

b154455

พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของประชาชน
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ณัฐวดี ปิ่นทองคำ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ)
โครงการร่วมระหว่างคณะบริหารธุรกิจและสำนักการศึกษาระบบสารสนเทศ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

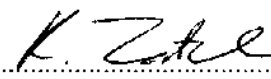
2550

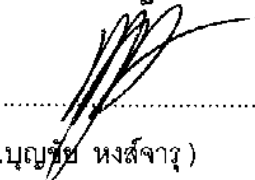
พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของประชาชน
ในเขตกรุงเทพมหานคร

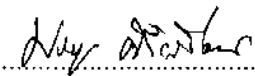
ณัฐวุฒิ ปิ่นทองคำ

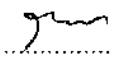
โครงการร่วมระหว่างคณะบริหารธุรกิจและสำนักการศึกษาระบบสารสนเทศ

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์..... ประธานกรรมการ
(ดร.ชัยวรรณ กนิษฐ์พงศ์)

รองศาสตราจารย์..... กรรมการ
(ดร.บุญชัย หงส์จากรู)

อาจารย์..... กรรมการ
(ดร.ประเสริฐ ศรีเสวีวรรณ)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์..... ผู้อำนวยการหลักสูตร
(วนิดา จันทจุฑากร)

วันที่ ๒๐ เดือน.....ปี.....พ.ศ. 2550

บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของประชาชนใน เขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	ณัฐวดี ปิ่นทองคำ
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ)
ปีการศึกษา	2550

ในทุกอุตสาหกรรม เทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทในการปรับเปลี่ยนรูปแบบไปจากเดิม รูปแบบการทำธุรกิจแบบใหม่ถูกนำเข้ามาแทนที่แบบเก่าและองค์กรได้วางรูปแบบกลยุทธ์ที่มีระบบสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ รวมไปถึงกลยุทธ์ในการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ในอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ก็เช่นเดียวกัน เทคโนโลยีสารสนเทศได้มีส่วนอย่างมากในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และให้ความสะดวกสบายในการบริการแก่ลูกค้า อีกทั้งความพยายามของธนาคารพาณิชย์ในการใช้อินเทอร์เน็ตเข้ามาให้บริการทางการเงิน เป็นที่มาของความสนใจในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังต่อไปนี้

- เพื่อศึกษาลักษณะประชากรกับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
- เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกับการใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
- เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
- เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของธนาคารบนอินเทอร์เน็ตกับการตัดสินใจใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

การทำวิจัยครั้งนี้จะแบ่งเป็นสองส่วน ส่วนแรกทำการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของธนาคารบนอินเทอร์เน็ต จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกธนาคารผู้ให้บริการบนอินเทอร์เน็ต ส่วนที่สองทำการวิจัย

เชิงสำรวจ โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ซึ่งเป็นผู้ที่ใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ต เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ซึ่งประมวลโดยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยพบว่าในปัจจุบันทั้งธนาคารและภาคสถาบันการเงินได้มีการเปิดให้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าได้ทำธุรกรรมผ่านทางอินเทอร์เน็ตซึ่งประกอบไปด้วยการสอบถามยอดบัญชี การโอนเงิน การชำระรายการเกี่ยวกับบัตรเครดิต การชำระเงินกู้ ตัวสัญญาใช้เงิน เพราะฉะนั้น ธนาคารบนอินเทอร์เน็ตจึงอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าของธนาคารในการทำธุรกรรมต่างๆ โดยไม่ต้องเดินทางไปใช้บริการที่ธนาคาร ลูกค้าอยู่ที่ไหนก็ตาม ก็สามารถทำธุรกรรมของตนเองได้ โดยไม่ต้องเดินทางเพื่อไปธนาคาร อีกทั้งช่วยลดต้นทุนในการทำธุรกรรมของธนาคาร

ผลการศึกษาช่วยให้เข้าใจความต้องการของการใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ต การศึกษาครั้งนี้จะช่วยให้ธนาคารสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าและระบุกลุ่มลูกค้าได้เป้าหมายโดยการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า

ความเข้าใจในเรื่องพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญเพราะพฤติกรรมการใช้งานมีผลต่อสิ่งที่ตามมาหลาย ๆ อย่าง (การใช้บริการซ้ำ, การพูดถึงในเชิงบวก ฯลฯ) ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ช่วยให้ผู้วิจัยมีความเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าเกี่ยวกับการใช้บริการและความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ต โดยผลจากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน สามารถรักษาลูกค้า และยังคงดึงดูดลูกค้าใหม่ๆ ได้อีกด้วย

