

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การประเมินผลโครงการระบบ Bualuang iBanking  
และผลตอบรับจากการนำระบบมาใช้ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)  
The Evaluation and Feedback of Operating Bualuang iBanking  
Project of Bangkok Bank Public Company Limited



โดย

นางสาวดารารัตน์ พบวงษ์ รหัสนักศึกษา 48040722

นางสาวระวีวาร เย็นสุคนธ์ รหัสนักศึกษา 48040737

วันที่  
๑๕ มิ.ย.  
๒๕๕๑

เลขหมู่.....  
เลขทะเบียน..... 102835  
วัน,เดือน,ปี..... 20 ส.ค. 2552



ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรเทคโนโลยีการจัดการ  
สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ  
ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร  
คณะเทคโนโลยีการเกษตร  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร  
ปีการศึกษา 2551

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร  
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

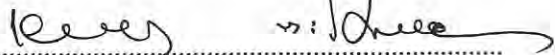
เรื่อง  
การประเมินผลโครงการระบบ Bualuang iBanking  
และผลตอบรับจากการนำระบบมาใช้ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)  
The Evaluation and Feedback of Operating Bualuang iBanking  
Project of Bangkok Bank Public Company Limited

โดย  
นางสาวดารารัตน์ พบวงษ์ รหัสนักศึกษา 48040722  
นางสาวระวีวาร แยมสุคนธ์ รหัสนักศึกษา 48040737

รายงานฉบับนี้ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาวิชาปัญหาพิเศษ หลักสูตร วท.บ. (เทคโนโลยีการจัดการ)

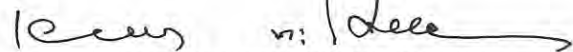
เมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ.....



(รองศาสตราจารย์ เสาวรีย์ ตะโพนทอง)

หัวหน้าภาควิชา.....



(รองศาสตราจารย์ เสาวรีย์ ตะโพนทอง)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์ 2 ท่าน ได้แก่ รองศาสตราจารย์เสาวรีย์ ตะโพนทอง ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ และ รองศาสตราจารย์ ดร. กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร กรรมการปัญหาพิเศษ ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำปรึกษา ชี้แนะ และตรวจสอบแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ โดยละเอียด ตลอดจนให้คำสั่งสอนที่เป็นประโยชน์ ทำให้ ปัญหาพิเศษมีความสมบูรณ์ รวมทั้งคณาจารย์ในภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือตั้งแต่เริ่มศึกษาและประสิทธิประสาทวิชาตามหลักสูตรการศึกษาในระดับปริญญาตรี อีกทั้งพี่ ๆ ที่เป็นเจ้าหน้าที่ในภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรทุกท่าน ซึ่งให้คำแนะนำพร้อมกับอำนวยความสะดวกในทุก ๆ เรื่อง ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ขอขอบคุณผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิตภัณฑ์ และช่องทางบริการของธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่สีลม ที่ให้ข้อมูลในการศึกษาเพื่อทำปัญหาพิเศษเรื่องนี้ รวมทั้งบุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทุกท่านที่ได้ตอบแบบสอบถาม และให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการทำปัญหาพิเศษเป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อคุณแม่อันเป็นที่รักและเคารพอย่างสูง ที่ให้ความช่วยเหลือด้านทุนทรัพย์ และเป็นกำลังใจด้วยดีตลอดมา รวมถึงบุคคลต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และไม่ได้อีกแล้วไว้ในที่นี้ แต่ได้ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้กับผู้ศึกษา จนงานทุกอย่างสำเร็จตามเป้าหมาย

ดารารัตน์ พวงษ์  
ระวีวาร แยมสุคนธ์  
กุมภาพันธ์ 2552

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทคัดย่อปัญหาพิเศษ

ปีการศึกษา 2551

เรื่อง การประเมินผลโครงการระบบ Bualuang iBanking และผลตอบรับจากการนำระบบมาใช้ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

The Evaluation and Feedback of Operating Bualuang iBanking Project of Bangkok Bank Public Company Limited

นักศึกษา นางสาวดารารัตน์ พบวงษ์ และ นางสาวระวีวาร แยมสุคนธ์

สาขาวิชา เทคโนโลยีการจัดการ ภาควิชา บริหารธุรกิจเกษตร

คณะ เทคโนโลยีการเกษตร

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ รองศาสตราจารย์ เสาวรีย์ ตะโพนทอง

บทคัดย่อ

ปัจจุบันการติดต่อสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตได้รับการตอบรับที่ดีมาก และมีแนวโน้มจำนวนผู้ใช้บริการจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุนี้ธนาคารกรุงเทพจึงให้ความสำคัญกับช่องทางการให้บริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เนื่องจากช่วยลดขั้นตอนในการดำเนินงานและทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย จากการศึกษาระบบธนาคารทางอินเทอร์เน็ตหรือบริการ Bualuang iBanking ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาดัชนีประสิทธิภาพการทำงานของระบบ ประเมินผลโครงการและทราบถึงผลตอบรับจากการนำระบบ Bualuang iBanking มาใช้ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยในส่วนการประเมินผลเป็นการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่กลุ่มงาน iBanking/Biz iBanking ฝ่ายผลิตภัณฑ์และช่องทางบริการ และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาถึงผลตอบรับคือ ผู้ใช้บริการระบบ Bualuang iBanking ที่เข้ามาทำธุรกรรมในธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่สี่ลม กรุงเทพมหานคร

จากผลการศึกษาในส่วนการประเมินผลพบว่า การนำระบบ Bualuang iBanking มาใช้ในธนาคารทำให้ทุกส่วนงานของธนาคารดีขึ้นมาก คือ สามารถลดภาระงานในส่วนเคาน์เตอร์และสาขาบริการได้มาก มีความได้เปรียบในด้านการแข่งขันทางธุรกิจ เช่น การโอนเงินไปต่างประเทศ

เอกสารนี้ใช้ได้เพิ่มขึ้นเป็นต้น ทั้งเป็นการสร้างสรรค์ด้านเทคโนโลยีและความทันสมัยให้ลูกค้าเกิดความไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พึงพอใจสูงสุด เป็นการลดต้นทุนและเพิ่มรายได้ให้กับธนาคาร แต่ระบบยังมีข้อจำกัดที่ทำให้เกิดปัญหาเพียงเล็กน้อย ซึ่งต้องเร่งแก้ไข เพื่อสร้างจุดแข็งให้กับงานบริการ ในส่วนผลตอบรับได้พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการระบบ Bualuang iBanking ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25-35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 10,000 - 20,000 บาทต่อเดือน ผู้ใช้งานส่วนมากได้ทราบเรื่องข้อมูลบริการระบบจากพนักงานของธนาคารเป็นผู้แนะนำ โดยลูกค้าที่ใช้บริการ เป็นสมาชิกมาแล้ว 1-3 ปี มีบัญชีเงินฝากสะสมทรัพย์และบัตรเครดิต ธุรกิจที่ใช้มากที่สุด คือ การตรวจสอบรายการบัญชี รองลงมาเป็นการโอนเงินระหว่างบัญชีธนาคารกรุงเทพของตนเอง นิยมใช้บริการในช่วงเวลา 18.00 - 21.00 น. ประมาณสัปดาห์ละ 1 - 2 ครั้ง สำหรับปัจจัยที่จูงใจให้ใช้ คือ ความสะดวก รวดเร็วในการทำธุรกรรม ไม่จำกัดเวลาในการให้บริการ ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย มีความทันสมัย มีความเป็นส่วนตัว เชื่อถือได้และสุดท้ายคือ ความปลอดภัยของบริการ ตามลำดับ ลูกค้าที่ใช้บริการระบบ Bualuang iBanking มีความคิดเห็นในลักษณะทั่วไปของบริการอยู่ในระดับดี เรื่องการคิดค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมต่าง ๆ นั้น จะสอบถามเฉพาะลูกค้าที่เคยใช้บริการเท่านั้น ลูกค้าที่มาใช้บริการจะมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ในเรื่องการส่งเสริมการตลาด และมีความคิดเห็นส่วนใหญ่ อยู่ในระดับดี ในเรื่องขั้นตอนการทำรายการระบบ Bualuang iBanking ลูกค้าที่ใช้บริการมีความคิดเห็นในระดับดี เรื่องการตรวจสอบและติดตามผลของระบบ Bualuang iBanking ลูกค้าที่ใช้บริการมีความคิดเห็นว่าอยู่ในระดับดีเช่นกัน และในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่กับปัจจัยจูงใจในการใช้ระบบ ผลคือ ความถี่ในการใช้บริการระบบ Bualuang iBanking มีความสัมพันธ์กับปัจจัยจูงใจในด้านความประหยัดค่าใช้จ่าย

ข้อเสนอแนะของการศึกษาครั้งนี้คือ ลูกค้าที่ใช้บริการระบบ Bualuang iBanking ส่วนใหญ่จะตรวจสอบรายการบัญชีและการโอนเงินระหว่างบัญชีเท่านั้น จึงควรกระตุ้นลูกค้าให้ใช้บริการด้านอื่น ๆ ให้มากขึ้น เพื่อความคุ้มค่าของการลงทุน ส่วนความคิดเห็นต่อบริการลูกค้าคิดว่าอยู่ในระดับปานกลางถึงดี อาจเนื่องมาจากบริการบางอย่าง เช่น การคิดค่าธรรมเนียมจากการทำธุรกรรมหรือการส่งเสริมการตลาดต่าง ๆ ยังไม่น่าสนใจเท่าที่ควร ดังนั้น ควรมีการพัฒนาในด้านธุรกรรมให้ใช้ได้สะดวกกว่าเดิม ส่วนบริการต่าง ๆ ในระบบต้องให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้ใช้ให้มากที่สุด รวมทั้งควรมีการอบรม หรือให้ความรู้แก่ผู้ที่สนใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของธนาคาร โดยเฉพาะด้านความปลอดภัยของระบบ เพื่อให้ผู้ใช้บริการทราบถึงประโยชน์และความสามารถของบริการ Bualuang iBanking ได้อย่างทั่วถึง จะได้มีความรู้และให้ความสนใจมาใช้บริการเพิ่มขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ

|   | หน้า |
|---|------|
| คำนิยาม   | ก    |
| บทคัดย่อปัญหาพิเศษ                                      | ข    |
| สารบัญ  | ง    |
| สารบัญตาราง   | ฉ    |
| สารบัญภาพ   | ช    |
| <b>บทที่ 1 บทนำ</b>                                     | 1    |
| ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา                            | 1    |
| วัตถุประสงค์ของการศึกษา                                 | 3    |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ                               | 3    |
| ขอบเขตของการศึกษา                                       | 3    |
| นิยามศัพท์  | 4    |
| กรอบแนวคิด  | 5    |
| <b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>  | 7    |
| แนวคิดการประเมินผลโครงการ                               | 7    |
| แนวคิดของการตลาดเชิงบริการ                              | 13   |
| แนวคิดเกี่ยวกับ Internet Banking                        | 18   |
| รายงานประจำปีของธนาคารกรุงเทพ                           | 22   |
| แผนผังระบบ Bualuang iBanking                            | 27   |
| ลักษณะของบริการและขั้นตอนการทำงานระบบ Bualuang iBanking | 29   |
| ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง                                 | 49   |
| <b>บทที่ 3 วิธีการดำเนินงาน</b>                         | 51   |
| การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง                         | 51   |
| การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย                      | 52   |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล                                     | 53   |
| การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลข้อมูล                     | 53   |
| สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล                         | 54   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ (ต่อ)

|   | หน้า |
|---|------|
| <b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>                                       | 56   |
| ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้ดูแลระบบ Bualuang iBanking | 56   |
| ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาจากลูกค้าที่ใช้บริการระบบ Bualuang iBanking | 64   |
| ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สนใจ             | 76   |
| <b>บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ</b>                                | 81   |
| สรุป  | 81   |
| ข้อเสนอแนะ  | 87   |
| <b>เอกสารอ้างอิง</b>  | 89   |
| <b>ภาคผนวก</b>  | 93   |
| ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ดูแลระบบ                          | 94   |
| ภาคผนวก ข แบบสอบถามสำหรับลูกค้าที่ใช้ระบบ                       | 96   |
| ภาคผนวก ค คู่มือการลงรหัส                                       | 102  |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง

| ตารางที่  | หน้า |
|---|------|
| 1 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ  | 64   |
| 2 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ   | 64   |
| 3 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา  | 65   |
| 4 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ  | 65   |
| 5 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้   | 66   |
| 6 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งข้อมูล  | 67   |
| 7 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาที่เป็นสมาชิก  | 67   |
| 8 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทบัญชี  | 68   |
| 9 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามธุรกรรมที่ใช้บริการ  | 69   |
| 10 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลา  | 70   |
| 11 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ที่ใช้   | 70   |
| 12 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยจูงใจ   | 71   |
| 13 ความถี่และร้อยละแยกตามลักษณะทั่วไปของบริการ Bualuang iBanking  | 72   |
| 14 ความถี่และร้อยละแยกตามค่าธรรมเนียมจากการใช้งาน Bualuang iBanking   | 73   |
| 15 ความถี่และร้อยละแยกตามการส่งเสริมการตลาดของบริการ Bualuang iBanking  | 76   |
| 16 ความถี่และร้อยละแยกตามขั้นตอนการทำรายการของบริการ Bualuang iBanking  | 77   |
| 17 ความถี่และร้อยละแยกตามการตรวจสอบ ติดตามผลของบริการ Bualuang iBanking   | 77   |
| 18 พฤติกรรมการใช้บริการ Bualuang iBanking ด้านความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรม<br>จำแนกตามปัจจัยจูงใจด้านความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรม | 78   |
| 19 พฤติกรรมการใช้บริการ Bualuang iBanking ด้านความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรม<br>จำแนกตามปัจจัยจูงใจด้านความประหยัดค่าใช้จ่าย          | 78   |
| 20 พฤติกรรมการใช้บริการ Bualuang iBanking ด้านความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรม<br>จำแนกตามปัจจัยจูงใจด้านไม่จำกัดเวลาในการให้บริการ     | 79   |
| 21 พฤติกรรมการใช้บริการ Bualuang iBanking ด้านความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรม<br>จำแนกตามปัจจัยจูงใจด้านความเป็นส่วนตัวเชื่อถือได้     | 79   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ |  | หน้า |
|----------|--|------|
| 22       | พฤติกรรมการใช้บริการ Bualuang iBanking ด้านความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรม<br>จำแนกตามปัจจัยจูงใจด้านความปลอดภัยของบริการ | 80   |
| 23       | พฤติกรรมการใช้บริการ Bualuang iBanking ด้านความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรม<br>จำแนกตามปัจจัยจูงใจด้านความทันสมัย          | 80   |



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญภาพ

| ภาพที่ | หน้า   |    |
|--------|--|----|
| 1      | กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์บริการ   | 17 |
| 2      | รายได้ที่มีไข่ดอกเบีย  | 26 |
| 3      | แผนผังระบบบริการ Bualuang iBanking ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)   | 28 |
| 4      | โครงสร้างองค์กรของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)  | 29 |
| 5      | ตัวอย่างการ Login เข้าสู่บริการ  | 30 |
| 6      | ตัวอย่างการสรุปรายการบัญชี   | 30 |
| 7      | ตัวอย่างการดูสรุปรายการบัญชี และรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีของบัญชีเงินฝากสะสมทรัพย์                        | 31 |
| 8      | ตัวอย่างการดูสรุปรายการบัญชี และรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีของบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน                       | 32 |
| 9      | ตัวอย่างการเลือกดูรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีเงินฝากประจำ   | 33 |
| 10     | ตัวอย่างการชำระค่าใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ   | 34 |
| 11     | ตัวอย่างการตรวจสอบรายการเคลื่อนไหวบัญชีสินเชื่อ  | 34 |
| 12     | ตัวอย่างการโอนเงินภายในประเทศ  | 35 |
| 13     | ตัวอย่างการโอนเงินไปต่างประเทศ   | 36 |
| 14     | ตัวอย่างการชำระค่าสินค้า/บริการ  | 37 |
| 15     | ตัวอย่างการชำระบัตรเครดิต  | 38 |
| 16     | ตัวอย่างการตรวจสอบรายการชำระค่าสินค้าและบริการและรายการชำระค่าใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตที่ได้ดำเนินการไปแล้ว | 38 |
| 17     | ตัวอย่างการใช้บริการพิเศษ  | 40 |
| 18     | ตัวอย่างการอายัดเช็คหลายฉบับ   | 40 |
| 19     | ตัวอย่างการขอใบแสดงรายการบัญชี   | 41 |
| 20     | ตัวอย่างการสรุปชื่อย่อของบัญชีต่าง ๆ   | 41 |
| 21     | ตัวอย่างบริการเบงก์แมล์  | 42 |
| 22     | ตัวอย่างสรุปการทำรายการ  | 43 |

เอกสารนี้เป็นตัวอย่างของระบบออกจากระบบเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 23 ตัวอย่างการ Log out ออกจากระบบ  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ในปัจจุบันธุรกิจด้านธนาคารมีการแข่งขันสูง ทำให้แต่ละธนาคารจำเป็นต้องมีนโยบายการจัดทำโครงการด้านการสื่อสารการตลาดและช่องทางการให้บริการใหม่ ๆ ออกมาเสมอ เป็นผลเนื่องมาจากแรงผลักดันของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เพื่อต้องการตอบสนองการเข้าถึงบริการด้านธนาคารของลูกค้า เมื่อมีการแข่งขันกันสูง จึงต้องปรับปรุงการบริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุด เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีการเปิดตัวของ CompuBank (Internet Banking) เพียงแห่งเดียวที่เปิดให้บริการโดยไม่มีสาขา แต่ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมต่างๆ ได้เสมือนกับทำธุรกรรมที่สาขาของธนาคาร ซึ่งประสบความสำเร็จเป็นที่น่าพอใจอย่างมาก(<http://www.school.net.th/library>) ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวถือว่าเป็นการปฏิวัติธุรกิจ เพื่อรองรับความต้องการ และเข้าถึงลูกค้าให้มากที่สุด โดยแต่ละธนาคารมีโครงการในด้านช่องทางการให้บริการรูปแบบใหม่ คือ ระบบบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ในประเทศไทยธนาคารที่ดำเนินการเป็นรายแรกคือ ธนาคารไทยพาณิชย์ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2542 หลังจากนั้นธนาคารระดับใหญ่ ๆ ได้เร่งดำเนินนโยบายและโครงการพัฒนาเพื่อปรับปรุงช่องทางการให้บริการที่สะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น ในกรณีนี้ธนาคารกรุงเทพ ซึ่งมีฐานลูกค้ามากที่สุดในประเทศ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการเพิ่มช่องทางที่ให้บริการประเภท Internet Banking เพื่อเป็นการสื่อสารการตลาดอีกวิธีหนึ่ง หลังจากเร่งดำเนินโครงการ ธนาคารได้ส่งเสริมการตลาดควบคู่ไปด้วย เช่น มีการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตในมหาวิทยาลัยและอาคารสำนักงาน เจาะตลาดลูกค้าวัยเรียน ออกบูธในมหาวิทยาลัยทั้งของรัฐและเอกชนกว่า 10 แห่ง ทั่วกรุงเทพฯ รวมถึงอาคารสำนักงานอีกหลายแห่ง เพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต หรือบัวหลวง ไอแบงก์กิ้ง (<http://www.ryt9.com/news/2005-09-16/3600408>) มีการเพิ่มช่องทางการทำธุรกรรมที่กว้างขวางขึ้น เช่น โอนเงินไปต่างประเทศ โดยเมื่อมีการดำเนินโครงการแล้ว สิ่งที่ทำเป็นอย่างยิ่งคือ การประเมินผลโครงการและดูแลตอบรับที่ได้จากการนำโครงการดังกล่าวมาใช้

ธนาคารกรุงเทพ ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2487 ปัจจุบันธนาคารแห่งนี้เป็นธนาคารพาณิชย์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยและใหญ่เป็นอันดับที่ 5 ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พร้อมกับฐาน

