเห็นได้ว่าจำนวนลูกค้าของธนาคารกรุงไทยทั้ง 8 สาขา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่ใช้บริการ KTB Netbank นั้นมีจำนวนเพิ่มขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคเริ่มเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยีที่พัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง และการเข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่ายขึ้นในยุคสมัยใหม่ โดยสามารถเข้าถึงทุกที่ ทุกเวลา สะดวก รวดเร็ว และประหยัดทั้งทางด้านค่าใช้จ่ายและเวลามากขึ้น ดังนั้นในที่นี้เป็นการศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการ KTB Netbank ของธนาคารกรุงไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ซึ่งผลการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารในการนำไปปรับปรุงและเสริมสร้างศักยภาพในการให้บริการของ KTB Netbank ให้ตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด และจะนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการผ่านระบบ KTB Netbank ของธนาคารและตอบสนองตรงกับความต้องการของลูกค้า

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ KTB Netbank ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ KTB Netbank ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

วิธีการศึกษา

การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขาทั่วไป (6 สาขา) จำนวน 275 ราย และผู้ใช้บริการในสาขาห้างสรรพสินค้า (2 สาขา) จำนวน 125 ราย รวมทั้งสิ้น 400 ราย โดยมีวิธีการดังนี้

1. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ KTB Netbank ของลูกค้าธนาคารกรุงไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ซึ่งประกอบด้วย 7 ปัจจัยหลักคือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) การส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านกระบวนการ 7) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ KTB Netbank จะให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็น แบบลิเคิร์ท สเกล เป็น 5 ระดับ

2. การศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ KTB Netbank ของลูกค้าธนาคารกรุงไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย ระยะเวลาในเปิดใช้บริการบัญชี ระยะเวลาในการใช้บริการ KTB Netbank ช่วงเวลาในการใช้บริการ จำนวนครั้งในการใช้บริการ สถานที่ที่ใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ เครื่องมือสื่อสารที่ใช้ KTB Netbank ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ จำนวนเงินเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการ ค่าธรรมเนียมเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการ แหล่งข้อมูลที่ทราบในการใช้บริการ และผู้แนะนำในการใช้บริการ หัวข้อนี้ทำการวิเคราะห์ ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขาทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70.5 อายุเฉลี่ย 33 ปี จบการศึกษาศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 63.3 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท

คิดเป็นร้อยละ 52.0 จำนวนสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ยจำนวน 4 คน มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงราย คิดเป็นร้อยละ 81.1 และอาศัยอยู่บ้านตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 48.0

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ KTB Netbank ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขาทั่วไป อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 โดยปัจจัยที่มีผลเป็นลำดับหนึ่ง คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41) ซึ่งประกอบด้วย ภาพพจน์ของธนาคารกรุงไทยและความน่าเชื่อถือของธนาคารกรุงไทย ลำดับสองคือ ด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39) ซึ่งประกอบด้วย ลูกค้าสามารถทำรายการได้ทุกสถานที่ที่มีระบบอินเตอร์เน็ต และลูกค้าสามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทุกเครือข่าย โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องเครือข่าย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ KTB Netbank ในสาขาทั่วไป ของธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เปิดใช้บริการบัญชีเฉลี่ย 8 ปี ใช้บริการ KTB Netbank เฉลี่ย 2 ปี กลุ่มตัวอย่างทุกคนใช้บริการบัญชีออมทรัพย์ สมัครใช้บริการผ่านสาขาของธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 59.3 ใช้บริการในช่วงเวลา 12:01 – 18:00 น. คิดเป็นร้อยละ 42.2 ใช้บริการ KTB Netbank เฉลี่ย 10 ครั้ง/เดือน ใช้บริการที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 81.8 ใช้บริการผ่านคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ คิดเป็นร้อยละ 56.0 กลุ่มตัวอย่างใช้บริการโอนเงิน คิดเป็นร้อยละ 88.0 จำนวนเงินในการใช้บริการมีจำนวนเงินเฉลี่ยต่อครั้งคือ ไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.5 ค่าธรรมเนียมเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้งคือ 14 บาท รับรู้ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต/เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 63.6 ผู้แนะนำในการใช้บริการ คือ เจ้าหน้าที่ธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 44.0 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับ มาก และมีแนวโน้มที่จะใช้บริการ KTB Netbank ในอีก 2 ปีข้างหน้าทุกคน (ตารางที่ 3)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า

กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 74.4 มีอายุเฉลี่ย 33 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 54.4 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.4 จำนวนสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ยจำนวน 4 คน มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงราย คิดเป็นร้อยละ 80.0 และอาศัยอยู่บ้านตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 54.4

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ KTB Netbank ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้าอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 โดยปัจจัยที่มีผลเป็นลำดับหนึ่ง คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44) ซึ่งประกอบด้วย ภาพพจน์ของธนาคารกรุงไทย และความน่าเชื่อถือของธนาคารกรุงไทย ลำดับสองคือ ด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39) ซึ่งประกอบด้วย ลูกค้าสามารถทำรายการได้ทุกสถานที่ที่มีระบบอินเตอร์เน็ต และลูกค้าสามารถสมัครใช้บริการได้ที่สาขาของธนาคารกรุงไทยได้ทุกแห่งทั่วประเทศ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ KTB Netbank สาขาในห้างสรรพสินค้า ของธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เปิดใช้บริการบัญชีเฉลี่ย 4 ปี ใช้บริการ KTB Netbank เฉลี่ย 2 ปี กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดใช้บริการบัญชีออมทรัพย์ สมัครใช้บริการผ่านสาขาของธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 68.8 ใช้บริการในช่วงเวลา 12:01 – 18:00 น. คิดเป็นร้อยละ 51.2 ใช้บริการ KTB Netbank เฉลี่ย 10 ครั้ง/เดือน ใช้บริการที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 87.2 ใช้บริการผ่านสมาร์ทโฟนระบบ Android คิดเป็นร้อยละ 46.4 กลุ่มตัวอย่างใช้บริการตรวจสอบยอดเงินคงเหลือในบัญชี คิดเป็นร้อยละ 94.4 จำนวนเงินในการใช้บริการมีจำนวนเงินเฉลี่ยต่อ

ครั้งคือ ไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.4 ค่าธรรมเนียมเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้งคือ 15 บาท รับรู้ข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 76.0 ผู้แนะนำในการใช้บริการ คือ เจ้าหน้าที่ธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 59.2 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับ มาก และมีแนวโน้มที่จะใช้บริการ KTB Netbank ในอีก 2 ปีข้างหน้าทุกคน (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 พฤติกรรมในการใช้บริการ KTB Netbank ของลูกค้าธนาคารกรุงไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

รายการ	สาขาทั่วไป	สาขาในห้างสรรพสินค้า
1. ระยะเวลาในการเปิดใช้บริการบัญชีเฉลี่ย (ปี)	8	4
2. ระยะเวลาในการใช้บริการ KTB Netbank เฉลี่ย (ปี)	2	2
3. ใช้บริการผ่านสาขาของธนาคารกรุงไทย (ร้อยละ)	59.3	68.8
4. ใช้บริการ KTB Netbank ในช่วงเวลา 12:01 - 18:00 น. (ร้อยละ)	42.2	51.2
5. จำนวนครั้งในการใช้บริการ KTB Netbank เฉลี่ยต่อเดือน (ครั้ง)	10	10
6. สถานที่ที่ใช้บริการ KTB Netbank (ร้อยละ)	ที่ทำงาน 81.8	ที่บ้าน 51.2
7. เครื่องมือสื่อสารที่ใช้ในการเข้าถึงการใช้บริการ KTB Netbank (ร้อยละ)	คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ 56.0	สมาร์ทโฟนระบบ Android 46.4
8. ประเภทธุรกรรมในการใช้บริการผ่าน KTB Netbank (ร้อยละ)	โอนเงิน 88.0	ตรวจสอบยอดเงินคงเหลือ 94.4
9. จำนวนเงินเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการไม่เกิน 10,000 บาท (ร้อยละ)	62.5	66.4
10. ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการเฉลี่ยต่อครั้ง (บาท)	14	15
11. แหล่งการรับรู้ข้อมูลที่ทราบในการใช้บริการ KTB Netbank (ร้อยละ)	อินเตอร์เน็ต/เว็บไซต์ 63.6	เจ้าหน้าที่ธนาคาร 76.0
12. ผู้แนะนำในการใช้บริการ KTB Netbank (ร้อยละ)	เจ้าหน้าที่ธนาคาร 44.0	เจ้าหน้าที่ธนาคาร 59.2
13. ความพึงพอใจในการใช้บริการ KTB Netbank	มาก	มาก

ที่มา : จากการศึกษา

สรุปและข้อเสนอแนะ

1) สรุปผลการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขาทั่วไปและในห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุเฉลี่ย 33 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้อยู่ระหว่าง 10,0001 – 20,000 บาท/เดือน มีการใช้บริการ KTB Netbank มานานเฉลี่ยคนละ 2 ปี โดยทำการโอนเงินและตรวจสอบยอดเงินคงเหลือในบัญชี

2) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. จากการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีอายุเฉลี่ย 33 ปี ซึ่งเป็นผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน ดังนั้นธนาคารควรจะมีการเพิ่มการบริการให้มีความเหมาะสมและดึงดูดให้ผู้ใช้บริการในกลุ่มนี้สามารถทำรายการและเข้าถึงการบริการต่าง ๆ ได้มากขึ้น รวมไปถึงควรมีการส่งเสริมให้กลุ่มอาชีพอื่น ๆ เช่น พนักงานบริษัทเอกชน หรือ เจ้าของกิจการต่าง ๆ มาใช้บริการให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า รายได้และค่าธรรมเนียมให้กับทางธนาคาร

2. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลมากเป็นสองลำดับแรก ได้แก่ ภาพพจน์และความน่าเชื่อถือของธนาคารกรุงไทย และปัจจัยที่มีผลเป็นลำดับสอง คือ ด้านการจัดจำหน่ายซึ่งประกอบไปด้วย สามารถทำรายการได้ทุกสถานที่ที่มีระบบอินเตอร์เน็ต สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทุกเครือข่าย โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องเครือข่าย ดังนั้นธนาคารควรมีการรักษาภาพพจน์ที่ดีและสร้างความน่าเชื่อถืออย่างต่อเนื่อง เพื่อจะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในการที่จะใช้บริการต่อไปและควรมีการพัฒนาการให้บริการในด้านระบบอินเตอร์เน็ตให้ระบบมีความเสถียรพร้อมรองรับการให้บริการได้ดีอยู่เสมอ

3. จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ KTB Netbank ลำดับสุดท้าย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย การได้รับการชักจูงจากพนักงานธนาคาร/พนักงาน Call Center ให้ใช้บริการ เนื่องจากทางธนาคารเพิ่งเน้นนโยบายส่งเสริมให้ลูกค้าใช้บริการผ่าน KTB Netbank ในช่วงปี 2559 และในปีที่ผ่านมายังไม่ค่อยมีการส่งเสริมให้ลูกค้าใช้บริการมากนัก จึงทำให้ลูกค้ารับรู้ข้อมูลข่าวสารได้น้อย และการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์และสิ่งตีพิมพ์ เนื่องจากทางธนาคารยังมีการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ ค่อนข้างน้อย จึงทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ข่าวสารด้านการให้บริการ KTB Netbank ได้น้อย ทางธนาคารจึงควรให้มีการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้และทราบถึงการให้บริการ KTB Netbank

4. จากการศึกษา พบว่าประเภทธุรกรรมทางการเงินที่ใช้บริการส่วนใหญ่ คือ การตรวจสอบยอดเงินคงเหลือในบัญชี และการโอนเงิน โดยมีทั้งการโอนเงินระหว่างบัญชีกรุงไทยในเขต การโอนเงินระหว่างบัญชีกรุงไทยข้ามเขต และการโอนเงินไปยังบัญชีต่างธนาคาร ดังนั้นทางธนาคารควรมีการพัฒนาระบบและปรับปรุงข้อมูลให้ถูกต้อง สะดวกและรวดเร็ว ใช้งานได้ง่าย รวมทั้งข้อมูลต้องมีความชัดเจน ครอบคลุมได้ตามความต้องการในการใช้บริการของผู้ใช้ และมีการพัฒนาระบบให้มีความเสถียรอยู่เสมอ

5. จากการศึกษาพบว่าแหล่งการรับรู้ข้อมูลที่ทราบส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต/เว็บไซต์ และจากเจ้าหน้าที่ธนาคาร ดังนั้นทางธนาคารจึงควรส่งเสริมในด้านการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านระบบอินเตอร์เน็ต/เว็บไซต์ ให้มากขึ้น และควรให้พนักงานประชาสัมพันธ์และแนะนำการใช้บริการ KTB Netbank ให้กับลูกค้า เพื่อจะทำให้ลูกค้าได้รับรู้และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสนใจเข้ามาใช้บริการ KTB Netbank มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ธนาคารกรุงไทย. 2558. KTB Portal. สืบค้นเมื่อ 23 มีนาคม 2559, จาก http://www.intranet.ktb

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2559. ธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Mobile และ Internet banking ปี 2557 - 2558. สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2559, จาก http://www2.bot.or.th/statistics/ReportPage.aspx? reportID=688& language=th