ABSTRACT

Title of Thesis	A Study of Consumer Behavior Using Internet Banking Service in Bangkok
Author	Mr Natawudh Pintongkam
Degree	Master of Science (Information Technology Management)
Year	2007

In every industry, Information Technology is revolutionizing the way business is conducted. New business models are replacing outdated ones and organizations are rethinking business process designs and customer relationship management strategies. This study examines bankers' views on providing banking services to customers using the web. Specifically, it addresses issues such as the strategic need for Internet banking, its effect on customer-bank relationships, and customers' experiences in Internet banking. Therefore, the objectives of this research are as follows:

1. To study the demographic characteristic and the consumers' usage behavior on Internet Banking service in Bangkok.
2. To study the consumers' usage behavior from general banking service and Internet Banking service in Bangkok.
3. To study the consumers' information acknowledgement and the consumers' usage behavior on Internet Banking service in Bangkok.
4. To study the several of market communication strategies through the market mixture of Internet Banking and the customers' usage decision making on Internet Banking service in Bangkok.

The process of this research will be divided into two parts. The first part is to conduct qualitative research" by analyzing patterns and contents of the Internet-

Banking, then apply the information or data resulted from the analysis to be the guideline for the in-depth interview of the executives of the Banks that provide Internet services. The second part is to conduct survey research by studying a total of 400 samples of banking customers. The tool used to gather the information is questionnaires. Data analysis for frequency, percentage, mean is processed by SPSS computer program. The results of this research are as follows:

At present, banks and financial institutions have introduced and provided Internet banking which allow customers to do their transactions online. These include balance enquiry, money transfer, and application for credit card, loan payment and bill payment over the Internet. It is found that Internet banking has become a new wave for the financial sector since it provides lower cost of transactions, creates a new stream by attracting customers with easy access and unlimited time and place for banking transactions.

The results of the study help us understand potential demand for Internet banking and help the banks segment the customers and identify the ones they want to target for Internet banking by using behavior analysis.

Understanding consumer behavior with Internet banking is particularly important because a high level of behavior is associated with several key outcomes (c.g. repeat purchase, positive word-of-mouth, etc.). In the current study, the dimensions addressed can greatly assist researchers to understand how consumers satisfy with Internet banking. Moreover, the results of this study can help the banks to achieve competitive advantage and to retain customers as well as attract potential ones.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ เรื่อง "พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร" เสร็จสมบูรณ์ได้ เนื่องจากบุคคลหลายท่านได้กรุณาให้ความช่วยเหลือ คำปรึกษา คำแนะนำ ความคิดเห็น และกำลังใจ

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ รศ.ดร.บุญชัย หงส์จารุ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้เสียสละเวลามาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ตลอดจนการเอาใจใส่ในการตรวจแก้ไขเนื้อหา และปรับปรุงข้อบกพร่องต่างๆ จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์อันได้แก่ ผศ.ดร.ธวัชวรรณ กนิษฐพงศ์, ดร.ประเสริฐ ศิริเสวีวรรณ ที่กรุณาให้คำปรึกษาและให้แนวคิดตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งเขียนวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จเป็นรูปเล่มรวมถึงขอขอบพระคุณ ผศ.วนิดา จันทจุจากร สำหรับข้อเสนอแนะในการปรับปรุงวิทยานิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ในสำนักการศึกษาระบบสารสนเทศ และคณะบริหารธุรกิจทุกท่าน ที่ได้สร้างพื้นฐานทางวิชาการให้ผู้วิจัยสามารถทำวิทยานิพนธ์ได้สำเร็จลุกลงไปด้วยดีรวมถึงเจ้าหน้าที่โครงการฯ ทุกท่านโดยเฉพาะ คุณอารีวัลย์ ทองเงิน (พี่แหวน) ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานเป็นอย่างดี

ขอบคุณเจ้าหน้าที่ของธนาคาร ที่ได้ให้ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์อย่างครบถ้วน และให้ความร่วมมือช่วยตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้วิทยานิพนธ์ของผู้เขียนลุล่วง

ขอบคุณเพื่อนๆ ที่ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และ หลักสูตรบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับมิตรภาพและกำลังใจที่มีให้

ขอบคุณธนาคารทั้ง 3 แห่ง ที่กรุณาให้สัมภาษณ์และให้ข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ทำให้งานวิจัยสำเร็จบรรลุตามเป้าหมาย

ท้ายสุดนี้ ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และขอบคุณน้องของผู้เขียนที่ได้ช่วยส่งเสริมสนับสนุนกระตุ้นเตือน และเป็นกำลังใจตลอดมาให้ผู้เขียนจัดทำวิทยานิพนธ์

ณัฐวุฒิ ปิ่นทองคำ

กันยายน 2550