ลูกค้าบุคคลที่กว้างขวางที่สุด ธนาคารยังให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างจุดแข็ง และศักยภาพใน  
เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์สำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำมาใช้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การแข่งขันอย่างต่อเนื่องพร้อมทั้งมุ่งพัฒนา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการในการทำงาน และคุณภาพการให้บริการโดยไม่หยุดนิ่ง คุณเจสำคัญที่ทำให้ธนาคารกรุงเทพประสบความสำเร็จมาตลอด ได้แก่ การริเริ่มนวัตกรรมต่าง ๆ และการคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ธนาคารมีเจตจำนงที่จะขยายและพัฒนาบริการอยู่เสมอ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว ธนาคารจึงมุ่งมั่นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่เปี่ยมด้วยคุณภาพระดับโลกแก่ลูกค้าทุกกลุ่ม โดยได้รับรางวัลที่บ่งบอกถึงความสำเร็จ และความก้าวหน้าหลายรางวัล เช่น ธนาคารแห่งปี 2551 แบรินด์ที่เชื่อมั่นได้ ประจำปี 2551 และรางวัลล่าสุดคือ ธนาคารยอดเยี่ยมด้านบริการธุรกิจการค้าและการชำระเงินในระดับภูมิภาค จาก Deutsche Bank ซึ่งพิจารณาจากผลงานที่โดดเด่นในการให้บริการด้านธุรกิจการค้าและการชำระเงินอย่างมีประสิทธิภาพตามมาตรฐานสากล โดยเป็นหนึ่งในสถาบันการเงินในภูมิภาคเอเชียที่ได้รับการยกย่อง (<http://www.bangkokbank.com/>) ธนาคารกรุงเทพให้ความสำคัญกับช่องทางให้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่ง Internet Banking ของธนาคารกรุงเทพ ใช้ชื่อว่า บริการ Bualuang iBanking ที่ใช้งานง่ายและมีสมรรถนะสูง สามารถทำธุรกรรมด้านการเงินที่เชื่อถือได้อย่างสะดวกทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เช่น ชำระค่าสินค้าและบริการแก่บริษัทและร้านค้ากว่า 300 แห่ง หรือโอนเงินระหว่างบัญชีธนาคารกรุงเทพได้ตลอดเวลา

จากความสำเร็จดังกล่าวมา จะเห็นว่ากรณีประเมินโครงการเพื่อนำผลตอบรับของระบบ Bualuang iBanking เป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการนำเทคโนโลยี Internet Banking มาใช้ เพื่อให้ทราบว่าการนำระบบมาใช้นั้นบรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้เพียงใด มีปัญหาอุปสรรคอย่างไรจะได้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงโครงการ และจากการที่ธนาคารกรุงเทพได้นำระบบ Bualuang iBanking มาใช้ จึงควรประเมินโครงการในช่วงการใช้งานจากเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลระบบ เนื่องจากการนำระบบ Bualuang iBanking มาใช้ จะสัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์และตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือไม่ รวมทั้งทราบถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการใช้ นอกจากนี้ยังได้ทราบผลการตอบรับจากลูกค้าที่ใช้บริการระบบ Bualuang iBanking ด้วย โดยผลตอบรับจากลูกค้าที่มีความคิดเห็นต่อเทคโนโลยี Internet Banking นั้นมีมากน้อยเพียงใด มีความเชื่อมั่นต่อระบบที่ใช้หรือไม่ แล้วนำผลที่ได้มาช่วยพัฒนาธุรกิจ และปรับปรุงการบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้อีกทางหนึ่ง ธนาคารสามารถสร้างฐานลูกค้า Bualuang iBanking ให้เพิ่มมากขึ้น พร้อมกับยังรักษาระดับฐานลูกค้าเดิมไว้ได้ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจศึกษาการประเมินผลโครงการ และผลตอบรับจากการนำระบบ Bualuang iBanking มาใช้ เพื่อเป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันทางธุรกิจบริการของธนาคารต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะการใช้งานของระบบ Bualuang iBanking ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อประเมินผลโครงการระบบ Bualuang iBanking ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน)
3. เพื่อทราบผลตอบรับจากการนำระบบ Bualuang iBanking มาใช้ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เข้าใจลักษณะการใช้งานระบบ Bualuang iBanking ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
2. ทราบการประเมินผลโครงการระบบ Bualuang iBanking ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และผลตอบรับจากการนำระบบ Bualuang iBanking ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน)
4. เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจจะนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการศึกษาต่อไป

## ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาเรื่องการประเมินผลโครงการระบบ Bualuang iBanking และผลตอบรับจากการนำระบบดังกล่าวมาใช้ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยศึกษาเรื่องการประเมินผลจากเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลระบบ สำหรับการศึกษาผลตอบรับได้เลือกศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการระบบ Bualuang iBanking และเลือกลูกค้าที่เป็นกลุ่มบุคคลจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ณ สำนักงานใหญ่ สีลม เพราะมีผู้มาใช้บริการจำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นแหล่งธุรกิจที่หลากหลาย มีระยะเวลาที่ใช้ศึกษา ตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2551 - มกราคม 2552

## นิยามศัพท์

**1. Internet Banking** คือ การให้บริการการทำธุรกรรมทางธนาคารที่ทำได้ทุกที่ ทุกเวลา ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เช่น สอบถามยอด คงเหลือ โอนเงิน ชำระค่าสาธารณูปโภค บริการเช็ค พิมพ์รายการเดินบัญชี ดูรายการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ย้อนหลัง เป็นต้น ลูกค้าของธนาคารสามารถบริหารการเงินด้วยตนเองทางอินเทอร์เน็ตด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของลูกค้า โดยผู้สนใจใช้บริการต้องติดต่อกับธนาคารที่ตนเองเป็นลูกค้า เพื่อเปิดใช้บริการ ชื่อในการเข้าใช้งานและขอเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รหัสผ่าน (<http://guru.google.co.th/guru/>)

2. **Bualuang iBanking** คือ ระบบที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เปิดให้บริการในการทำธุรกรรมแก่ลูกค้าผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อให้เกิดความหลากหลายในการเข้าถึงบริการของธนาคารและให้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมของธนาคารได้สะดวกที่สุด

3. **ลูกค้า** คือ ผู้ที่สมัครและใช้ระบบบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

4. **การตลาดเชิงบริการ (Service Marketing)** หมายถึงกระบวนการในการวางแผนและการบริหารแนวความคิด การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์บริการเพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร และตอบสนองความพึงพอใจของผู้ซื้อและผู้ขาย (<http://market.sskru.ac.th/>)

5. **การประเมินผลโครงการ** คือ กระบวนการที่ก่อให้เกิดสารสนเทศในการปรับปรุงโครงการและสารสนเทศในการตัดสินใจสัมฤทธิ์ของโครงการเพื่อให้ทราบว่า โครงการบรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้เพียงใด มีปัญหาและอุปสรรคอย่างไร จะได้เป็นข้อมูลในการใช้ปรับปรุงโครงการให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้า (สุวิมล, 2548)

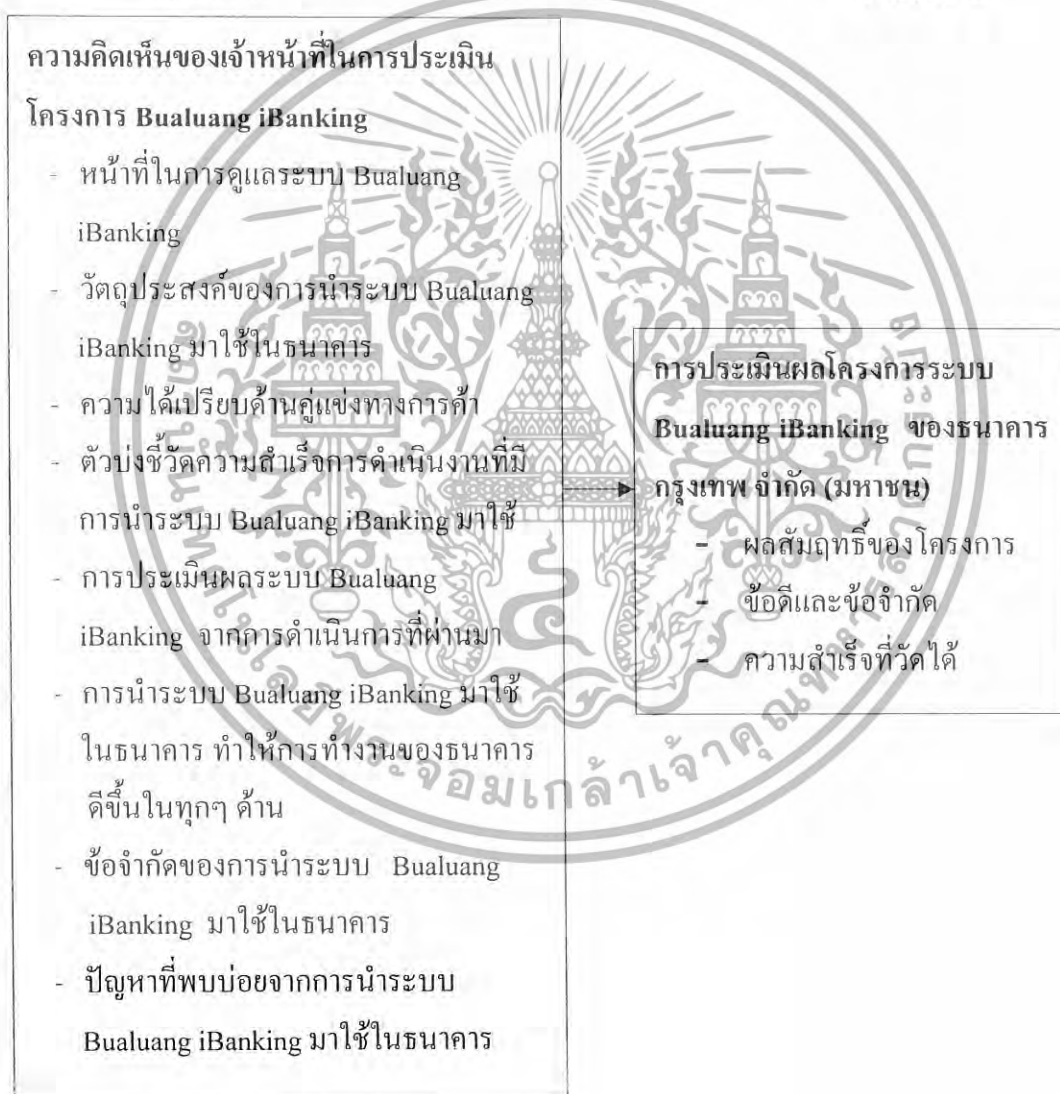
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กรอบแนวคิด

การประเมินผลโครงการระบบ Bualuang iBanking ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วยปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินโครงการ เพื่อใช้เป็นตัวชี้วัดในการประเมินผล ดังนี้

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในส่วนของผลตอบรับจากการนำระบบ Bualuang iBanking ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มาใช้ ประกอบด้วยปัจจัยที่มีผลต่อการสำรวจผลตอบรับจากลูกค้า เพื่อให้เป็นตัวชี้วัดในการวัดผลได้ ดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการประเมินผลโครงการระบบ Bualuang iBanking และผลตอบรับจากการนำระบบมาใช้ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้

1. แนวคิดการประเมินผลโครงการ
2. แนวคิดของการตลาดเชิงบริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับ Internet Banking
4. รายงานประจำปีของธนาคารกรุงเทพ
5. แผนผังระบบ Bualuang iBanking
6. ลักษณะของบริการและขั้นตอนการทำงานระบบ Bualuang iBanking
7. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดการประเมินผลโครงการ

การประเมินผลโครงการ (Project Evaluation) เป็นคำประกอบขึ้นจากคำว่า การประเมินผล (Evaluation) กับคำว่า โครงการ (Project) หมายความว่า เป็นกิจกรรมที่จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์บางประการ ผู้จัดทำโครงการมุ่งหวังว่าเมื่อทำกิจกรรมนั้นตามหลักเกณฑ์หรือขั้นตอนต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้แล้วจะบรรลุวัตถุประสงค์ในบางประการหรือหลายประการที่ตั้งไว้ หากมีกฎเกณฑ์หรือขั้นตอนหรือกระบวนการดำเนินการแตกต่างกันอาจได้ผลลัพธ์ออกมาไม่เหมือนกัน

โดยทั่วไปนั้น การประเมินผลนับเป็นการตัดสินคุณค่า หรือความเหมาะสมในสิ่งที่ประเมิน หากจะขยายความการประเมินเป็นการแยกแยะวินิจฉัย (Identification) เปิดเผยข้อเท็จจริงและการใช้ประโยชน์ (Application) ของเกณฑ์ต่าง ๆ เพื่อตัดสินคุณค่า หรือความเหมาะสมของสิ่งนั้นในเรื่องคุณภาพการใช้ประโยชน์การมีผลตามความเป็นจริงหรือการได้รับผลที่สอดคล้องตามเกณฑ์นั้น

1. คำจำกัดความของการประเมินผล นักวิชาการชาวต่างประเทศและชาวไทยให้คำจำกัดความของการประเมินผลไว้ดังนี้ (<http://www.gspa-sk-buu.net/theory/18.pdf>)

1.1 กู๊ด (Good, 1973) กล่าวว่า ิว่า การประเมินผลคือ การเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงาน

จริงกับผลที่คาดว่าจะได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 โรบบินส์ (Robbins , 1973) เสนอความเห็นไว้ว่า การประเมินผลเป็นกระบวนการของการดูแลติดตามเพื่อดูว่า องค์กรหรือหน่วยงานได้รับและใช้ทรัพยากร เพื่อการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพียงใด

1.3 ไบรอันและไวท์ (1976) กล่าวว่า การประเมินผล เป็นความพยายามอย่างหนึ่งในการบันทึกสิ่งที่เกิดขึ้นและกำหนดว่าทำไมสิ่งนั้นจึงเกิดขึ้น การประเมินจึงหมายความว่า เป็นความพยายามที่จะค้นหาว่าแผนหรือโครงการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอะไร เป็นไปตามที่คาดหมายไว้หรือไม่เพียงใด

1.4 ซัคแมน (Suchman, 1977 อ้างถึงในวุฒิสาร ตันไชยและคณะ, 2546) กล่าวว่า การประเมินผลโครงการ เป็นการนำกระบวนการทางวิทยาศาสตร์หรือการใช้เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์ เพื่อหาข้อมูลที่เป็นจริงและเชื่อถือได้เกี่ยวกับโครงการ เพื่อตัดสินใจว่าโครงการดังกล่าวดีหรือไม่ดีอย่างไร หรือเป็นการค้นหาว่าผลที่เกิดขึ้นของกิจกรรม เป็นไปตามความต้องการหรือวัตถุประสงค์หรือความมุ่งหมายของโครงการหรือไม่ และเสนอให้มีการพิจารณาถึงเงื่อนไขสำคัญของการประเมินผลภายใต้หัวข้อ 4 ประการคือ

1.4.1 การพิจารณาถึงคุณลักษณะของนโยบาย แผนงานหรือโครงการ ซึ่งก่อให้เกิดความสำเร็จในระดับสูงหรือต่ำ

1.4.2 การพิจารณาศึกษาผู้รับบริการสาธารณะตามนโยบายแผนงานหรือโครงการว่า ผู้ใดได้รับผลกระทบมากหรือน้อย

1.4.3 การศึกษาเงื่อนไข เช่น พื้นที่ เวลา และสถานการณ์ที่ทำให้ นโยบาย แผนงานหรือโครงการประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว

1.4.4 การพิจารณาถึงผลกระทบที่เกิดจากนโยบายแผนงานหรือโครงการ ซึ่งอาจมีลักษณะเป็นผลกระทบเดี่ยวหรือผลกระทบเชิงซ้อน ผลกระทบที่ตั้งใจหรือผลกระทบที่ไม่ได้ตั้งใจ ผลกระทบทางตรงหรือผลกระทบทางอ้อม เป็นต้น

1.5 สุรพล (2537, อ้างถึงในกรมการพัฒนาชุมชน, 2541: 21) กล่าวว่า การประเมินผลเป็นเครื่องมือใช้ตัดสินใจในการปฏิบัติงานว่า โครงการดำเนินการบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายโครงการหรือไม่ และการประเมินผลเป็นข้อมูลปรับปรุงการดำเนินงานของโครงการต่าง ๆ ต่อไป

1.6 สมคิด (2542) เสนอไว้ว่า การประเมินผลเป็นกระบวนการที่ก่อให้เกิดสารสนเทศเพื่อช่วยในการบริหาร ซึ่งผู้บริหารใช้ในการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นการตรวจสอบความก้าวหน้าของโครงการ หรือแผนงาน ตลอดจนเป็นการพิจารณาผลสัมฤทธิ์ของโครงการหรือแผนงานนั้น ๆ ว่ามีมากน้อยเพียงใด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7 สมพรและสุนทร (2538, อ้างถึงในกรมการพัฒนาชุมชน, 2541 : 21) กล่าวไว้ว่า การประเมินผลโครงการเป็นการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในทุกขั้นตอนของการบริหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประเมินหลังจากปฏิบัติตามโครงการแล้ว โดยมีรูปแบบการประเมินผลโครงการประกอบด้วย การประเมินเฉพาะวัตถุประสงค์ของโครงการ เพื่อดูว่าการปฏิบัติงานตามโครงการนั้นบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้เพียงใดและประเมินอย่างเป็นระบบทั้งส่วนที่นำเข้า ได้แก่ เงินคน วัสดุอุปกรณ์และกระบวนการเปลี่ยนแปลง เช่น ระบบบริหารต่าง ๆ รวมทั้งผลที่เกิดจากโครงการ

1.8 นิศา (2538) สรุปไว้ว่า การประเมินโครงการ หมายถึง กิจกรรมที่เก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ความหมาย ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความต้องการ การหาแนวทาง วิธีการปรับปรุง วิธีการจัดการเกี่ยวกับโครงการ และหาผลลัพธ์ที่แน่ใจว่าเกิดจากโครงการ เพื่อเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพของโครงการให้ดียิ่งขึ้น

2. ความสำคัญของการประเมินผล จุดมุ่งหมายของการประเมินผลโครงการโดยทั่วไปแล้ว เป็นการวัดผลกระทบของโครงการเมื่อเทียบกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในฐานะที่เป็นวิธีที่นำไปสู่การตัดสินใจเกี่ยวกับโครงการและการปรับปรุงโครงการในอนาคตให้ดีขึ้น โดยผลของการประเมินนั้นใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ได้ ดังนี้

2.1 ควรให้มีโครงการนั้นต่อไปหรือยุติโครงการ การประเมินผลโครงการทำให้ทราบถึงปัญหา อุปสรรคและข้อจำกัดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการดำเนินงานโครงการ รวมทั้งทราบถึงผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น และผลกระทบจากการดำเนินโครงการ ข้อมูลดังกล่าวจะใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารที่จะตัดสินใจว่าจะมีการดำเนินโครงการต่อไปหรือไม่

2.2 เพื่อปรับปรุงแก้ไขการปฏิบัติงานและเป็นแนวทางการปฏิบัติงานให้มีความก้าวหน้า การประเมินผลโครงการ จะมุ่งไปสู่การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารโครงการ และทีมงานที่เกี่ยวข้อง การประเมินลักษณะดังกล่าวทำให้ทราบถึงระเบียบ วิธีการปฏิบัติ และแนวทางปฏิบัติด้วย

2.3 ควรมีการเพิ่มหรือตัดออกซึ่งมาตรการหรือเทคนิคบางอย่างของโครงการ กรณีที่โครงการเกิดปัญหาหรือข้อขัดข้อง อาจต้องใช้เทคนิคหรือมาตรการใหม่ ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้

2.4 เพื่อสร้างโครงการในลักษณะที่มีความคล้ายคลึงกับในท้องถิ่นหรือพื้นที่อื่น กรณีที่โครงการประสบผลสำเร็จ อาจนำมาเป็นแนวทางและข้อมูลสำหรับการดำเนินโครงการอื่น ๆ

2.5 เพื่อประโยชน์ในการพิจารณาจัดสรรทรัพยากรระหว่างโครงการที่เลือกไว้ กรณีที่มีหลายโครงการแต่มีทรัพยากรอย่างจำกัด จำเป็นต้องเลือกเฉพาะบางโครงการมาดำเนินการและตัดโครงการที่ไม่มีคุณค่าหรือมีความสำคัญลำดับท้ายออกไปก่อน

2.6 เพื่อประกอบการตัดสินใจในการยอมรับ หรือปฏิเสธเทคนิคหรือทฤษฎีที่นำมาใช้

ในโครงการกรณีเทคนิคหรือทฤษฎีที่นำมา มีข้อบกพร่อง จึงไม่ควรนำมาใช้ในการจัดทำโครงการงาน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. วัตถุประสงค์ของการประเมินโครงการ ในบางครั้งเรียกว่า จุดประสงค์ของการประเมินโครงการ (Program Evaluation Objective) หมายถึงความต้องการเกี่ยวกับการประเมินผลโครงการที่กำหนดได้อย่างชัดเจน เฉพาะเจาะจง สามารถตรวจสอบได้ ตลอดจนมีความเป็นไปได้ในความต้องการจากการประเมินผลนั้น ซึ่งรัตนะ (2540) ได้กล่าวไว้ว่า มีวัตถุประสงค์ 6 ประการ ได้แก่ (<http://fms.vru.ac.th/research/vorapot/text/n9.pdf>)

3.1 เพื่อช่วยในการตัดสินใจนำโครงการไปใช้ ได้แก่ การประเมินว่าโครงการที่จัดทำขึ้นนั้นมีความจำเป็นมากน้อย หรือมีความสมเหตุสมผลหรือไม่ มีความเป็นไปได้หรือคุ้มค่างบประมาณค่าใช้จ่ายเพียงไร โครงการเป็นที่ต้องการสำหรับกลุ่มเป้าหมาย หรือได้รับการสนับสนุนมากน้อยเพียงใด รวมทั้งขนาดและขอบเขตของการนำโครงการไปใช้กว้างหรือแคบ เป็นต้น ข้อมูลจากการประเมินเหล่านี้จะช่วยในการประมวลผลเพื่อสรุปสำหรับตัดสินใจ ของผู้บริหารหรือแหล่งทุนที่จะตัดสินใจอนุมัติการนำโครงการดังกล่าวไปใช้ต่อไป

3.2 เพื่อช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินโครงการโดยต่อเนื่องต่อไป หรือการขยายโครงการและการรับรองโครงการ ได้แก่ การประเมินภายหลังจากที่โครงการเสร็จสิ้นไปแล้ว (ตามระยะเวลาที่กำหนด) เป็นการประเมินเพื่อทราบว่า โครงการดังกล่าว มีความจำเป็นต้องจัดให้มีอยู่อีกต่อไปหรือไม่ ผลที่ได้จากการดำเนินโครงการ ได้ผลตอบแทนคุ้มค่างบประมาณที่สูญเสียไปมากน้อยเพียงใด โครงการที่ดำเนินการไปนั้นก่อให้เกิดผลข้างเคียงทั้งทางบวกและทางลบหรือไม่

3.3 เพื่อช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับการปรับปรุงโครงการ ซึ่งเป็นการประเมินผลเมื่อโครงการได้นำไปดำเนินการใช้ระยะหนึ่ง หรือเป็นการประเมินในช่วงการดำเนินโครงการ ทั้งนี้ โดยทำการประเมินเพื่อที่จะปรับปรุงส่วนต่างๆ ของโครงการ ได้แก่

3.3.1 วัตถุประสงค์ของโครงการ เพื่อทราบว่าวัตถุประสงค์ของโครงการที่กำหนดไว้นั้นได้ดำเนินโครงการไปช่วงระยะเวลาหนึ่งแล้ว มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ หรือได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์มากน้อยเพียงใด

3.3.2 เนื้อหาของโครงการ เป็นการพิจารณาว่าเนื้อหาสาระหรือกิจกรรมต่างๆ ที่กำหนดไว้ในโครงการครอบคลุมเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการหรือไม่ ลำดับขั้นตอนของกิจกรรมเป็นไปตามลำดับที่จะเอื้อต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการเพียงไร นอกจากนี้ยังพิจารณาอีกว่าเนื้อหาสาระของโครงการดังกล่าว มีความเกี่ยวข้องกับสัมพันธกับภูมิหลังหรือพื้นเพเดิมของกลุ่มเป้าหมายจากโครงการมากน้อยเพียงใด

3.3.3 วิธีการดำเนินโครงการ ต้องพิจารณาว่าโครงการที่ดำเนินการอยู่นั้น มีกลุ่มเป้าหมายร่วมโครงการเป็นจำนวนเท่าใด ครบหรือไม่ครบตามที่กำหนดไว้ โครงการมีผู้ร่วมงานเพียงพอหรือไม่ โครงการมีการดำเนินงานหรือดำเนินกิจกรรมเป็นอย่างไร กลุ่มเป้าหมายผู้ร่วมโครงการ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้รับการเสริมแรงหรือการสร้างแรงจูงใจอย่างไร เป็นต้น

3.3.4 สภาวะแวดล้อมของโครงการ หมายถึง การพิจารณาเกี่ยวกับนโยบายทางการเมือง หรือทางการบริหารของผู้บริหารที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินการว่า ให้การสนับสนุน การดำเนินโครงการหรือไม่ สัมพันธภาพของผู้ร่วมงานในโครงการมีลักษณะเช่นไร ชัดแย้งหรือไม่ เป็นอุปสรรคต่อการที่จะดำเนินการต่อไปเพียงใด ทรัพยากรสนับสนุนด้านอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินโครงการมีเพียงพอมากน้อยเพียงใด ตลอดจนกระทั่งการยอมรับหรือให้การสนับสนุนและการต่อต้านของสาธารณะที่มีต่อโครงการเป็นไปในทิศทางใด เป็นต้น

3.4 เพื่อรับข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการให้ความสนับสนุนโครงการจากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ การพิจารณาโครงการสนับสนุนสาธารณชน การเมือง แหล่งเงินทุน รวมทั้งนักวิชาชีพอื่น ๆ โดยต้องการรู้ว่าแหล่งดังกล่าวนี้ มีแหล่งใดบ้างให้การสนับสนุนโครงการอย่างแท้จริง เมื่อมีการดำเนินโครงการอยู่ในขณะนั้น ๆ

3.5 เพื่อรับข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการจัดขวงและต่อต้านโครงการจากแหล่งต่าง ๆ ในทางตรงกันข้ามกับวัตถุประสงค์ของการประเมินโครงการในข้อที่สี่ นอกจากเราต้องการรู้แหล่งที่ให้การสนับสนุนโครงการแล้ว ในการดำเนินโครงการใด ๆ ก็ตาม บางครั้งโครงการดังกล่าว จะได้รับการจัดขวงต่อการทำให้โครงการดำเนินไปไม่สะดวก และวัตถุประสงค์ของโครงการที่กำหนดไว้อาจไม่ได้รับการตอบสนอง ดังนั้น การรวบรวมข้อมูลที่มาจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อพิจารณาว่า แหล่งใดบ้างที่จัดขวงโครงการจะได้หาทางแก้ไขปรับปรุงโครงการให้ดำเนินไปได้

3.6 เพื่อให้เกิดความเข้าใจในกระบวนการพื้นฐานด้านต่าง ๆ หมายถึง การได้รับความรู้ความเข้าใจพื้นฐาน นอกเหนือจากความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการที่ทำการประเมิน แต่มีผลต่อโครงการ ได้แก่ พื้นฐานด้านการศึกษา ด้านจิตวิทยา ด้านสังคมวิทยา ด้านเศรษฐกิจ เป็นต้น

4. ปัจจัยที่ต้องพิจารณาการประเมินผลโครงการ วัตถุประสงค์ของการประเมินผลคือ การวัดผลของโครงการ โดยเปรียบเทียบกับผลที่เกิดขึ้นจากโครงการกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจเกี่ยวกับโครงการและการปรับปรุงโครงการในอนาคต ลักษณะของโครงการมีหลายประเภทที่แตกต่างกันออกไปทั้งในด้านพื้นที่ ขอบเขต ขนาด ระยะ เวลา ความชัดเจน ความเฉพาะเจาะจงของปัจจัยนำเข้าต่าง ๆ ของโครงการความแตกต่างเหล่านี้มีผลต่อระเบียบวิธีการของการประเมินผลที่จะนำมาประยุกต์ใช้ ซึ่งมีวิธีการที่หลากหลายมีกิจกรรมและเป้าหมายมากมาย ดังนั้น ผู้ที่ประเมินผลโครงการจะต้องตระหนักถึงความแตกต่างระหว่างโครงการว่า มีผลต่อวิธีการรูปแบบและแนวทางที่ใช้ประเมินโครงการ ปัจจัยสำคัญที่ผู้ประเมินผลโครงการควรให้ความสำคัญและต้องพิจารณาอย่างรอบคอบมีหลายประการ ดังนี้

4.1 ขอบเขตของโครงการ เป็นการพิจารณาถึงความครอบคลุมของพื้นที่เช่น ประเทศ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จังหวัด ชุมชน เป็นต้น ดังนั้น ผู้ประเมินผลโครงการจะต้องให้ความสำคัญและประเมินผลให้เกิดความครอบคลุมกับพื้นที่ที่ต้องพิจารณาและเป็นความรับผิดชอบจากการดำเนิน โครงการ

4.2 ขนาดของโครงการ เป็นการพิจารณาถึงจำนวนของผู้ที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการ ผู้ประเมินผลโครงการต้องพิจารณาถึงจำนวนคน การมีส่วนร่วมของผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับโครงการอย่างทั่วถึง ตลอดจนพิจารณาถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องอย่างรอบคอบอีกด้วย

4.3 ระยะเวลาของโครงการ เป็นการพิจารณาถึงระยะเวลาที่มีการดำเนิน โครงการตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกิจกรรมนั้นๆ ผู้ประเมินผลโครงการจะต้องพิจารณาและกำหนดช่วงเวลาในการประเมินผลโครงการอย่างเหมาะสม จึงจะทำให้การประเมินผลเกิดประสิทธิภาพตามมา

4.4 ความชัดเจนและความเฉพาะของปัจจัยนำเข้า เป็นการพิจารณาถึงปัจจัยที่นำเข้าสู่การดำเนินโครงการ เพื่อให้ผู้ประเมินผลโครงการสามารถประเมินผลได้อย่างชัดเจนในด้านปัจจัยนำเข้าที่ใช้ไปในการดำเนินโครงการ เช่น บุคลากร วัสดุอุปกรณ์งบประมาณ เป็นต้น

4.5 ความสลับซับซ้อนของเป้าหมาย เป็นการพิจารณาลักษณะของเป้าหมายที่มีความสลับซับซ้อน ซึ่งผู้ประเมินผลโครงการต้องทำการวิเคราะห์และพิจารณาถึงความสลับซับซ้อนของเป้าหมายโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีเป้าหมายย่อยๆ และมีความต้องการการบรรลุต่างกัน

4.6 ช่วงเวลาของเป้าหมาย เป็นการพิจารณาถึงช่วงเวลาเป้าหมาย ทั้งในระยะสั้นปานกลาง หรือระยะยาวที่สามารถบรรลุผลเกิดขึ้น จะทำให้ผู้ประเมินผลโครงการกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการประเมินผลในช่วงระยะเวลาต่างๆ

## 5. ประโยชน์ของการประเมินโครงการ ได้แก่

- 5.1 ทำให้มีการกำหนดวัตถุประสงค์หรือมาตรฐานในการดำเนินการที่ชัดเจน
- 5.2 ทำให้มีการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์เต็มที่และคุ้มค่า
- 5.3 ทำให้แผนงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ คือ เริ่มจากการวางแผนดำเนินการตามแผนและประเมินผล

5.4 ทำให้การควบคุมคุณภาพของงาน วิเคราะห์ทุกส่วนโครงการ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหา

5.5 เพื่อทราบปัญหาอุปสรรค ข้อดี ข้อเสีย ตลอดจนแนวทางการปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ผู้บริหาร จะได้มีข้อมูลประกอบในการตัดสินใจว่าควรดำเนินการขยายหรือยุติโครงการ

## 6. กระบวนการประเมินโครงการ ประกอบไปด้วยขั้นตอนต่างๆ ดังนี้ (สุวิมล, 2548)

6.1 หลักการเหตุผลและความสำคัญของการประเมินโครงการ เพราะอะไร ทำไมถึงประเมินโครงการนี้

6.2 กำหนดวัตถุประสงค์ของการประเมิน เพื่อให้ทราบว่าโครงการบรรลุวัตถุประสงค์

หรือไม่ มีปัญหา อุปสรรค ข้อดี ข้อจำกัดอะไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.3 วิเคราะห์ทุกส่วนของโครงการ เช่น วัตถุประสงค์ ผู้ที่เกี่ยวข้อง ภาพรวมความสำเร็จ และความคุ้มค่า

6.4 การออกแบบการประเมิน ควรจะใช้รูปแบบการประเมินชนิดใดที่เหมาะสม เช่น รูปแบบของ Tyler เหมาะสำหรับการเรียนการสอน วัตถุประสงค์ทางการศึกษา รูปแบบของ CIPP เหมาะสำหรับการใช้ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ/ขยายโครงการ และหาข้อบกพร่องของโครงการ

6.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การเก็บจากแบบสอบถาม แบบสังเกต คือ แบบทดสอบ แบบสัมภาษณ์แล้วแต่กรณี

6.6 การวิเคราะห์ข้อมูล คือ การนำข้อมูลที่เก็บได้มาทำการวิเคราะห์ โดยอาศัยค่าสถิติ เช่น ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน หรือค่าอื่น ๆ เป็นต้น

6.7 การเขียนรายงานการประเมินโครงการ ประกอบด้วย 5 บท  
 บทที่ 1 บทนำประกอบไปด้วย ความเป็นมาของโครงการที่ได้รับการประเมิน ความสำคัญของการประเมิน ชนิดของการประเมินและประเด็นในการประเมิน  
 บทที่ 2 งานประเมินที่เกี่ยวข้อง  
 บทที่ 3 วิธีดำเนินการประเมิน ประกอบไปด้วย ลักษณะของประชากร วิธีการสุ่มตัวอย่าง การได้มาของกลุ่มตัวอย่าง แบบแผนที่ใช้ในการประเมิน การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 4 นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล เกิดอะไรขึ้น ค้นพบอะไร ในการประเมิน จะนำเสนอในรูปแบบของตารางหรือแผนภูมิ

บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุป คือ การสรุปผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยจะแจ้งส่วนดีก่อน แล้วจึงจะแจ้งส่วนด้อยที่ค้นพบ อภิปรายผล ควรทำให้กระชับ ดึงดูดความสนใจ หาเหตุผลมาสนับสนุนว่าทำไมถึงเป็นเช่นนั้น ข้อเสนอแนะ คือ ข้อที่ค้นพบที่เป็นจุดด้อยของการประเมินโครงการนั้น ๆ เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงแก้ไขโครงการให้ดียิ่งขึ้น

### แนวคิดของการตลาดเชิงบริการ

หน้าที่การงานด้านใด คงไม่อาจหลีกเลี่ยงงานด้านบริการไปได้ งานบริการนั้นเกิดขึ้นได้ในทุกกรณี บางครั้งเราอาจเป็นผู้ให้บริการ ขณะเดียวกันยังเป็นผู้ที่รับบริการด้วย งานบริการมิได้จำกัดอยู่ที่ธุรกิจเอกชนที่ขายสินค้าหรือให้บริการเท่านั้น แต่ยังกระจายไปสู่หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ยิ่งในปัจจุบันที่มีกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกทำให้ทุกหน่วยงานต้องก้าวไปสู่ความเอกสารถึงเป็นเอกสารถึงส่วนเวสสำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนักอุตุนิยมวิทยาไปเซประเยชมนด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นสากล ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้เกิดการติดต่อสื่อสาร เกิดความสะดวก และรวดเร็ว ธุรกิจการค้าที่มุ่งเน้นเฉพาะการขายสินค้าเพียงอย่างเดียวไม่สามารถเจริญก้าวหน้าอย่าง มั่นคงได้ เพราะคุณภาพของการบริการแฝงเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า และด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ที่เจริญรุดหน้าไปอย่างรวดเร็ว จะช่วย เพิ่มความรุนแรงของตลาดบริการมากขึ้น ดังนั้น ธุรกิจที่มีคุณภาพของการบริการที่เป็นเลิศเท่านั้นที่ จะอยู่ได้และเติบโตได้อย่างมั่นคง ธุรกิจบริการเป็นงานที่ซับซ้อน หลากหลายมีความละเอียดอ่อน เพราะไม่เพียงแต่ผู้ประกอบการจะต้องมีสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ แต่ต้องเข้าถึงหรือสร้างการ ยอมรับให้เกิดการตัดสินใจซื้อบนความพอใจของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การตลาดบริการ (Service Marketing) จึงเป็นงานที่มีความท้าทาย มีความสำคัญต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของ ธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจบริการสร้างความได้เปรียบและประสบความสำเร็จในการแข่งขัน จึงต้องใช้การ ตลาดเป็นเครื่องมือในการสร้างกลยุทธ์ ลักษณะของผลิตภัณฑ์บริการมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ ที่เป็นสินค้า ดังนี้ (<http://market.sskru.ac.th/uploads/File/lin1market.pdf>)

การบริการ (Service) คือ กิจกรรม ประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่จัดทำ เพื่อเสนอขาย หรือกิจกรรมที่จัดทำขึ้น หรือรวมกับการขายสินค้า โดยการบริการแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือ

1. ผลิตภัณฑ์บริการเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายทำขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์ รูปแบบหนึ่ง ซึ่งผู้ขายทำเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
2. การบริการส่วนบุคคล เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้น เพื่อ เสริมกับสินค้าให้การขายและการใช้สินค้าให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นไป

ธุรกิจบริการ (Service Business) คือ ธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมตอบสนองต่อความต้องการของ ผู้บริโภค เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคและผลประโยชน์ของธุรกิจ

การตลาดบริการ (Service Marketing) คือ กระบวนการวางแผนและการบริหารแนวความคิด การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์บริการเพื่อก่อให้เกิดการ แลกเปลี่ยนที่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร และตอบสนองความพึงพอใจของผู้ซื้อและผู้ขาย

1. ลักษณะของการตลาดบริการ สินค้าบริการเป็นการกระทำ (Act) ที่เป็นขั้นตอน (Process) และแสดงเป็นผลงาน (Performance) ออกมาจากผู้ให้บริการส่งให้กับลูกค้า ซึ่งบางครั้งอาจมีผลิตภัณฑ์ ที่จับต้องได้ประกอบในการแลกเปลี่ยนบริการด้วย แต่ลูกค้าไม่ได้เป็นเจ้าของ
2. ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์บริการและผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้า แบ่งเป็น 5 ประการ ดังนี้

([http://202.183.190.2/dwnld/pworld/pw43/43\\_service\\_marketing.pdf](http://202.183.190.2/dwnld/pworld/pw43/43_service_marketing.pdf))

2.1 บริการไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) กล่าวคือ ไม่สามารถมองเห็นได้ หรือ

รู้สึกได้ก่อนซื้อ ผู้บริโภคจะรับรู้บริการได้จากความรู้สึกส่วนบุคคลในขณะที่ได้รับบริการ หรือหลัง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากรับบริการไปแล้ว

2.2 บริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) เนื่องจากการบริการมีข้อจำกัดในเรื่องของผู้ให้บริการที่เป็นบุคคลและเวลา จึงทำให้บริการได้เพียงครั้งละหนึ่งราย ในขณะที่สินค้าผลิตได้เป็นจำนวนมาก สามารถแบ่งย่อยเพื่อขายให้ผู้บริโภคพร้อมกันหลาย ๆ รายได้

2.3 บริการมีความไม่แน่นอน (Variability) การควบคุมคุณภาพของการบริการเป็นไปได้ยาก ต่างจากการผลิตสินค้าที่ควบคุมวัตถุดิบและเครื่องจักรได้ จะเห็นได้จากการไปร้านตัดผมและเลือกตัดผมกับช่างคนเดิม ซึ่งอาจตัดผมได้ไม่เหมือนกันในแต่ละครั้ง

2.4 บริการจัดทำมาตรฐานได้ยาก (Heterogeneous) เนื่องจากปัจจัยหลักของการบริการคือ คน การสร้างมาตรฐานโดยอาศัยการจัดการคนจึงเป็นเรื่องยาก

2.5 บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) การบริการจะเกิดขึ้นต่อเมื่อมีการซื้อและรับบริการในขณะเดียวกัน ต่างจากธุรกิจสินค้าที่ผู้ผลิตคาดคะเนล่วงหน้า และทำการผลิตสินค้าเก็บไว้ เพื่อรองรับความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงได้

คุณสมบัติหลักของการบริการในเบื้องต้น คือ ตอบสนองความต้องการพื้นฐานของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ได้ก่อน เช่น การบริการด้านขนส่ง ความต้องการพื้นฐาน คือการได้รับของที่มีคุณภาพ รวดเร็ว และไม่มีข้อผิดพลาดเสียหาย หรือ การบริการซ่อมแซมต่าง ๆ ความต้องการพื้นฐานคือ การซ่อมแซมสิ่งของชำรุดให้กลับคืนสู่การทำงานปกติ หากบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้

ในการบริการที่มีการแข่งขันสูงบางประเภท ลูกค้าจะไม่รู้สึกถึงความแตกต่าง จึงต้องสร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์ เช่น การบริการของบัตรเครดิตที่มีคุณสมบัติในการใช้จ่ายซื้อสินค้าได้เหมือนกันหรือการบริการของสายการบิน เช่น สายการบิน Japan Airline กับ Thai Airway ที่มีเส้นทางการบินจากกรุงเทพฯ ไปประเทศญี่ปุ่นและใช้เครื่องบินรุ่นเดียวกัน ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกว่ามีใช้ที่ไหนก็ได้ และมักเลือกใช้บริการที่มีราคาต่ำกว่า ดังนั้น จึงต้องมีการบริการเป็นส่วนเสริมที่ช่วยขยายคุณค่าประโยชน์ของบริการหลัก อาจเป็นบริการส่วนเสริมที่ช่วยอำนวยความสะดวก หรือสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่ลูกค้า เช่น บริการสายการบิน หากให้ความเอาใจใส่ต่อลูกค้า มีบริการก่อนและหลังการเดินทาง ได้แก่ บริการข้อมูลต่าง ๆ ห้องพักรับรอง การบริการบนเครื่องบิน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสารต่าง ๆ อาหารและเครื่องดื่ม การบริการของพนักงาน หรือการบริการของปั้มน้ำมัน ที่นอกจากจะให้บริการเติมน้ำมันแล้วยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น บริการเช็ดกระจก บริการเทขยะ การเตรียมห้องน้ำที่สะอาดสำหรับลูกค้า สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นการสร้างให้ลูกค้าเห็นความแตกต่างและจะช่วยสร้างความประทับใจและพึงพอใจให้แก่ลูกค้ามากขึ้น

นอกจากนี้สิ่งสำคัญที่บริการแตกต่างจากสินค้าคือ บริการต้องการคุณภาพมากกว่าปริมาณ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

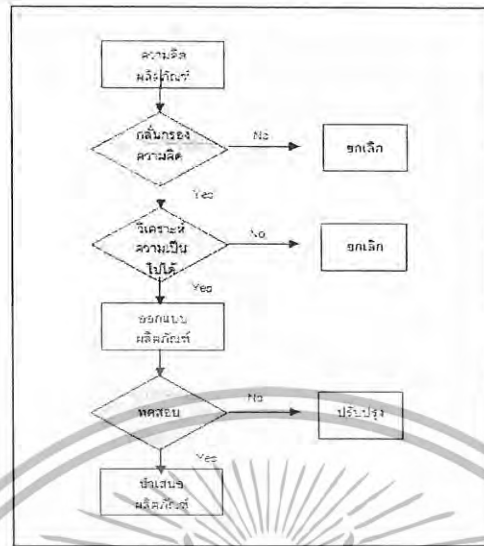
จากการที่เราชมภาพยนตร์เรื่องยาว ๆ แต่รู้สึกไม่สนุก หรือการที่ช่างตัดผมใช้เวลาในการตัด แต่ได้ทรงผมไม่ถูกใจ แสดงให้เห็นว่าแม้จะได้รับการบริการในปริมาณมาก ไม่จำเป็นต้องรู้สึกพอใจกับบริการนั้นเสมอไป ดังนั้น การวัดคุณภาพของการบริการต้องดูจากความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ ต้องมีการประเมินผลการบริการเข้ามาช่วยเป็นเครื่องบ่งบอกถึงความพอใจของลูกค้า

การกำหนดแนวทางในการประเมินผลการบริการจะเป็นในเชิงปริมาณ ด้วยการเก็บข้อมูลของสถิติการให้บริการ แล้วนำมาวิเคราะห์และเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น ส่วนการประเมินในเชิงคุณภาพจะหาข้อมูลด้วยการสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยออกเป็นแบบสอบถามหรือแบบสำรวจความคิดเห็น ข้อเสนอแนะและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ ซึ่งต้องกำหนดเกณฑ์ (Criteria) ในการประเมินผล โดยการกำหนดหัวข้อประเมิน จะต้องมีความสัมพันธ์กับลักษณะของบริการ

การประเมินผลการบริการควรมีลักษณะเป็นการประเมินเชิงเปรียบเทียบ (Benchmark) ซึ่งจะกำหนดวิธีประเมินโดยการให้คะแนน (Point Rating) การเปลี่ยนแปลงลักษณะของคุณภาพการบริการให้เป็นตัวเลข แล้วนำมาวิเคราะห์หรือวิธีคือการเปรียบเทียบผล (Comparison) โดยนำผลการบริการที่เกิดขึ้นไปเปรียบเทียบกับมาตรฐานของการบริการที่กำหนดไว้และวัดผลเป็นระดับ การเก็บข้อมูล เพื่อนำมาใช้ประเมินอาจพิจารณาจากเรื่องทั่ว ๆ ไป แล้วจึงพิจารณาในรายละเอียดเฉพาะได้แก่ สิ่งที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า สิ่งที่ทำให้ลูกค้าไม่พอใจ สิ่งที่เป็นบริการของคู่แข่งและสิ่งที่ดีว่าเป็นการให้บริการในระดับโลก แล้วนำมาเปรียบเทียบกับมาตรฐานเดิมที่มีอยู่ เพื่อเป็นข้อมูลในการนำไปใช้พัฒนาการบริการและตั้งเป้าหมายขององค์กรต่อไป

หลังจากได้ผลการประเมินแล้ว ต้องมีการปรับปรุง โดยดูจากกระบวนการทำงาน แต่กลับมีวิธีการลดเวลาในการทำงานแต่ละขั้นตอนให้เร็วขึ้น นอกจากนี้จะทำให้การบริการมีความรวดเร็วขึ้นแล้วยังช่วยลดค่าใช้จ่ายในแต่ละส่วน และทำให้ต้นทุนรวมลดลงด้วย หรืออาจมีการเปลี่ยนโครงสร้างการบริการ (Reengineering Service Process) เพื่อปรับปรุงให้การบริการมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพมากขึ้น เป็นการวิเคราะห์และออกแบบกระบวนการบริการใหม่ อาจเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมหรือคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพิ่มความแปลกใหม่ให้กับลูกค้า โดยการระดมแนวความคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ได้จากการสำรวจตลาด ผู้ให้บริการ นักวิชาการ ผู้บริหาร แล้วนำมาคัดเลือกเฉพาะความต้องการที่นำไปพัฒนาได้จริง หลังจากนั้นต้องมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางธุรกิจ มีผู้ซื้อ หรือมีความคุ้มทุนและสร้างกำไรได้หรือไม่ แล้วจึงออกแบบผลิตภัณฑ์และไม่ลืมนำมาทดสอบว่าสามารถใช้ได้จริง หากมีข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นจะแก้ไขปรับปรุงก่อนแล้วจึงนำบริการออกสู่ตลาด (ภาพที่ 1)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1 กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์บริการ

ที่มา : <http://202.183.190.2/dwnld/pworld/>

หัวใจสำคัญของการบริการยังอยู่ที่ผู้ให้บริการ ต้องเข้าใจธรรมชาติของลูกค้าว่ามีพฤติกรรม ทั้งที่เป็นบวกและลบ มีความต้องการ ไม่มีที่สิ้นสุด การบริการจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ในขณะเดียวกันต้องสร้างความแปลกใหม่ให้เกิดขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ลูกค้า จดจำได้ และเป็นการดึงดูดลูกค้าได้เป็นอย่างดี การบริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถสัมผัสได้หรือไม่ สามารถมองเห็นด้วยตาเปล่า การที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการใด ส่วนใหญ่จะมองจากสภาพแวดล้อม และความรู้สึกที่ลูกค้าคาดหวังจะได้รับ หากบริการได้ตามความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้ เกิดขึ้นได้ จะถือได้ว่าการบริการนั้นประสบความสำเร็จ

3. การแบ่งกลุ่มประเภทสินค้าบริการ แนวคิดที่นิยมแพร่หลายคือ การแบ่งกลุ่มสินค้าตาม พฤติกรรมการซื้อขาย ได้แก่ ความสะดวกสบาย ความง่ายในการหาซื้อและสินค้ากลุ่มพิเศษ โดยแบ่งตามความถี่ที่ผู้บริโภคซื้อสินค้า และต้องใช้ความพยายามหาซื้อสินค้า หรือแบ่งตามความ ทนทานและอายุการใช้งานหรือแบ่งสินค้าตามการจัดซื้อจัดหามา แต่ความหมายที่เป็นประโยชน์ใน การจัดการที่มีนัยสำคัญ ดังนี้ (<http://www.geocities.com/xmba18/behavior/servicepkt.doc>)

3.1 กระบวนการผลิตงานบริการที่ลูกค้าจำเป็นต้องสินค้านั้น ๆ ได้ ได้แก่ การไปเช่า ห้องพักในโรงแรม สินค้าได้แก่ ห้องพัก

3.2 กระบวนการผลิตบริการมีผลโดยตรงกับลูกค้า เช่น ร้านทำผม ลูกค้าต้องไปรับ บริการด้วยตนเอง กระบวนการผลิตคือ ให้ลูกค้าได้รับความพอใจด้วยความรวดเร็ว

3.3 สถานที่และเวลาในการส่งมอบบริการ เช่น ลูกค้าเดินทางมารับบริการด้วยตนเอง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์หรือสงวนชื่อเจ้าของเอกสารเท่านั้น เมื่อผู้จัดทำเห็นชอบจะระงับการนำเอกสารนี้ไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือโทรศัพท์มาสั่ง แล้วให้พนักงานบริการนำไปส่งให้ที่บ้าน ทำให้การตัดสินใจเรื่องการวางแผนช่องทางการจัดจำหน่ายมีความแตกต่างกัน

3.4 ระดับการส่งมอบบริการตามแบบมาตรฐาน หรือส่งบริการแบบพิเศษเฉพาะ เช่น การส่งพัสดุแบบธรรมดา หรือให้บริการส่งด่วนภายใน 24 ชั่วโมง ตามเวลาและสถานที่ที่กำหนด

3.5 ระดับลักษณะความสัมพันธ์ของลูกค้ากับสินค้าที่ให้บริการ มีประวัติที่อยู่ตลอดจนเก็บข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าไว้เป็นระบบ ทำให้นักการตลาดต้องวางแผนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อให้ผู้ใช้บริการนาน ๆ

3.6 Demand และ Supply ของบริการ มีระดับความแตกต่างกันแล้วแต่ประเภทของบริการและความต้องการลูกค้า นักการตลาดต้องตัดสินใจในเรื่องราคาตามหลักเศรษฐศาสตร์

3.7 ลูกค้ามีส่วนร่วมเกี่ยวกับกระบวนการผลิตบริการที่เป็นเครื่องมือ พนักงานที่บริการหรือสถานที่ เช่น การใช้บริการในโรงพยาบาลระหว่างรัฐบาลและเอกชน มีการให้บริการด้านต่าง ๆ ที่สะอาด สะดวก รวดเร็ว แตกต่างกัน

#### 4. การจัดการบริการประเภทต่าง ๆ ได้แก่

4.1 People Processing เป็นรูปแบบที่ลูกค้าต้องอยู่ในกระบวนการผลิตด้วยตนเอง หรือสัมผัสโดยตรงกับบริการ เพื่อรับการส่งมอบสินค้าในขั้นตอนการผลิต การส่งมอบด้วยตนเองจึงจะสมบูรณ์ เช่น การขนส่งผู้โดยสาร เป็นต้น

4.2 Possession Processing เป็นรูปแบบการบริการที่ลูกค้าไม่ต้องมาอยู่รับบริการ แต่มีสิ่งของที่ลูกค้าเป็นเจ้าของต้องอยู่ในกระบวนการบริการ ในขั้นตอนการบริการ เช่น บริการซ่อมบ้าน ซ่อมคอมพิวเตอร์ หรือบริการตัดขนสุนัข เป็นต้น

4.3 Mental Stimulus Processing เป็นรูปแบบการบริการที่มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าทางด้านจิตใจ มักเป็นบริการด้านฐานข้อมูล เช่น การศึกษาข่าวสาระบันเทิง บริการเหล่านี้มีผลโดยตรงกับทัศนคติ ความคิดและพฤติกรรมของลูกค้า เป็นต้น

4.4 Information Processing เป็นกลุ่มประเภทบริการที่ตัวลูกค้าไม่ต้องเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตหรือการส่งมอบคุณภาพงานบริการ ขึ้นอยู่กับความคาดหวังของลูกค้าเป็นหลักใหญ่นักการตลาด จึงกำหนดปัจจัยที่มีอิทธิพลกับความคาดหวังของลูกค้าต่อการประเมินคุณภาพบริการ

#### แนวคิดเกี่ยวกับ Internet Banking

ปัจจุบันวงการธนาคารในประเทศไทยค่อนข้างตื่นตัวและให้ความสนใจกับการออกบริการใหม่ ๆ ให้ลูกค้าได้เลือกใช้อยู่เสมอ จนกระทั่งบางครั้งลูกค้าสับสน เพราะเลือกไม่ถูกว่าจะใช้บริการใดเช่น เดินเข้าไปที่ธนาคารแห่งหนึ่ง ต้องการเปิดบัญชีออมทรัพย์หนึ่งบัญชี ไม่ทราบว่าจะธนาคารมีเอกสารเป็นเอกสารที่ส่งวันเวลาสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บัญชีออมทรัพย์ประเภทใด เป็นต้น ทุกธนาคาร มีบัญชีออมทรัพย์ให้เลือกอย่างน้อย 2 ประเภท เช่น ออมทรัพย์แบบปกติกับออมทรัพย์แบบมีประกันชีวิตด้วย แต่ในจำนวนบริการใหม่ ๆ ของธนาคารที่น่าจับตามอง และได้รับการกล่าวถึงมากในขณะนี้คือ อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง บางครั้งเรียกชื่อบริการนี้แตกต่างกันออกไป เช่น อิเล็กทรอนิกส์แบงก์กิ้ง หรืออีแบงก์กิ้ง หรือไซเบอร์แบงก์กิ้ง ( <http://www.thaitelecom.com/> ) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ความหมายที่แตกต่างกัน ตามที่กล่าวมาข้างต้นนั้น แม้จะมีผู้เรียกบริการ Internet Banking แตกต่างกัน หลายคนเข้าใจเหมือนกันคือ มีความหมายเดียวกัน ในความเป็นจริงไม่ได้เป็นอย่างที่คิด ทั้งนี้เพราะแต่ละคำมีความหมายที่ลึกซึ้งแตกต่างกันหากเข้าใจ ไม่ถูกต้องและนำไปใช้พูดคุยกับผู้อื่น อาจทำให้ผู้อื่นที่ไม่เข้าใจความหมายหรือเข้าใจความหมายคลาดเคลื่อน จะต้องรับหน้าที่ขยายความ เพื่อให้เข้าใจตรงกัน ดังนั้น จึงอธิบายความหมายของแต่ละคำได้ดังนี้

อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) หมายถึง ธนาคารที่มีการให้บริการบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

อีแบงก์กิ้ง (E-Banking) หมายถึง ธนาคารที่ให้บริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต

ไซเบอร์แบงก์กิ้ง (Cyber Banking) หมายถึง ธนาคารที่ให้บริการผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ออนไลน์

สาเหตุที่ไม่ใช่ชื่อเหมือนกัน เพราะต้องการให้ผู้ใช้บริการไม่สับสน ซึ่งอธิบายในแง่ของการตลาดและโฆษณา ผู้ส่งสื่อ (ธนาคาร) สามารถใช้คำใด ๆ มาใช้เพื่อสร้างจุดเด่นให้กับสินค้าหรือบริการของตน ขณะเดียวกันต้องสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้แก่ผู้รับสื่อ (ลูกค้า) ด้วย เพราะผู้รับสื่อย่อมมีภูมิความรู้ที่แตกต่างกัน

2. ความเปลี่ยนแปลงในทวีปเอเชีย ธนาคารหลายประเทศเริ่มดำเนินการในเรื่องดังกล่าวมานานแล้ว เช่น ในประเทศสิงคโปร์ ซึ่งถือว่าเป็นกรณีศึกษาที่สำคัญ โดยในประเทศสิงคโปร์นั้น ธนาคารใหญ่ ๆ ล้วนเปิดให้บริการประเภทนี้มานานแล้ว เช่น UOB, OUB และ OCBC ในขณะนี้ได้รับการจับตามองจากนายธนาคารในภูมิภาคนี้มากที่สุดคือ การเปิดตัวของ Japan Net Bank (<http://www.japannetbank.net>) ซึ่งเป็นธนาคารแห่งแรกของประเทศญี่ปุ่นที่ประกอบกิจการทั้งหมดแบบออนไลน์ ภายใต้การนำของนายโยชิยุกิ มียาอิ (กรรมการผู้จัดการใหญ่) ธนาคารแห่งนี้ ปัจจุบันมีลูกค้าประมาณ 40,000 บัญชี และกว่าครึ่งมีอายุประมาณ 30-34 ปี ตามแผนการดำเนินงานนั้นทาง Japan Net Bank คาดว่าจะมีลูกค้าประมาณ 1,000,000 ล้านบัญชีในปี 2003 ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวถือว่าเป็นการปฏิวัติธุรกิจธนาคารอย่างมาก เพราะชาวญี่ปุ่นมีพฤติกรรมที่ไม่ค่อยยอมรับ

การใช้บัตรเครดิตและการทำธุรกรรมการเงินแบบออนไลน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ความพร้อมของธนาคารในประเทศไทย สถานการณ์ในขณะนี้ มีธนาคาร 9 แห่งเปิดให้บริการคือ

- 3.1 ASIA CyberBanking ของธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน)
- 3.2 Citibank Online ของธนาคาร ซิตี้แบงก์ จำกัด (มหาชน)
- 3.3 SCB Easy Net ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
- 3.4 KTB Online ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
- 3.5 K-Cyber Banking ของธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
- 3.6 Krungsri Online ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
- 3.7 Bualuang iBanking ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
- 3.8 TMB Internet Banking ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
- 3.9 SCIB Internet Banking ของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)

จากข้อมูลต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าธนาคารในประเทศไทยทุกธนาคารไม่อาจด้านกระแสของ Internet Banking ได้อีกต่อไป ดังนั้น การทำความเข้าใจถึงบริการนี้อย่างลึกซึ้งและเลือกใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ จะเป็นตัวชี้วัดถึงอนาคตของธนาคารอย่างแน่นอน

4. ความท้าทายทางด้านเทคโนโลยีสำหรับธุรกิจบริการด้านการเงิน ความเปลี่ยนแปลงของโลกาภิวัตน์ ส่งผลให้ธุรกิจไร้พรมแดนเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วขีดจำกัด พร้อมกับการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรง เพื่อนำไปสู่การเป็นผู้นำ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ตรงใจและรวดเร็วที่สุด โดยเฉพาะในปัจจุบันธุรกิจทางการเงินกำลังเผชิญหน้ากับความท้าทายต่าง ๆ มากมาย รวมไปถึงเทคโนโลยีที่ก้าวล้ำสมัยอยู่ตลอดเวลา เพราะฉะนั้น การเตรียมรับมือกับความแปรเปลี่ยนที่เกิดขึ้นด้วยการมองถึงแนวโน้มและความท้าทายใหม่ ๆ ของเทคโนโลยีบริการทางการเงิน จึงเป็นวิถีทางที่เป็นข้อมูลในการผลักดันกลยุทธ์และแนวทางในอนาคตของธุรกิจทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรม

ภาพรวมและแนวโน้มของเทคโนโลยีในส่วนของบริการทางการเงินจากการศึกษาในธุรกิจธนาคาร ตลาดการเงิน และอุตสาหกรรมทั่วโลก พบว่ามีความท้าทายที่เข้ามา ควรใช้ความล้ำหน้าของเทคโนโลยีรองรับสนับสนุนและขับเคลื่อนตามแนวทางดังนี้(การเงินธนาคาร, No.318: 131)

4.1 โลกาภิวัตน์จะเปลี่ยนแปลงโลกธุรกิจ แนวโน้มโดยทั่วไปของโลกาภิวัตน์จะผลักดันให้บริษัทต่าง ๆ หันมาใช้กลยุทธ์ร่วมมือศูนย์กลางในอินเทอร์เน็ตที่เกิดขึ้น อีกทางหนึ่งเปรียบเหมือนซานซาลาแห่งศูนย์กลางข้อมูลและชุมชนขนาดใหญ่ ที่เปิดกว้างให้ผู้ใช้และนักพัฒนา มีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนบริการและข้อมูลนวัตกรรมได้อย่างกว้างขวาง เนื่องจากศูนย์กลางข้อมูลและชุมชนใน

อินเทอร์เน็ตจะส่งเสริมให้บริษัทต่าง ๆ ติดต่อกันในองค์กรหรือระหว่างองค์กรได้มีประสิทธิภาพ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการเข้าถึงกัน โดยใช้แอปพลิเคชันพื้นฐาน ดังนั้น บริษัทขนาดใหญ่สามารถใช้ประโยชน์จากอุปกรณ์เทคโนโลยีเหล่านี้ได้อย่างสะดวกรวดเร็วและยืดหยุ่นขึ้น เช่น การส่งผ่านเว็บ การวิเคราะห์ทางธุรกิจ และกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อช่วยให้ธุรกิจและบริการส่งต่อถึงลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

4.2 พลังความต้องการของลูกค้า ลูกค้าในยุคสมัยใหม่ต้องการความสะดวกสบาย บริการ และคำแนะนำจากทุกสถานที่ตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้จึงเกิดโซลูชันแบบทางไกลและเคลื่อนที่ หรือผ่านเว็บ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เนื่องมาจากการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการระหว่างกันจะเพิ่มมากขึ้น เช่น การจ่ายเงินแบบตัวต่อตัว และสินเชื่อระหว่างบุคคลผ่านเว็บ จะเป็นการทำลายแนวทางการดำเนินธุรกรรมผ่านธนาคารแบบดั้งเดิม

สภาวะความเร่งด่วนและการเตรียมความพร้อมของเครือข่ายไร้สายบรอดแบนด์รูปแบบใหม่ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ เทคโนโลยีเว็บทางไกล และความต้องการทางตลาดจะมีแนวทางการผสมผสานเข้ากับโลกอินเทอร์เน็ต การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของธุรกิจการเงินจากบริการสื่อสารด้านโทรคมนาคมและอินเทอร์เน็ต ที่จะช่วยให้เกิดแอปพลิเคชัน และการเจริญเติบโตอีกช่องทางหนึ่ง ถือได้ว่ายังมีช่องว่างทางโอกาสอีกมาก และเพิ่มยอดการตลาดจากคอมพิวเตอร์ส่วนตัวของลูกค้าที่ทำธุรกรรมการเงินเกือบทุกอย่างผ่านโทรศัพท์มือถือและโครงข่ายสื่อสารโทรคมนาคม

วิธีการนี้ นำเสนอโอกาสสร้างมูลค่าทางการตลาด การติดต่อทางธุรกิจและฐานลูกค้า เช่น การเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลายของลูกค้าและพฤติกรรมของลูกค้าอย่างถูกต้อง จะทำให้พิจารณาถึงความเสี่ยงและความต้องการเฉพาะบุคคล รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า นั้นได้ เพราะธุรกิจอาจไม่ทราบข้อมูลลูกค้าทั้งหมด แต่ลูกค้าจะเป็นผู้ให้รายละเอียดถึงทางเลือก ความคาดหวังจากบริการและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ซึ่งเหมาะสมกับความต้องการของพวกเขา

5. ช่องทาง Internet Banking ประหยัดต้นทุน/เพิ่มรายได้ ช่องทางการให้บริการ Internet Banking เป็นจุดที่สถาบันการเงินใช้เทคโนโลยีที่มีอยู่มาช่วยประหยัดต้นทุน ( Cost-Saving ) และมีแนวโน้มสร้างรายได้ง่ายขึ้น ดังนั้น เพื่อให้ธนาคารบริหารจัดการช่องทางการให้บริการดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงทำให้เกิดแนวคิดที่เรียกว่า Approach ออกเป็น 4 รูปแบบ เพื่อให้สถาบันการเงินใช้ประโยชน์ในช่องทางของ Internet Banking ควบคู่รวมกับกลยุทธ์ที่ทางธนาคารใช้การจัดการช่องทางบริการให้เกิดประโยชน์ที่สุด ดังนี้ (การเงินธนาคาร, No.316 : 112)

5.1 แนวทางการขยายช่องทางการให้บริการของธนาคารจากเดิมที่มีอยู่ เช่น เรื่องการสอบถามข้อมูลจากสถาบันการเงิน (Information Services) การทำธุรกรรมทางการเงินที่ให้ช่องทางอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการชำระเงิน เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2 แนวทางเพื่อบริหารต้นทุนของทางธนาคาร เช่น ช่วยลดค่าใช้จ่ายที่ธนาคารต้องมีระบบ call center ให้บริการตลอดเวลา การใช้ช่องทางอินเทอร์เน็ตเป็นสถานที่แจ้งสถานะทางบัญชีต่าง ๆ แทนการพิมพ์รายการที่เป็นกระดาษ เป็นต้น

5.3 แนวทางที่ใช้เป็นจุดเสริมความปลอดภัย เช่น การเข้าใช้งานระบบที่ต้องการความปลอดภัยสูงในการยืนยันตัวบุคคล หรือที่เรียกว่า two Factor Authentication (2FA) การใช้เป็นช่องทางในการแจ้งเตือนการฉ้อโกง (Fraud Alert) ทางธุรกรรมทางการเงินได้อย่างทันที เป็นต้น

5.4 แนวทางปฏิบัติเรื่องการใช้ช่องทางของ Internet Banking เป็นเครื่องมือทางการตลาด เช่น กลยุทธ์ในการหา การทำให้ได้ลูกค้ามา กลยุทธ์เพื่อการรักษาลูกค้าที่มีอยู่ไว้ให้ได้ กลยุทธ์ในการตอบรับจากลูกค้า เป็นต้น

6. สร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าและกระตุ้นให้ใช้บริการต่อเนื่อง จะเห็นว่าการทำให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจ Internet Banking จึงไม่ใช่เป็นเรื่องเทคโนโลยีที่ต้องรองรับอย่างเดียว แต่ต้องมีขั้นตอนที่นำลูกค้าของธนาคารเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่องและเชื่อมั่นมากขึ้น (การเงินธนาคาร, No.316 : 113) ดังนั้น การให้บริการแบบใหม่อาจเกิดความล้มเหลวกับทางธนาคารได้ เนื่องจากอัตราผู้ใช้งานต่ำ จนทำให้ไม่คุ้มค่ากับการลงทุนของธนาคาร ข้อผิดพลาดดังกล่าวเกิดจากการขาดการสร้างแรงผลักดัน หรือตระหนักถึงความสำคัญ (Awareness) ของบริการที่ทางธนาคารมีให้กับลูกค้า เพราะการสร้างตระหนัก เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการสร้างความสำเร็จที่เกิดขึ้น

#### รายงานประจำปีของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

จากข้อมูลในรายงานประจำปีของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

1. เครือข่ายสาขาและธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ การมีเครือข่ายช่องทางให้บริการที่กว้างขวางเป็นองค์ประกอบหลักในยุทธศาสตร์ด้านการแข่งขันของธนาคารกรุงเทพ ปี 2546 นับว่าเป็นอีกปีหนึ่งที่ธนาคารมีความก้าวหน้าในการขยายและพัฒนาเครือข่ายช่องทางบริการในหลายด้าน ธนาคารได้ขยายผลของโครงการปรับปรุงระบบการทำงานของสาขาครอบคลุมทุกสาขาทั่วประเทศแล้ว โดยปรับปรุงระบบการทำงาน จนครอบคลุมทุกสาขาในต่างจังหวัด หลังจากที่ดำเนินการในกรุงเทพมหานครเสร็จสมบูรณ์ไปแล้วเมื่อ 2 ปีก่อนหน้า ภายได้โครงการดังกล่าว ธนาคารยังได้จัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการต่าง ๆ ขึ้น เพื่อลดภาระงานด้านเอกสารและงานอำนวยการของสาขา ให้พนักงานสาขามีเวลาในการให้บริการ ทำการตลาด ดูแลอำนวยความสะดวกให้ลูกค้ามากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ธนาคารยังได้ปรับปรุงบทบาทของสาขาให้เน้นการบริการอันเป็นเลิศด้วยคุณภาพและน้ำใจ และมีจัดอบรมเพิ่มเติมให้พนักงานมีทักษะและความพร้อมที่จะปฏิบัติงานในเชิงรุก เพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่ และเอกสารเป็นเอกสารที่ส่งวันไวสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่ เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการลูกค้า ธนาคารนำเสนอช่องทางบริการอื่น ๆ นอกเหนือจากเคาน์เตอร์บริการ เป็นทางเลือกให้ธนาคารทำธุรกรรมทางการเงินพื้นฐานตามต้องการ เช่น ทำธุรกรรมผ่านบริการธนาคารอัตโนมัติ (Bualuang Express) บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (Bualuang iBanking) และบริการธนาคารทางโทรศัพท์ (Bualuang Phone) เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อกระจายลูกค้าไปยังช่องทางบริการต่าง ๆ ลดระยะเวลารอคิวของลูกค้าที่รับบริการหน้าเคาน์เตอร์ ทำให้พนักงานมีเวลาดูแลลูกค้า อำนวยความสะดวกที่มีลักษณะซับซ้อน และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างใกล้ชิดยิ่งขึ้น (ธนาคารกรุงเทพ, 2546 : 19)

การเปิดสาขาไมโครเพิ่มขึ้น นับเป็นแนวทางหนึ่งของการกระจายลูกค้าไปยังช่องทางบริการอิเล็กทรอนิกส์ สาขาไมโครมีรูปแบบการให้บริการที่เน้นการติดตั้งเครื่องมือและระบบบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เป็นหลัก โดยมีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกจำนวนน้อย มีหน้าที่หลักให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำแก่ลูกค้าเกี่ยวกับวิธีการทำธุรกรรมผ่านทางช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ พร้อมกับนำเสนอ บริการและผลิตภัณฑ์บริการต่าง ๆ ต่อลูกค้า

ธนาคารกรุงเทพ มีส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนธุรกรรม ที่ลูกค้าทำผ่านบริการธนาคารอัตโนมัติสูงที่สุดในประเทศ โดยมีเครื่องบริการธนาคารอัตโนมัติจำนวนกว่า 2,600 เครื่อง ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปัจจุบันมากกว่าร้อยละ 70 ของลูกค้าทำธุรกรรมการเงินพื้นฐานที่ไม่ซับซ้อนผ่านบริการธนาคารอัตโนมัติ ลูกค้านิยมใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้จากปริมาณการโอนเงินผ่านบริการ Bualuang iBanking เพิ่มขึ้นถึงสามเท่า ปริมาณการชำระค่าสินค้าและบริการอัตโนมัติเพิ่มขึ้นสองเท่า

ธนาคารได้ริเริ่มติดตั้งจุดบริการ Bualuang iBanking ตามสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร รวมจำนวน 41 เครื่อง โดยจัดเจ้าหน้าที่ไว้อำนวยความสะดวกและแนะนำวิธีการใช้ เปิดโอกาสให้ลูกค้าได้เรียนรู้และทดลองใช้บริการ ซึ่งนับเป็นครั้งแรกในประเทศไทยที่มีการติดตั้งจุดให้บริการ Bualuang iBanking ดังกล่าว เป็นการเอื้อประโยชน์ให้ลูกค้ามีช่องทางใช้บริการมากขึ้น

2. บริการธนาคารอัตโนมัติ (ธนาคารกรุงเทพ, 2547 : 18) นอกเหนือจากการขยายเครือข่ายสาขา ธนาคารยังพัฒนาบริการธนาคารอัตโนมัติ ประกอบด้วยธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ‘Bualuang iBanking’ บริการธนาคารอัตโนมัติ (Bualuang Express) บริการธนาคารทางโทรศัพท์ (Bualuang Phone) เครื่องข่ายเครื่องเอทีเอ็มและเครื่องรับฝากเงินสดอัตโนมัติ ‘บัวหลวงเงินฝากลับไว’ ในปี 2547 ธนาคารประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีในการชักชวนให้ลูกค้าทำธุรกรรมผ่านช่องทางบริการธนาคารอัตโนมัติ แทนการใช้บริการหน้าเคาน์เตอร์ ช่วยให้พนักงานมีเวลาดูแลกลุ่มลูกค้าที่ต้องการบริการเฉพาะตัวได้มากขึ้น

จำนวนธุรกรรมโอนเงินผ่านบริการออนไลน์ของ Bualuang iBanking ในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถึงร้อยละ 11.8 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ขณะที่จำนวนผู้ใช้บริการ Bualuang Phone เพิ่มขึ้นมาก เช่นเดียวกัน โดยในปี 2547 มีการใช้บริการทางโทรศัพท์และโทรสารจำนวนรวมกว่า 16 ล้านรายการ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า ร้อยละ 20.5 ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา ธนาคารได้ปรับปรุงโครงสร้างองค์กร ระบบงานด้านการขายและบริการ ตลอดจนพัฒนาระบบเทคโนโลยี เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่ง และขีดความสามารถในการแข่งขัน ช่วยให้ธนาคารมีความพร้อมที่จะเผชิญความท้าทายและใช้จุดแข็งของธนาคารให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ ธนาคารยังมุ่งมั่นที่จะนำศักยภาพที่มีอยู่ ได้แก่ ความเชื่อถือของลูกค้าและประชาชนต่อธนาคาร ระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเครือข่ายสาขาธุรกิจที่กว้างขวางมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อช่วยรักษาและเพิ่มพูนส่วนแบ่งตลาด ขณะเดียวกัน ธนาคารมีบุคลากรที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญอีกประการหนึ่งในการรักษาฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ อันเป็นปัจจัยความสำเร็จที่ทำให้ธนาคารพร้อมจะก้าวหน้าต่อไปสู่สักการแห่งการเจริญเติบโตและการแข่งขัน

3. พัฒนาการด้านช่องทางบริการ เป้าหมายยุทธศาสตร์ประการหนึ่งของธนาคาร คือ การมุ่งขยายเครือข่ายและช่องทางบริการ เพื่อให้ลูกค้าเลือกใช้บริการของธนาคารอย่างสะดวกสบาย ตามความชอบ หรือลักษณะการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคล ในปี 2548 ธนาคารได้เปิดสาขาปกติจำนวน 6 แห่ง และสาขาไมโครอีกจำนวน 31 แห่ง ทั้งมีการย้ายพื้นที่ทำการของสาขาบางแห่งไปยังสถานที่ใหม่ เพื่อความสะดวกของลูกค้ายิ่งขึ้น ขณะเดียวกันธนาคารได้ขยายวันและเวลาทำการของสาขาปกติทั้งหมดที่อยู่ในศูนย์การค้า เปิดให้บริการทุกวันเช่นเดียวกับสาขาไมโคร เพื่อรองรับปริมาณธุรกรรมและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าเพิ่มขึ้น สิ้นปี 2548 ธนาคารมีเครือข่ายสาขาทั้งในประเทศและต่างประเทศ จำนวนรวมทั้งสิ้น 710 แห่ง มีเครื่องเอทีเอ็มจำนวนกว่า 2,600 เครื่อง และเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติอีก 500 เครื่อง (ธนาคารกรุงเทพ, 2548 : 15)

ธนาคารมีบัตรเอทีเอ็มจำนวนกว่า 17 ล้านบัตร โดยปริมาณการทำธุรกรรมผ่านทางเอทีเอ็มเพิ่มขึ้นกว่า 1.1 ล้านรายการต่อวัน ในด้านปริมาณการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ มีการขยายตัวต่อเนื่องอย่างน่าพอใจ มีลูกค้าใช้บริการในระบบอัตโนมัติ ผ่านเจ้าหน้าที่ของศูนย์ธนาคารทางโทรศัพท์ที่ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ในปริมาณรวมประมาณ 1.5 ล้านรายการต่อเดือน

จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตของธนาคาร 'Bualuang iBanking' ในปี 2548 เพิ่มขึ้น เกือบร้อยละ 40 จากปีก่อนหน้า ในขณะที่เว็บไซต์ของธนาคาร มีเนื้อหาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีข้อมูลบางส่วนเป็นภาษาจีนและภาษาญี่ปุ่น ได้รับความนิยมจากผู้ที่ค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีจำนวนการเยี่ยมชมแต่ละหน้าต่อเดือน ถึง 3.5 ล้านครั้ง จากจำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมเฉลี่ย 2.4 แสนรายต่อเดือน เป็นที่น่ายินดีที่เว็บไซต์ของธนาคารได้รับการจัดอันดับให้เป็นเว็บไซต์ธนาคารที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทย โดยได้รับรางวัล เว็บไซต์เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธนาคารยอดนิยมแห่งปี 2005' จากทรูฮิตดอตเน็ต

4. พัฒนาการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (ธนาคารกรุงเทพ, 2549 : 20) ธนาคารกรุงเทพมีการพัฒนาด้านบริการอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง เพื่ออำนวยความสะดวกสบายแก่ลูกค้า บุคคลทั่วไปในการทำธุรกรรมทางการเงิน ไม่ว่าจะการบริหารจัดการเรื่องการเงินและบัญชีส่วนตัว ลงทุนในกองทุนรวม หรือการชำระค่าใช้จ่ายต่างๆ บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้จากปริมาณธุรกรรมผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอในปี 2549 เทียบกับปีก่อนหน้า ดังนี้

4.1 ปริมาณธุรกรรมผ่านเครือข่าย 'Bualuang ATM' เพิ่มขึ้นร้อยละ 12 และเครื่องเอทีเอ็มมีจำนวนกว่า 3,100 เครื่อง หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.7

4.2 ปริมาณธุรกรรม 'Bualuang Phone' เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.5

4.3 ปริมาณธุรกรรมผ่าน 'Bualuang iBanking' เพิ่มขึ้นร้อยละ 49.2

4.4 ปริมาณธุรกรรมผ่าน 'Bualuang Express' เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.1

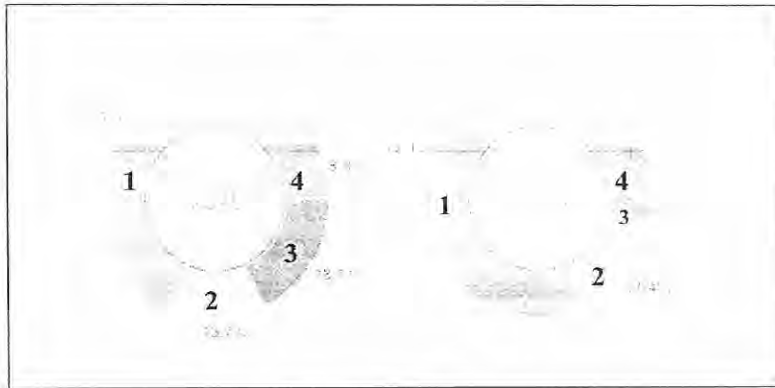
พัฒนาการต่าง ๆ ข้างต้นสะท้อนเจตจำนงของธนาคารที่จะให้บริการเป็นเลิศ มีคุณภาพแก่ลูกค้า พัฒนาการดังกล่าวยังคงดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทำงาน การฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้และความเชี่ยวชาญให้พนักงาน การเพิ่มช่องทางบริการอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ต้อนรับและแนะนำลูกค้าที่บริเวณโถงบริการ (Floor Supervisor) พร้อมทั้งการลดเวลารอใช้บริการสาขาของลูกค้า

5. คำอธิบายและการวิเคราะห์ ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงาน ในปี พ.ศ. 2550 มีรายละเอียด ดังนี้ (ธนาคารกรุงเทพ, 2550 : 44)

5.1 รายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ย ในปี 2550 ธนาคารและบริษัทย่อยมีรายได้ค่าธรรมเนียมและบริการ 16,693 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,010 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.5 เพิ่มขึ้นจากธุรกรรมหลักของธนาคาร เช่น ธุรกรรมด้านบริการบัตรเครดิตและบริการอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ในภาพรวมธนาคารและบริษัทย่อยจึงมีรายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ย ในปี 2550 จำนวน 23,156 ล้านบาท ลดลง 3,250 ลดลง 3,250 ล้านบาท จากปี 2549 หรือร้อยละ 12.3 ซึ่งดูจากแผนภูมิการแสดงรายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ยของธนาคารกรุงเทพเพื่อดูการเติบโตการเงิน (ภาพที่ 2)

จากภาพที่ 2 หมายเลข 1 จากภาพคือ ค่าธรรมเนียมและบริการ หมายเลข 2 จากภาพคือ กำไรจากการปริวรรตสุทธิ หมายเลข 3 จากภาพคือ กำไร ขาดทุน จากเงินลงทุนสุทธิ และหมายเลข 4 จากภาพคือ อื่น ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2 รายได้ที่มีใช้ดอกเบีย

ที่มา : ธนาคารกรุงเทพ, 2550 : 45

ในปี 2551 นี้ ธนาคารยังให้ความสำคัญในการแสวงหาโอกาสขยายธุรกิจในประเทศ จากกลุ่มลูกค้าธุรกิจรายใหญ่ ผู้ประกอบการ เอสเอ็มอี และกลุ่มลูกค้าบุคคลทั่วไป รวมทั้งการขยายธุรกิจของธนาคารในต่างประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศจีน ธนาคารได้เตรียมความพร้อมไว้แล้วในด้านต่าง ๆ เพื่อรองรับโอกาสทางธุรกิจที่จะเกิดขึ้นจากการที่ฐานอำนาจด้านการค้าและด้านเศรษฐกิจจะมาสู่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อีกมากขึ้น นอกจากนี้ การที่ภาครัฐและภาคเอกชนเริ่มมีการลงทุนมากขึ้น

ในขณะเดียวกันธนาคารจะมุ่งเพิ่มรายได้ค่าธรรมเนียมด้วยโครงสร้างสรรค์ นวัตกรรมทางการเงินเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งด้านการลงทุนและด้านคุณภาพชีวิต อีกทั้งจะเน้นการประสานศักยภาพของผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอยู่เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ลูกค้า ธนาคารยังได้พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ธนาคารได้พัฒนาระบบบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตที่พร้อมรองรับความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม ทั้งลูกค้าธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดย่อมและบุคคลทั่วไป นอกจากนี้ยังได้พัฒนาระบบงานหลักของธนาคาร รวมถึงระบบข้อมูลลูกค้า เข้าสู่ระบบการปฏิบัติงานของธนาคารอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมแล้ว โครงการเทคโนโลยีสารสนเทศที่ดำเนินการในปีที่ผ่านมา ได้แก่ ระบบการบริหารความเสี่ยง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการเตรียมการรองรับการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การดำรงความเพียงพอของเงินกองทุน ภายใต้มาตรฐาน Basel-II และโครงการพัฒนาประสิทธิภาพของระบบข้อมูล สำหรับสาขาของธนาคารทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ในขณะเดียวกัน ธนาคารกรุงเทพในฐานะผู้นำด้านบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ได้พัฒนาบริการ Bualuang iBanking ซึ่งเป็นบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตสำหรับลูกค้าบุคคลทั่วไปให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น พร้อมเพิ่มสมรรถนะของระบบรักษาความปลอดภัยแก่ลูกค้า เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งวันเวสสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่นิยมซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ตและชำระเงินด้วยบัตรเครดิตอีกด้วย

ความสามารถใหม่ ๆ ของ Bualuang iBanking ที่ได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม ประกอบด้วย การแลกคะแนนสะสมจากบัตรเครดิต การโอนเงินไปยังบัญชีผู้รับที่ธนาคารอื่น การเพิ่มบัญชีของบุคคลอื่นเพื่อทำรายการโดยใช้รหัสผ่านครั้งเดียวทาง เอสเอ็มเอส และการซื้อขายหรือสลับหน่วยลงทุน สำหรับกองทุนรวมบางกองทุนในระบบออนไลน์ บริการใหม่อีกบริการหนึ่ง ที่ธนาคารสร้างสรรค์ขึ้นในปีที่ผ่านมา คือ “ไอเพย์” ด้วยการเพิ่มสมรรถนะด้านความปลอดภัยให้แก่ลูกค้าของธนาคารที่ใช้บัตรเครดิต และบัตรเดบิตปีเพสต์ใช้สำหรับชำระค่าสินค้า บริการทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ [www.bangkokbank.com](http://www.bangkokbank.com) ของธนาคารได้รับการปรับปรุงให้มีรูปแบบที่ทันสมัย และช่วยให้ผู้สนใจสินเชื่อบ้านบัวหลวงสามารถลงทะเบียนเพื่อขอให้บริการผ่านเว็บไซต์

5.2 บริการสำหรับลูกค้าบุคคลทั่วไป ในปี 2550 ที่ผ่านมา แม้ว่าการใช้จ่ายของภาคครัวเรือนจะชะลอตัว แต่สายลูกค้าบุคคลของธนาคารกรุงเทพยังคงขยายธุรกิจได้ในอัตราที่สูงอย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้ เนื่องจากธนาคารมุ่งเน้นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่ ๆ ที่จะสนับสนุนลูกค้าให้บรรลุเป้าหมายการสร้างพื้นฐานความมั่นคงทางการเงินสร้างหลักประกัน เพื่ออนาคตตามวิถีชีวิตของแต่ละบุคคล ในขณะเดียวกันธนาคารได้มุ่งพัฒนาเครือข่ายและช่องทางบริการ ไม่ว่าจะเป็นบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต บริการธนาคารอัตโนมัติ และเครือข่ายสาขาทั่วประเทศ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายสูงสุด ในการทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคาร

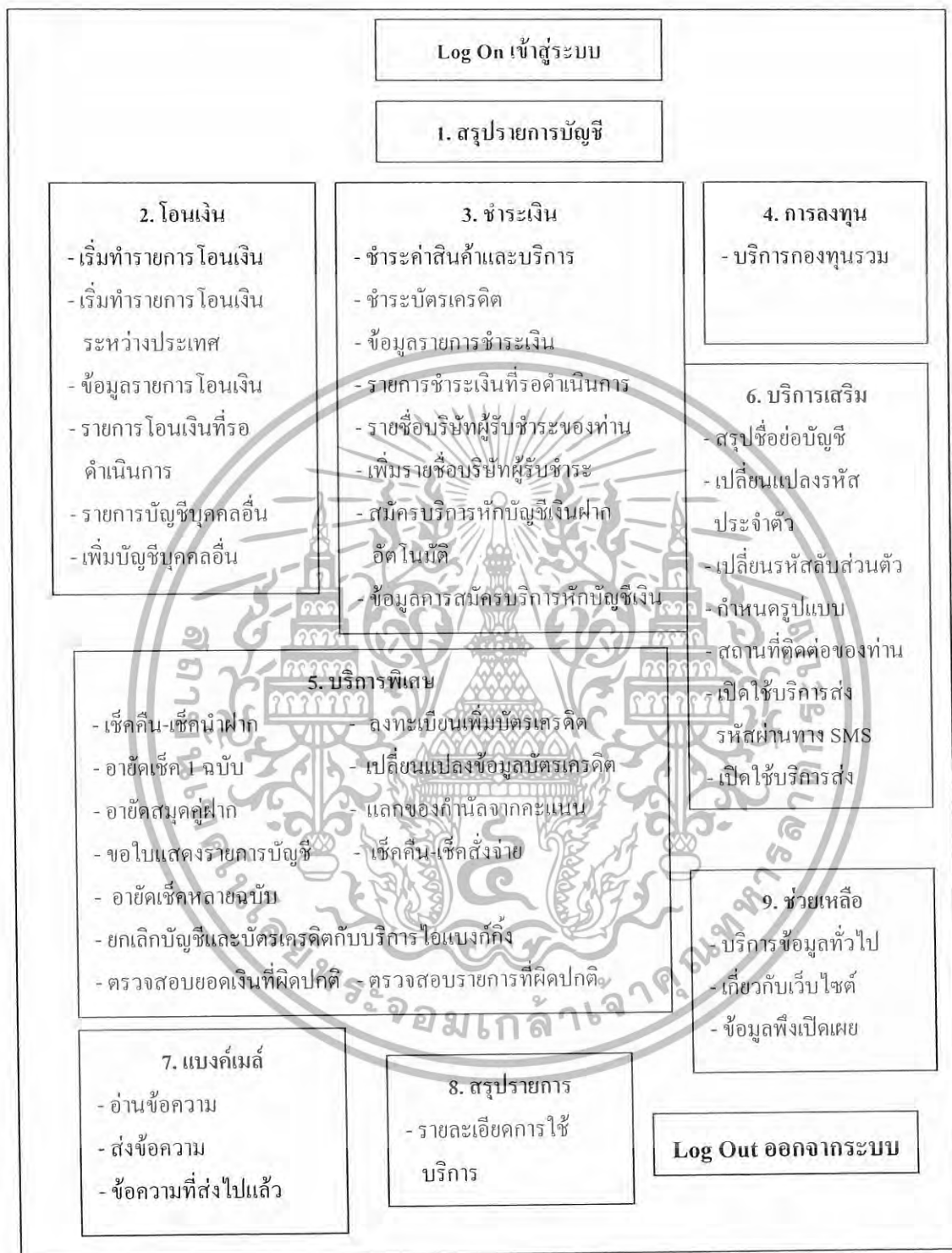
**แผนผังระบบบริการ Bualuang iBanking ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)**

แผนผังดังกล่าวเป็นการสรุปภาพรวมของระบบบริการ Bualuang iBanking (ภาพที่ 3)

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีฐานะการเงินมั่นคงเป็นอันดับ 1 ในประเทศไทย และเป็นหนึ่งในธนาคารที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียอาคเนย์ และวันนี้ธนาคารกรุงเทพยังยึดมั่นในภาระหน้าที่ของเพื่อนลูกค้าที่พร้อมอยู่เคียงข้างลูกค้าและให้การสนับสนุนในทุกย่างก้าวสำคัญของชีวิตตลอดไป (<http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+>)

วิสัยทัศน์ของธนาคารกรุงเทพคือดำรงความเป็นผู้นำด้านบริการทางการเงินในประเทศไทย และเป็นหนึ่งในธนาคารชั้นนำแห่งภูมิภาคเอเชีย เพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าว ธนาคารจึงสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่เปี่ยมด้วยคุณภาพระดับโลกแก่ลูกค้าทุกกลุ่ม

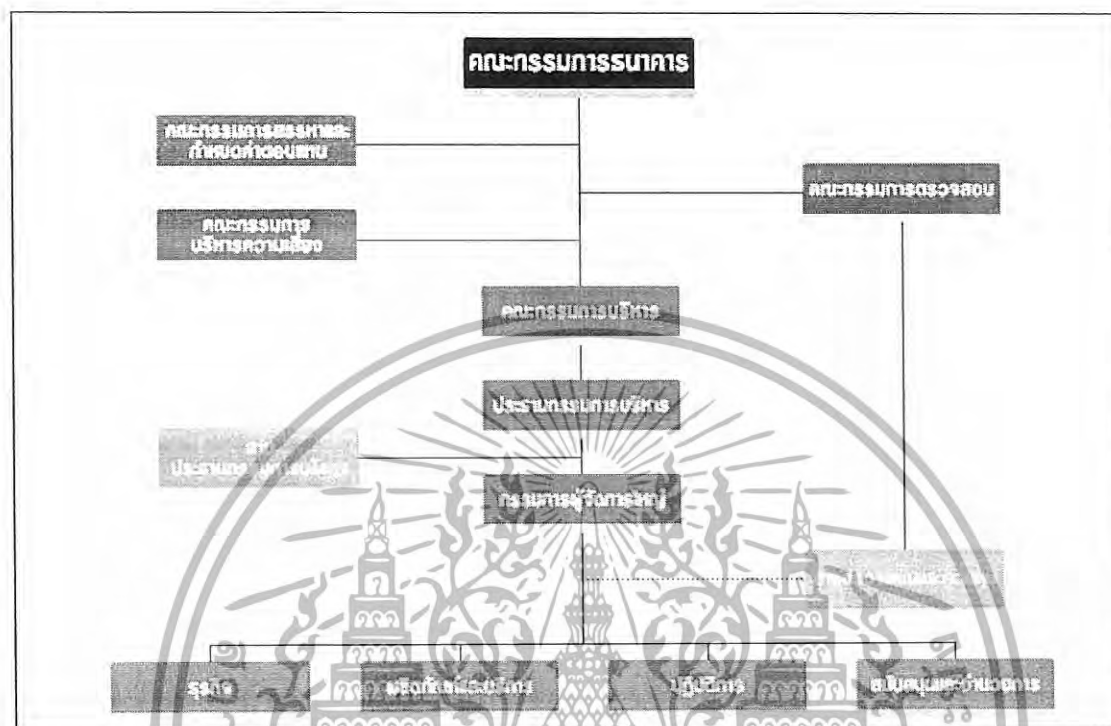
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3 แผนผังระบบบริการ Bualuang iBanking ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) : (Site-map)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงสร้างองค์กรของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีรายละเอียดดังนี้ (ภาพที่ 4)



ภาพที่ 4 โครงสร้างองค์กรของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

ที่มา : <http://www.bangkokbank.com/Bangkok+Bank+Thai/>

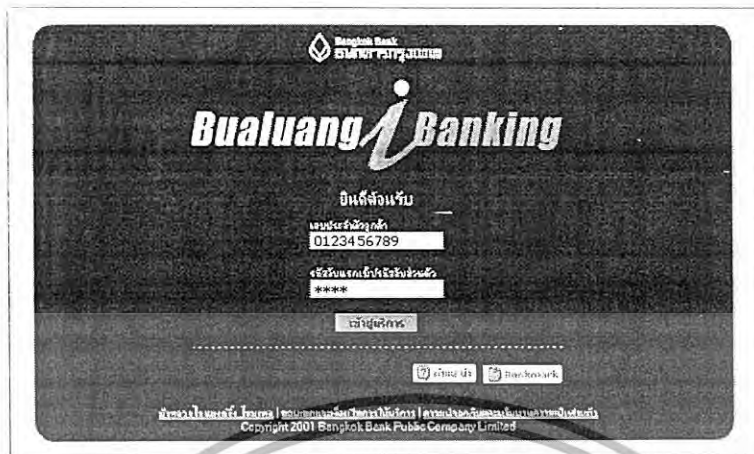
### ลักษณะของบริการและขั้นตอนการทำงานระบบ Bualuang iBanking

บริการ Bualuang iBanking ทำธุรกรรมทางการเงินที่เชื่อถือได้อย่างสะดวก ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อทำธุรกรรมการเงินได้หลากหลาย เช่น ชำระค่าสินค้าและบริการแก่บริษัท ร้านค้ากว่า 300 แห่ง โอนเงินระหว่างบัญชีธนาคารกรุงเทพได้ทุกที่ ทุกเวลา

ตัวอย่างการเข้าสู่บริการ เพื่อใช้งานเริ่มจากการเข้าสู่หน้าเว็บไซต์ Log in เข้าสู่ระบบ จากนั้นใส่เลขประจำตัวลูกค้า รหัสลับแรกเข้า หรือรหัสลับส่วนตัว และคลิกเข้าสู่บริการ (ภาพที่ 5)

1. สรุปรายการบัญชี ตรวจสอบยอดล่าสุดของบัญชีทุกประเภท ได้แก่ บัญชีเงินฝาก สะสมทรัพย์ บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน บัญชีเงินฝากประจำ บัญชีบัตรเครดิต หรือบัญชีสินเชื่อ และเรียกดูรายการเคลื่อนไหวอย่างละเอียด เพียงคลิกที่เลขที่ของบัญชีที่ต้องการ (ภาพที่ 6)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5 ตัวอย่างการ Log in เข้าสู่ระบบบริการ

ที่มา : <http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/>



ภาพที่ 6 ตัวอย่างการสรุปรายการบัญชี

ที่มา : <http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/>

- จากภาพที่ 6 หมายเลข 1 จากภาพคือ หากต้องการดูคำแนะนำ ฟังก์ชันนี้ให้คำแนะนำและคำอธิบายเพื่อให้ใช้บริการต่างๆ ของ Bualuang iBanking ได้อย่างเต็มที่และได้รับประโยชน์สูงสุด
- หมายเลข 2 จากภาพคือ การพิมพ์ หากคลิกที่พิมพ์ ข้อมูลที่พิมพ์จะเป็นรูปแบบที่จัดให้ง่าย
- หมายเลข 3 จากภาพคือ ชื่อบัญชี (ชื่อบัญชีที่ตั้งเองแทนการจำเลขที่บัญชี)
- หมายเลข 4 จากภาพคือ ดูรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีอย่างละเอียด โดยคลิกที่ เลขที่บัญชีที่ต้องการดู

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์ หากมีข้อผิดพลาดใดๆ กรุณาแจ้งให้ทราบทันที เมื่อผู้ดูแลระบบปรับปรุงเนื้อหาหรือแก้ไขข้อผิดพลาดใดๆ กรุณาแจ้งให้ทราบทันที ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. บริการด้านบัญชีลูกค้า คู่มือรายการบัญชี และรายการเคลื่อนไหวทางบัญชี ของบัญชีเงินฝาก (สะสมทรัพย์ ประจำ กระแสรายวัน สิ้นมีนาคมทรัพย์ทวี) บัญชีกองทุนรวม บัญชีบัตรเครดิต เฟิสต์ บัญชีบัตรเครดิต และบัญชีสินเชื่อ ซึ่งสามารถพิมพ์รายการเดินบัญชี คู่มือการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตย้อนหลัง ได้ถึงสามรอบบัญชี และคู่มือการชำระสินเชื่อ ย้อนหลังได้ถึง 12 เดือน บริการด้านบัญชีลูกค้าประกอบด้วยรายการเคลื่อนไหวแต่ละประเภทบัญชี ดังนี้

2.1 รายการเคลื่อนไหว (บัญชีเงินฝากสะสมทรัพย์) เป็นการตรวจดูความเคลื่อนไหวของบัญชีเงินฝากสะสมทรัพย์ ได้แก่รายการฝาก ถอน นำเช็คเข้าบัญชี โอนเงินหรือชำระเงิน ทั้งที่เกิดขึ้นในเดือนปัจจุบันและในเดือนที่ผ่านมา (ภาพที่ 7)



ภาพที่ 7 รายการบัญชี และรายการเคลื่อนไหวของบัญชีเงินฝากสะสมทรัพย์  
ที่มา : <http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/>

จากภาพที่ 7 หมายเลข 1 จากภาพ คือ สามารถ "ดาวน์โหลด" ข้อมูลเกี่ยวกับบัญชีธนาคารและรายการเดินบัญชีในรูปแบบของ Microsoft Excel ได้

หมายเลข 2 จากภาพ คือ สามารถสั่งให้ระบบแสดงรายการเคลื่อนไหวทางบัญชี ตามรูปแบบที่ต้องการ เช่น หากต้องการดูรายการเรียงตามลำดับตัวอักษร ให้คลิกที่ "ช่องทางทำรายการ" หรือ "รายละเอียด" หากต้องการดูรายการเรียงตามลำดับวันให้คลิกที่ "วันที่" หากต้องการดูรายการเรียงตามลำดับตัวเลขจากมากไปหาน้อยหรือจากน้อยไปมากให้คลิกที่ "หักบัญชี" หรือ "เข้าบัญชี"

หมายเลข 3 จากภาพคือ การเลือกดูรายการเคลื่อนไหวทางบัญชี ซึ่งแบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่ รายการที่ยังไม่ได้บันทึกลงสมุดคู่ฝาก รายการของเดือนปัจจุบันจนถึงวันทำการสุดท้าย รายการของเดือนที่แล้ว และช่วงวันที่ทำรายการ เช่น รายการที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่กำหนดเลือกเอง

เช่น ระหว่างวันที่ 1 ธันวาคม ถึง 31 มกราคม เป็นต้น  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



**บัญชีเงินฝากประจำ**

บัญชีเงินฝากประจำ - บ. ๒๖๕๔

เงินต้นบัญชี: 2,000,000.25  
ยอดเงินคงเหลือ: 2,000,000.25

My Salary

บัญชีเงินฝากประจำ - รายการเคลื่อนไหวบัญชีเงินฝาก

| วันที่ฝาก    | ยอด | เงินต้น    | ดอกเบี้ย | วันที่ถอน    | ยอดเงินคงเหลือ |
|--------------|-----|------------|----------|--------------|----------------|
| 30 ต.ค. 2544 | 901 | 150,000.00 | 2.500%   | 30 ต.ค. 2544 | 36 ต.ค. 2544   |
| 09 พ.ย. 2544 | 902 | 950,000.00 | 2.500%   | 09 พ.ย. 2544 | 09 พ.ย. 2544   |
| 10 พ.ย. 2544 | 903 | 200,000.25 | 2.500%   | 10 พ.ย. 2544 | 10 พ.ย. 2544   |
| 12 พ.ย. 2544 | 904 | 500,000.00 | 2.500%   | 12 พ.ย. 2544 | 12 พ.ย. 2544   |
| 14 พ.ย. 2544 | 905 | 100,000.25 | 2.500%   | 14 พ.ย. 2544 | 14 พ.ย. 2544   |
| 20 พ.ย. 2544 | 906 | 500,000.00 | 2.500%   | 20 พ.ย. 2544 | 20 พ.ย. 2544   |

โอนเงิน

1 รายการเคลื่อนไหวเงินฝาก

ภาพที่ 9 รายการบัญชี และรายการเคลื่อนไหวของบัญชีเงินฝากประจำ

ที่มา : <http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/>

จากภาพที่ 9 หมายเลข 1 จากภาพคือ สามารถเลือกรายการเคลื่อนไหวทางบัญชี ได้ 2 ประเภท ได้แก่ รายละเอียดยอดเงินนำฝากที่ลงบันทึกในสมุดคู่ฝากแล้ว และยอดเงินนำฝากที่ยังไม่ได้บันทึกลงสมุดคู่ฝาก

2.4 รายการเคลื่อนไหว (บัญชีบัตรเครดิต) เป็นการตรวจดูรายการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ รวมถึงรายการถอนเงินสด และรายการคืนเงิน ย้อนหลังได้ถึง 3 รอบบัญชี นอกจากนี้ ยังสามารถดูรายการที่เกิดขึ้นในรอบบัญชีปัจจุบันที่ยังไม่ครบกำหนดชำระได้อีกด้วย สามารถชำระค่าใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวัน ไม่ว่าจะจากบัญชีเงินฝากสะสมทรัพย์ หรือ บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน ยังสามารถเลือกสั่งให้ระบบทำการชำระเงินทันที หรือภายหลังตามวันและเดือนที่ท่านกำหนด (ภาพที่ 10)

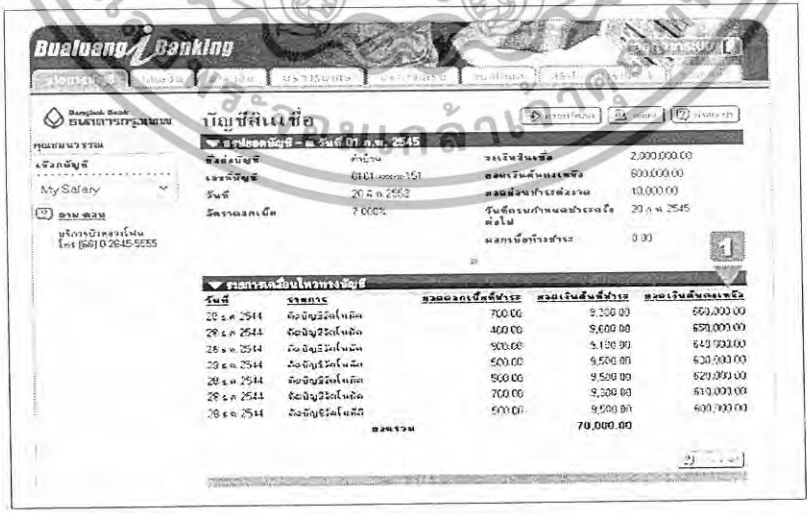
2.5 รายการเคลื่อนไหว (บัญชีสินเชื่อ) เป็นการตรวจดูรายการชำระสินเชื่อของลูกค้าอย่างละเอียด โดยระบบจะแสดงยอดเงินต้นและดอกเบี้ยที่ชำระแล้ว วันที่ชำระ และยอดเงินต้นคงเหลือ ข้อมูลย้อนหลังได้ถึง 12 เดือน (ภาพที่ 11)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 10 ตัวอย่างการชำระค่าใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ  
ที่มา: <http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/>

จากภาพที่ 10 หมายเลข 1 จากภาพคือ สามารถเลือกรายการเคลื่อนไหวได้ 4 รูปแบบ ได้แก่ รายการที่ยังไม่ได้พิมพ์ใบแจ้งยอดค่าใช้จ่าย (เนื่องจากยังไม่ถึงกำหนดวันเรียกชำระ) รายการแจ้งยอดใช้จ่ายปัจจุบัน รายการแจ้งยอดใช้จ่าย 2 รอบบัญชีที่แล้ว และรายการแจ้งยอดใช้จ่าย 3 รอบบัญชีที่แล้ว

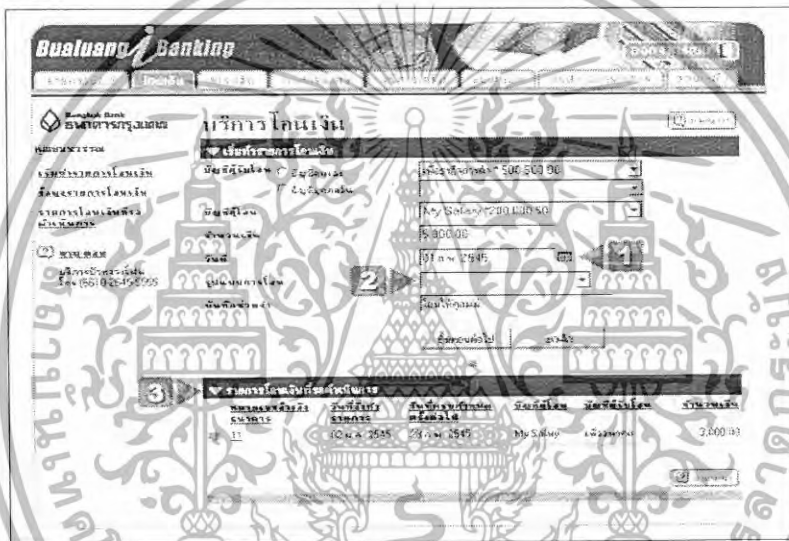


ภาพที่ 11 ตัวอย่างการตรวจดูรายการเคลื่อนไหวบัญชีเงินเชื่อ  
ที่มา: <http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพที่ 11 หมายเลข 1 จากภาพ คือ สามารถสั่งให้ระบบแสดงรายการเคลื่อนไหวทางบัญชี ตามรูปแบบที่ต้องการ เช่น หากต้องการจะดูรายการเรียงตามลำดับตัวเลข ให้คลิกไปที่ "ยอดเงินต้นคงเหลือ" หรือ "ยอดเงินต้นที่ชำระ" หรือ "ยอดดอกเบี้ยที่ชำระ" หากต้องการจะดูรายการเรียงตามลำดับตัวอักษร ให้คลิกที่ "รายการ"

3. บริการด้านโอนเงิน เป็นการ โอนเงินระหว่างบัญชีของลูกค้าเองหรือ โอนเข้าบัญชีบุคคลอื่นของธนาคารกรุงเทพ ทั้งบัญชีเงินฝากสะสมทรัพย์ หรือบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน นอกจากนี้ยังสามารถเลือกสั่งให้ระบบโอนเงินทันที โอนเงินล่วงหน้า หรือโอนเงินประจำ ตามวันและเดือนที่กำหนด (ภาพที่ 12)



ภาพที่ 12 ตัวอย่างการ โอนเงินภายในประเทศ  
ที่มา : <http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/>

จากภาพที่ 12 หมายเลข 1 คือกำหนดวัน โอนเงินด้วยตัวเอง โดยคลิกเลือกวันบนปฏิทิน หมายเลข 2 จากภาพคือ สามารถสั่งระบบให้ทำการโอนเงินทันที หรือภายหลังตามวันที่กำหนด เป็นประจำทุก ๆ สัปดาห์ หรือทุกเดือน

หมายเลข 3 จากภาพคือ รายการ โอนเงินที่รอดำเนินการ เป็นรายการ โอนเงินที่ธนาคารยังไม่ดำเนินการเนื่องจากยังไม่ถึงกำหนดวัน โอนที่ลูกค้าระบุในคำสั่ง ทั้งบัญชีเงินฝากสะสมทรัพย์ หรือบัญชีเงินฝากกระแสรายวันสามารถเลือกสั่งให้ระบบโอนเงินได้ 3 รูปแบบ คือ โอนเงินทันที โอนเงินล่วงหน้า หรือ โอนเงินเป็นประจำตามวันและเดือนที่กำหนด เมื่อ

- 3.1 โอนเงินระหว่างบัญชีต่างๆ ที่ท่านเปิดไว้กับธนาคารกรุงเทพ
- 3.2 โอนเงินจากบัญชีของลูกค้าไปยังบัญชีบุคคลอื่นของธนาคารกรุงเทพ
- 3.3 โอนเงินจากบัญชีของลูกค้าไปยังบัญชีธนาคารอื่น การเพิ่มบัญชีบุคคลอื่นทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อินเทอร์เน็ตสามารถเพิ่มบัญชีบุคคลอื่นในรายการบัญชีผู้รับเงิน โอนได้ด้วยตนเองได้ โดยการส่ง SMS ไปยังหมายเลขโทรศัพท์มือถือของผู้รับโอน ในการโอนเงินไปยังบัญชีบุคคลอื่น เลือกคำสั่งให้ธนาคารส่งข้อความแจ้งผลได้ที่ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ในหน้า "บริการโอนเงินตรวจสอบ" เลือกโอนเงินไปยังบัญชีธนาคารอื่นได้ถึง 7 ธนาคาร ได้แก่

1) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) : KBANK

2) ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) : TMB

3) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) : KTB

4) ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) : SCIB

5) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) : BAY

6) ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) : UOBT

7) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) : SCB

โอนเงินครั้งละไม่เกิน 20,000 บาท คิดค่าธรรมเนียม 25 บาท/รายการ

โอนเงินมากกว่า 20,000 บาท ถึง 50,000 บาท คิดค่าธรรมเนียม 35 บาท/รายการ

4. บริการโอนเงินไปต่างประเทศ บริการโอนเงินไปต่างประเทศ ที่เพิ่มความสะดวกรวดเร็ว และปลอดภัย เป็นการโอนเงินค่าใช้จ่ายสำหรับการศึกษาในต่างประเทศ หรือโอนเงินให้ญาติที่พักอาศัยถาวรในต่างประเทศ และการ โอนเงินออมของชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทย ด้วยการสมัครเพียงครั้งเดียว สามารถโอนเงินได้ตามต้องการเป็นการโอนเงินจากบัญชีเงินฝากสะสมทรัพย์ หรือบัญชีเงินฝากกระแสรายวันของคุณค่าไปยังบัญชีของผู้รับในต่างประเทศได้ (ภาพที่ 13)

**โอนเงินระหว่างประเทศ**

ผู้รับเงิน: THAWEE FHUANGKE TREOWMPL

ยอดโอน: 6,175.62

วันที่: 08 ธ.ค. 2548

สกุลเงิน / จำนวนที่ส่งการโอน: JPY 1,500.00

อัตราแลกเปลี่ยน: 37.0825 / 100 JPY

จำนวนเงินที่ส่ง: 555.55 บาท

จำนวนเงินโอนจริง: JPY 12,700.00

วงเงินในวงโอนเงินอัตโนมัติ: JPY 22,257,433.33

วงเงินจำกัดคือ: JPY 1,000,000.00

ค่าธรรมเนียม: 300.00 บาท

บัญชีผู้รับเงิน: SAHAYU BCOM/CTB SAUVANIK SIKSATHIT

ประเทศ: SINGAPORE

เลขบัญชี: 20702344144001

วันที่: 3 ก.ค. 2005

ภาพที่ 13 ตัวอย่างการโอนเงินไปต่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ข้อมูลใดๆ แก่บุคคลภายนอกโดยไม่ได้รับความยินยอมจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ขอสงวนสิทธิ์ในสิ่งที่ปรากฏ และไม่รับประกันความถูกต้องของข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในเอกสารนี้ หากมีข้อสงสัย กรุณาติดต่อฝ่ายบริการลูกค้า โทร. 0-2645-5955

จากภาพที่ 13 หมายเลข 1 จากภาพคือ สามารถรายละเอียดผู้รับเงินโอนโดยคลิกเลือกรายชื่อผู้รับเงินโอนที่ได้ลงทะเบียนไว้กับธนาคาร โดยมีค่าธรรมเนียมพิเศษเพียงรายการละ 300 บาท

## 5. บริการด้านชำระค่าสินค้าหรือบริการ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือ

5.1 ชำระค่าสินค้าและบริการ ซึ่งรวมถึงค่าใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพของบัตรหลักและบัตรเสริม

5.2 กำหนดวันชำระเงินล่วงหน้าได้ถึง 12 เดือน ช่วยให้ไม่ลืมชำระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เมื่อถึงวันที่ต้องชำระ

ชำระค่าสินค้าและบริการของบริษัทที่มีชื่อกดลงกับธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวัน ทั้งจากบัญชีเงินฝากสะสมทรัพย์ หรือบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน สามารถเลือกลงให้ระบบของเราทำการชำระเงินทันที หรือภายหลังตามวันและเดือนที่ท่านกำหนด (ภาพที่ 14)

| หมายเลขใบแจ้งหนี้    | วันที่ถึงถึง | วันที่ชำระหนี้ | จำนวนเงิน | สถานะ    |
|----------------------|--------------|----------------|-----------|----------|
| 00000000000000000000 | 01/01/2558   | 01/01/2558     | 100.00    | ชำระแล้ว |
| 00000000000000000000 | 01/01/2558   | 01/01/2558     | 100.00    | ชำระแล้ว |
| 00000000000000000000 | 01/01/2558   | 01/01/2558     | 100.00    | ชำระแล้ว |

ภาพที่ 14 ตัวอย่างการชำระค่าสินค้า/บริการ

ที่มา : <http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/>

จากภาพที่ 14 หมายเลข 1 จากภาพคือ สามารถเขียนโน้ตสั้น ๆ (ไม่เกิน 32 ตัวอักษร) เพื่อเตือนความจำเกี่ยวกับการชำระค่าสินค้าหรือบริการ ก่อนที่จะชำระค่าสินค้าและบริการต้องเพิ่มรายชื่อบริษัทรับชำระ จากรายการบริษัทผู้รับชำระของธนาคาร โดยคลิกที่ปุ่ม “เพิ่มรายชื่อบริษัท”

6. บริการชำระบัตรเครดิต เป็นการชำระค่าใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวัน เช่น จากบัญชีเงินฝากสะสมทรัพย์ หรือบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน สามารถเลือกลง

ให้ระบบทำการชำระเงินทันทีหรือชำระภายหลังตามวันและเดือนที่กำหนด (ภาพที่ 15)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับผูกมัดให้มาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 15 ตัวอย่างการชำระบัตรเครดิต

ที่มา : <http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/>

7. ข้อมูลรายการชำระเงิน เป็นการตรวจสอบรายการชำระค่าสินค้าและบริการ รวมถึงรายการชำระค่าใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตที่ทางธนาคารได้ดำเนินการไปแล้ว ได้ถึง 120 วันย้อนหลัง (ภาพที่ 16)



ภาพที่ 16 ตัวอย่างการตรวจสอบรายการชำระค่าสินค้าและบริการ

และรายการชำระค่าใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตที่ได้ดำเนินการไปแล้ว

ที่มา : <http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. บริการกองทุนเปิด ธนาคารกรุงเทพได้แนะนำช่องทางการลงทุนใหม่สำหรับการทำธุรกรรมด้านการลงทุนในกองทุนเปิด ด้วยบริการกองทุนเปิด ที่อำนวยความสะดวกให้สามารถส่งคำสั่งซื้อ คำสั่งขายคืน คำสั่งสับเปลี่ยน หรือสอบถามยอดหน่วยลงทุนคงเหลือได้ตลอด 24 ชั่วโมง

สำหรับผู้ใช้บริการ Bualuang iBanking เพียงติดต่อธนาคารกรุงเทพสาขาใดก็ได้ที่สะดวกเพื่อลงทะเบียนเลขที่ผู้ถือหน่วยลงทุนกับบริการ Bualuang iBanking โดยกรอกแบบฟอร์มคำขอเปลี่ยนแปลงรายละเอียดการใช้บริการ Bualuang iBanking พร้อมเอกสาร บัตรประจำตัวประชาชน หรือหนังสือเดินทาง (กรณีเป็นชาวต่างชาติ) และสมุดบัญชีแสดงสิทธิในหน่วยลงทุน ที่มีเลขที่ผู้ถือหน่วยลงทุนขึ้นต้นด้วย 888

ทั้งนี้ ยังสามารถใช้บริการกองทุนเปิดผ่าน Bualuang iBanking ได้ภายใน 3-5 วัน ทำการนับจากวันที่ท่านติดต่อที่สาขา กองทุนเปิดสามารถลงทะเบียนใช้บริการส่งคำสั่งซื้อ คำสั่งขาย หรือคำสั่งสับเปลี่ยนหน่วยลงทุนผ่าน Bualuang iBanking ได้ ได้แก่ กองทุนเปิดที่มีเลขที่ผู้ถือหน่วยลงทุนขึ้นต้นด้วย 888 เช่น กองทุนเปิดบัวหลวงธนทวี กองทุนเปิดบัวแก้ว กองทุนเปิดบัวหลวง โครงสร้างพื้นฐาน กองทุนเปิดบัวหลวงทศพล เป็นต้น

นอกจากนี้ สำหรับกองทุนในกลุ่มบัวหลวงธนรัฐ บัวหลวงธนสาร และบัวหลวงธนสารพลัส สามารถสอบถามยอดหน่วยลงทุนคงเหลือได้ สามารถเข้าใช้บริการกองทุนเปิดผ่าน Bualuang iBanking ได้ด้วยขั้นตอนง่าย ๆ ดังนี้

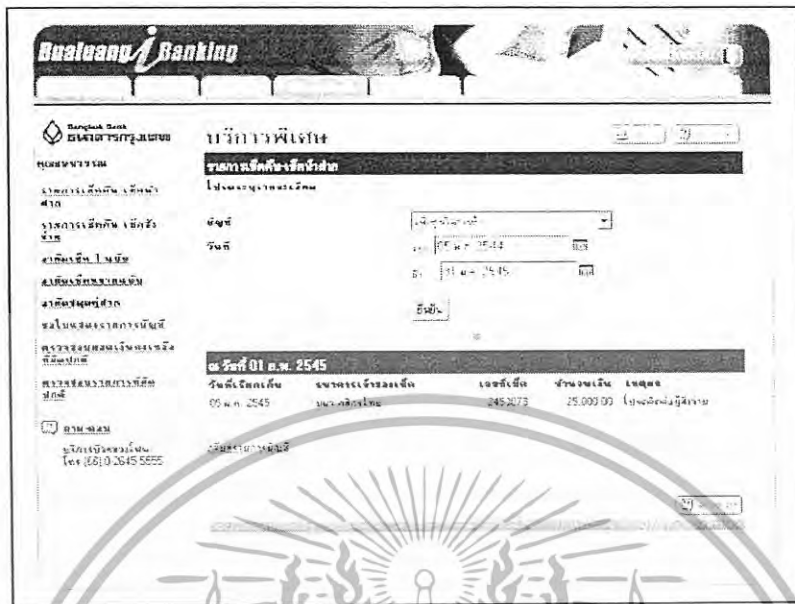
8.1 Log on เข้าสู่ระบบบริการ Bualuang iBanking แล้ว เลือกเมนู "การลงทุน" หรือสามารถคลิกที่ " เลขที่ผู้ถือหน่วยลงทุน " จากหน้า "สรุปรายการบัญชี "

8.2 อ่านข้อความในหน้าจอ "คำแนะนำ" และกดปุ่ม "ยอมรับ" เพื่อใช้บริการกองทุนเปิดผ่าน Bualuang iBanking สามารถส่งคำสั่งให้ธนาคารทำรายการทันที ตั้งเวลาทำรายการล่วงหน้า หรือตั้งเวลาทำรายการเป็นประจำ สำหรับรายการที่ธนาคารรับคำสั่งหลัง 16.00 น. ตามเวลาของระบบงานธนาคาร ระบบจะดำเนินการให้ในวันทำการถัดไป

9. บริการเฉพาะทางด้านอื่น ๆ บริการพิเศษคือ บริการเฉพาะทางต่าง ๆ เช่น บริการอายุัดสมุดคู่ฝาก อายุัดเช็ค ตรวจสอบเช็คนำฝากหรือเช็คสั่งจ่ายที่ถูกคืน ตรวจสอบยอดเงินในบัญชี ตรวจสอบรายการที่ผิดปกติและขอใบแสดงรายการบัญชี (ภาพที่ 17)

การทำธุรกรรมต่างๆ เกี่ยวกับเช็คตรวจสอบสถานะของเช็คคืนที่ท่านสั่งจ่ายหรือนำฝากในรอบสองเดือน อายุัดเช็คสั่งจ่าย เปิดบริการระหว่าง 06.00 น. - 23.00 (ภาพที่ 18)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 17 ตัวอย่างการใช้บริการพิเศษ

ที่มา : <http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/>



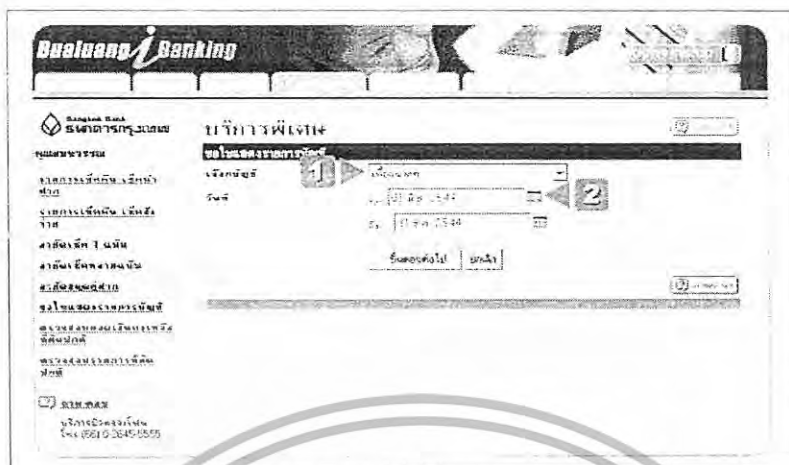
ภาพที่ 18 ตัวอย่างการอายัดเช็คหลายฉบับ

ที่มา : <http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/>

จากภาพที่ 18 หมายเลข 1 คือ พิมพ์หมายเลขเช็คที่ต้องการอายัด โดยไม่เกิน 20 ฉบับ/ครั้ง

การแจ้งอายัดสมุดคู่ฝาก กรณีสูญหาย ( เปิดบริการระหว่าง 06.00 น. - 23.00 ) และสามารถ

เอกสอไปแสดงรายการเดินบัญชีย้อนหลังมากกว่าสองเดือน (ภาพที่ 19) เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 19 ตัวอย่างการขอใบแสดงรายการบัญชี  
ที่มา : <http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/>

จากภาพที่ 19 หมายเลข 1 จากภาพ คลิกเพื่อเลือกบัญชีที่ต้องการรับใบแสดงรายการเดินบัญชี หมายเลข 2 จากภาพ คือคลิกเลือกวัน เดือน ปี บนปฏิทิน เพื่อกำหนดช่วงเวลาที่ต้องการขอใบแสดงรายการเดินบัญชี เพื่อให้ผู้ใช้จดจำได้ง่าย สามารถเปลี่ยนรหัสลับส่วนตัวได้ทุกเมื่อที่ต้องการ เลือกภาษาที่ใช้แสดงบนหน้าจอ กำหนดวงเงินการโอน กำหนดวงเงินชำระค่าสินค้าและบริการ ตรวจสอบข้อมูลส่วนตัวที่ท่าน ได้ลงทะเบียนไว้กับธนาคาร

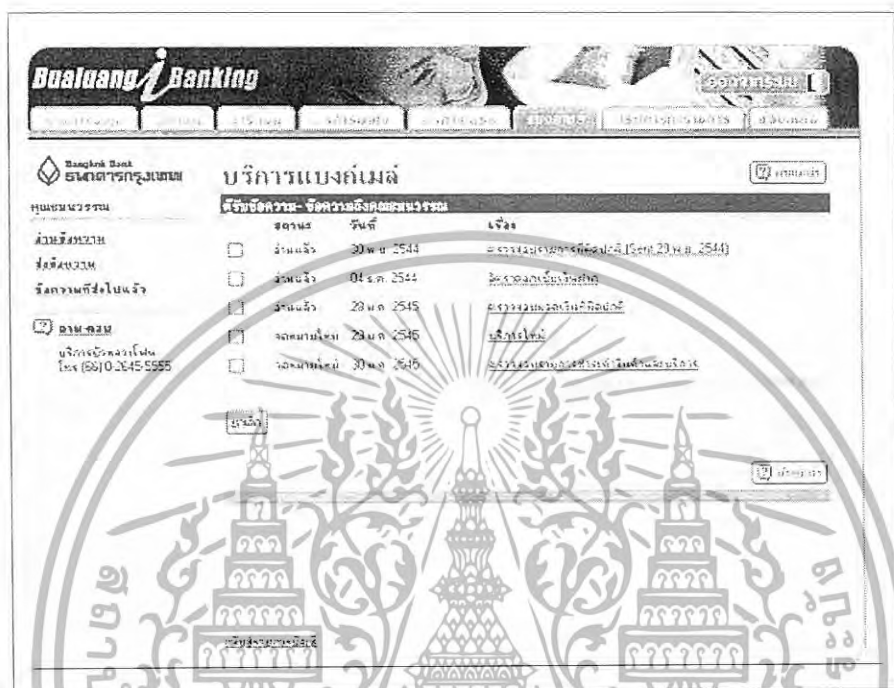
10. บริการเสริม เป็นการตั้งชื่อย่อของบัญชีต่างๆ (ภาพที่ 20)



ภาพที่ 20 ตัวอย่างการสรุปชื่อย่อของบัญชีต่างๆ  
ที่มา : <http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการรับแจ้งรายการที่เข้า-ออกบัญชี เมื่อผู้ยื่นให้เห็นไปจะขอประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11. บริการแบงก์เมล์ คือ บริการอีเมลที่มีความปลอดภัยสูง ใช้เป็นช่องทางในการติดต่อระหว่างธนาคารกับสมาชิก Bualuang iBanking เท่านั้น (ภาพที่ 21)



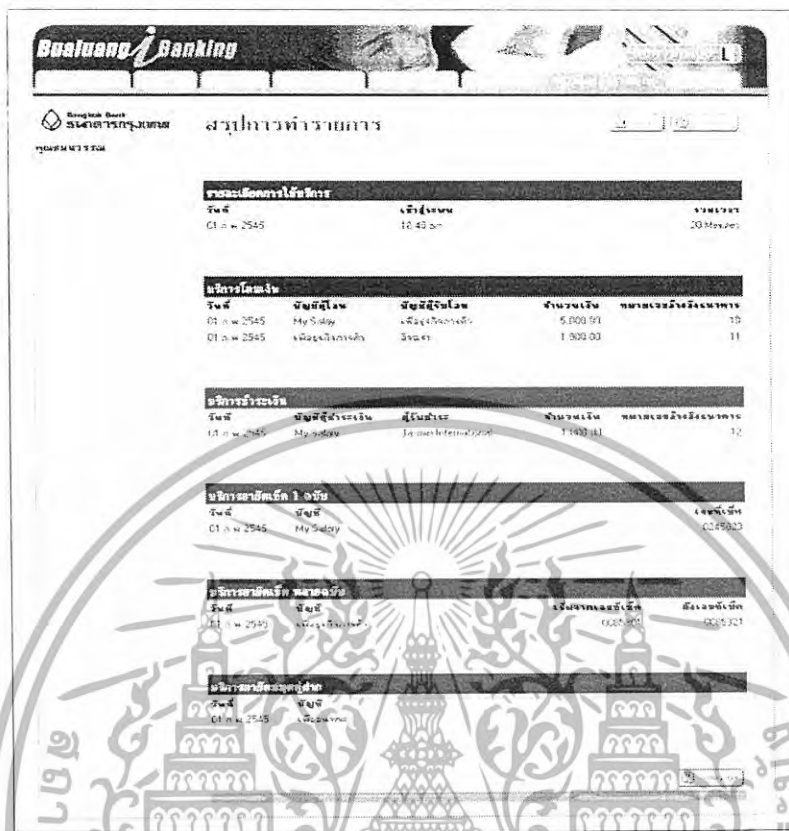
ภาพที่ 21 ตัวอย่างบริการแบงก์เมล์

ที่มา : <http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/>

12. สรุปการทำรายการ ใช้เพื่อเรียกดูและตรวจสอบรายการดังนี้ (ภาพที่ 22)

- 12.1 วันและเวลาที่เข้าสู่ระบบ จนถึงเวลาเรียกดู
- 12.2 รายการโอนเงินแบบทันที ที่ดำเนินการแล้วพร้อมหมายเลขอ้างอิงจากธนาคาร
- 12.3 รายการชำระเงินแบบทันที ที่ดำเนินการแล้วพร้อมหมายเลขอ้างอิงจากธนาคาร
- 12.4 รายการเช็คเช็ค คราวละหนึ่งฉบับ ที่ดำเนินการแล้ว
- 12.5 รายการเช็คเช็ค คราวละหลายฉบับ ที่ดำเนินการแล้ว
- 12.6 รายการเช็คสมุดคู่ฝาก ที่ดำเนินการแล้ว

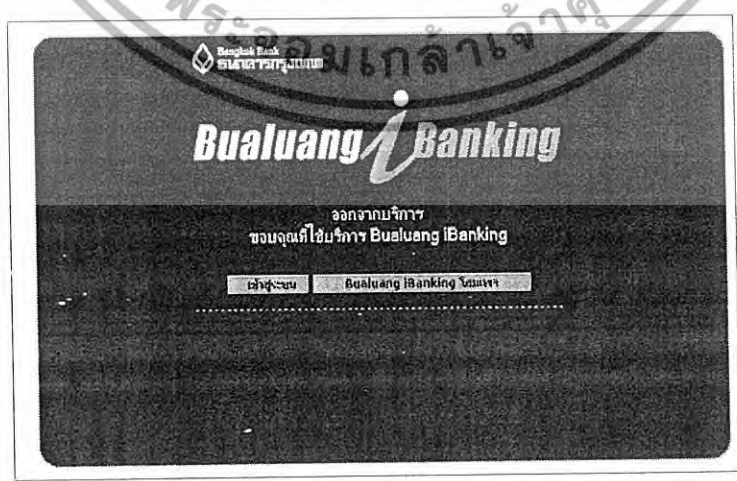
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 22 ตัวอย่างสรุปการทำรายการ

ที่มา : <http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/>

การออกจากบริการ เพื่อความปลอดภัยของข้อมูลและเพื่อป้องกันมิให้บุคคลอื่นมาทำรายการธุรกรรมได้ ทุกครั้งที่ต้องการจบการใช้งาน โปรดคลิกที่ ออกจากระบบ (ภาพที่ 23)



ภาพที่ 23 ตัวอย่างการ Log out ออกจากระบบ

ที่มา : <http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13. ด้านความปลอดภัย บริการ Bualuang iBanking ใช้เทคโนโลยีรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัย ให้มั่นใจได้ว่าธนาคารรักษาความปลอดภัยข้อมูลด้วยมาตรการสูงสุดเช่นเดียวกับที่ธนาคารปกป้องข้อมูลของตน มีรายละเอียด ดังนี้

13.1 มาตรฐานความปลอดภัยระดับสากลธนาคารมีการใช้เทคโนโลยีระดับโลกเพื่อให้ Bualuang iBanking เป็นธนาคารทางอินเทอร์เน็ตที่มีระบบความปลอดภัยสูงสุด ยิ่งกว่านั้น ระบบของธนาคารยังมีประสิทธิภาพการทำงานสูง สามารถให้บริการกับผู้ใช้ได้เป็นจำนวนมาก

13.2 Secure Socket Layer (SSL) ทุกครั้งที่เข้าสู่ระบบ Bualuang iBanking SSL จะทำการเข้าและแปลงรหัสข้อมูล คือ สลับที่ข้อมูลและแปลงเป็นรหัสตัวเลขทั้งหมด ให้ท่านมั่นใจได้ว่าข้อมูลจะส่งผ่านไปถึงธนาคารได้อย่างปลอดภัย

13.3 เข้ารหัสที่ระดับความละเอียด 128 บิต ยิ่งระดับความละเอียดของการเข้ารหัสสูงระดับความปลอดภัยยิ่งสูงตาม ธนาคารจึงเลือกใช้ระบบที่มีความละเอียดของการเข้ารหัสที่ระดับ 128 บิต (128-bit encryption) เป็นระดับการเข้ารหัสที่สูงที่สุดที่ใช้ในวงการธนาคารระดับโลกขณะนี้

13.4 Firewall ธนาคารติดตั้ง Firewall หลายชั้น ซึ่งทำหน้าที่ปกป้องข้อมูล เปรียบได้กับทหารรักษาความปลอดภัยหน้าประตู ที่ไม่เปิดรับคนแปลกหน้า เข้า-ออกจากระบบ

13.5 ซอฟต์แวร์ตรวจจับการบุกรุกและสิ่งผิดปกติ ธนาคารได้ติดตั้งซอฟต์แวร์ เพื่อตรวจสอบและแจ้งข้อความเตือนทันทีที่มีความผิดปกติเกิดขึ้นในระบบ

13.6 บริการออกจากระบบอัตโนมัติ แบบจากทำการ Sign off แทนท่าน โดยอัตโนมัติ หากเปิดหน้าจอทิ้งไว้โดยไม่พิมพ์หรือทำรายการใดๆบนหน้าจอ ฟังก์ชันพิเศษนี้ธนาคารมีไว้เพื่อป้องกันมิให้ผู้อื่นเข้ามาทำรายการในบัญชีของลูกค้า โดยไม่ได้รับอนุญาต

#### 14. นโยบายการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและความลับของลูกค้า ได้แก่

14.1 การเคารพในสิทธิในความเป็นส่วนตัวของลูกค้า ธนาคารกรุงเทพตระหนักดีว่าความเชื่อถือของลูกค้าคือสิ่งที่มีค่ามากที่สุด ธนาคารเข้าใจดีว่าลูกค้าต้องการความปลอดภัยสูงสุดในการทำธุรกรรมและรักษาความลับของข้อมูลทางการเงินส่วนตัว ดังนั้นธนาคารจึงใช้มาตรฐานขั้นสูงและขั้นตอนการดำเนินงานที่เข้มงวดเพื่อรักษาความปลอดภัยและป้องกันการนำข้อมูลของลูกค้าไปใช้โดยมีเจตนาไม่สุจริต

14.2 ข้อมูลที่ธนาคารกรุงเทพรวบรวมและเก็บรักษาไว้ ธนาคารจะรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับท่านตามความจำเป็น ซึ่งขึ้นอยู่กับประเภทของบริการที่ลูกค้าใช้ผ่านเว็บไซต์ของธนาคาร ธนาคารจะเก็บรวบรวม รักษา และใช้ข้อมูลเกี่ยวกับท่านในกรณีที่ธนาคารพิจารณาแล้วเห็นว่าจะเป็นประโยชน์ต่อการทำธุรกิจของธนาคาร หรือเพื่อให้ท่านได้รับผลิตภัณฑ์ บริการ หรือโอกาสทางการเงินที่ดีขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธนาคารจะใช้ข้อมูลของลูกค้าเพื่อการปกป้องดูแลบัญชีและประวัติของลูกค้า หรือเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง หรือเพื่อสร้างสรรค์และปรับปรุงบริการของธนาคาร หรือเพื่อให้ธนาคารเข้าใจความต้องการของท่านได้ดีขึ้นและสามารถคิดค้นพัฒนาสินค้าและบริการของธนาคารให้เป็นที่พอใจของท่านยิ่งขึ้น ทางธนาคารจะเก็บรวบรวมข้อมูลของลูกค้าเพื่อเหตุผลบางประการเท่านั้นและธนาคารยินดีเปิดเผยเหตุผลเหล่านั้นเมื่อมีการร้องขอ

14.3 ความปลอดภัยและความลับของข้อมูล ธนาคารใช้ระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐานสูงทั้งในด้านเทคโนโลยีและกระบวนการเพื่อป้องกันการโจรกรรมข้อมูลที่เป็นความลับ ธนาคารได้จัดสรร ทรัพยากรซึ่งได้แก่ เงิน เวลา และบุคลากรเป็นจำนวนมาก เพื่อให้มั่นใจได้ว่าเว็บไซต์ของธนาคารมีการรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐานสูงสุด รวมถึง Firewalls Hardware Key Management Intrusion Detection and Assessment Technologies ส่วนบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตนั้น ธนาคารได้ใช้เทคโนโลยี เข้ารหัสข้อมูลในระดับ 128 บิต (128-bit encryption) ซึ่งเป็นการเข้ารหัสระดับสูงสุดสำหรับทำธุรกรรมผ่านบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ธนาคารกำหนดให้ลูกค้าต้องลงทะเบียนก่อนจึงจะสามารถใช้บริการได้ บริการอื่นนอกเหนือจาก Bualuang iBanking ธนาคารอาจใช้การเข้ารหัสข้อมูลระดับอื่นธนาคารมีการปรับปรุงและทดสอบระบบเทคโนโลยีของธนาคารอย่างสม่ำเสมอเพื่อแน่ใจว่า ข้อมูล ของธนาคารที่เกี่ยวกับลูกค้ามีความปลอดภัยสูงสุดและน่าเชื่อถือ

14.4 การดูแลความถูกต้องของข้อมูล ธนาคารพยายามอย่างเต็มที่ในการดูแลข้อมูลในบัญชีของลูกค้าให้มีความถูกต้องตรงตามความเป็นจริงอยู่เสมอ หากพบว่าข้อมูลเกี่ยวกับบัญชีของลูกค้าไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ หรือไม่ถูกต้อง โปรดติดต่อ บริการบิวหลวงโฟน Bualuang iBanking หรือสาขาของธนาคารแห่งใดก็ได้ เราจะทำการตรวจสอบและแจ้งผลให้ลูกค้าทราบโดยเร็ว

14.5 การใช้ข้อมูลร่วมกันโดยจำกัดไว้เฉพาะธนาคารและบริษัทในเครือ ธนาคารกรุงเทพ มีบริษัทในเครือหลายบริษัท เช่น บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บิวหลวง จำกัด บริษัทเหล่านี้ได้ทำงานร่วมกันเพื่อบริหารงานและให้บริการแก่ลูกค้า หากลูกค้าให้ความยินยอม ธนาคารอาจให้ข้อมูลตามที่ระบุในใบสมัครและจากแหล่งอื่นๆ เช่น ประวัติเกี่ยวกับการใช้สินเชื่อของลูกค้า แก่บริษัทอื่นๆ ในเครือเดียวกันเพื่อประโยชน์ในการให้บริการแก่ลูกค้า การที่ธนาคารให้ข้อมูลเกี่ยวกับท่านกับบริษัทในเครือช่วยให้ธนาคารบริการท่านได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นและช่วยให้ท่านทำธุรกิจกับธนาคารได้สะดวกขึ้น ตัวอย่างเช่น หากท่านเป็นลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัทในเครือแห่งหนึ่งของธนาคาร และต้องการใช้บริการกับบริษัทในเครือของเราอีกแห่งหนึ่ง นอกจากนี้ ธนาคารใช้ที่อยู่ของท่านเพื่อให้บริษัทในเครือสามารถจัดส่งเอกสารส่งเสริม กิจกรรมการตลาดของบริษัทในเครือไปให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

14.6 การเปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลที่สาม ธนาคารจะไม่เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบัญชีของ ลูกค้าหรือข้อมูลอื่น ๆ ที่สามารถบ่งชี้ว่าเป็นของลูกค้าแก่บุคคลที่สามนอกเหนือจากบริษัทในเครือ ของธนาคาร เว้นแต่

14.6.1 ธนาคารได้รับความยินยอมจากลูกค้า

14.6.2 การให้ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อช่วยให้สามารถทำธุรกรรมที่ต้องการ

14.6.3 เป็นการให้ข้อมูลแก่ Credit Bureau ที่เชื่อถือได้หรือหน่วยงานอื่นใดที่มี หน้าที่ในการจัดการข้อมูลที่คล้ายคลึงกัน

14.6.4 การเปิดเผยข้อมูลนั้น ๆ ได้รับอนุญาตอย่างถูกต้องตามกฎหมาย หรือเป็นไป ตามคำสั่งของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ธนาคารจะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าแก่บุคคลที่สาม นอกเหนือจากบริษัทในเครือเพื่อนำไปใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เช่น การเสนอขาย ทางโทรศัพท์หรือไปรษณีย์ของสินค้าอื่นที่ไม่ใช่บริการทางการเงิน

14.7 การยอมรับและการเปลี่ยนแปลงนโยบายการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและ ความลับของลูกค้าเอกสารที่ลูกค้ากำลังอ่านอยู่นี้เป็นนโยบายการรักษาความปลอดภัยของ ข้อมูลและความลับของลูกค้าฉบับล่าสุดของธนาคาร ในอนาคตธนาคารอาจเปลี่ยนแปลงข้อความ ในนโยบายดังกล่าวโดยจะเผยแพร่ให้ทราบผ่านทางเว็บไซต์นี้

15. ข้อเสนอการรักษาความปลอดภัยและความลับ รายละเอียดดังกล่าวถึงวัตถุประสงค์ เพื่อ อธิบายเกี่ยวกับเทคโนโลยีด้านความปลอดภัยธนาคารใช้และบทบาทของลูกค้า ได้แก่

15.1 หมายเลขประจำตัวลูกค้า (User ID) และ รหัสลับส่วนตัว (password) หลังจาก ลูกค้าสมัครและลงทะเบียนกับ Bualuang iBanking หรือบริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ของเราเรียบร้อยแล้ว ได้รับหมายเลขประจำตัวลูกค้าและรหัสลับส่วนตัว ซึ่งใช้สำหรับเข้าสู่ระบบ ธนาคารจะทราบหมายเลขประจำตัวลูกค้าของท่านแต่จะไม่ทราบรหัสลับส่วนตัวของท่าน ธนาคาร ได้ลงทุนเป็นจำนวนมากเพื่อให้มั่นใจได้ว่ารหัสลับส่วนตัวของท่านได้รับการปกป้องให้ปลอดภัย อย่างแท้จริง โดยบุคคลอื่นแม้แต่เจ้าหน้าที่ธนาคารก็ไม่สามารถล่วงรู้ได้ มีหน้าที่รักษารหัสลับ ส่วนตัวของลูกค้าอย่างเคร่งครัด โดยไม่เปิดเผยหมายเลขประจำตัวลูกค้าและรหัสลับส่วนตัวของ ลูกค้าต่อบุคคลอื่นใดทั้งสิ้น ควรเปลี่ยนรหัสลับส่วนตัวเป็นประจำ และทุกครั้งที่ใช้บริการเสร็จแล้ว ควรคลิก ออกจากระบบ เพื่อป้องกันมิให้ผู้อื่นสามารถทำการแฮกจากบัญชีได้

15.2 คุกกี้ (Cookies) เพื่อให้บริการได้ดียิ่งขึ้นและเพื่อให้เว็บไซต์ของธนาคาร มีความปลอดภัยยิ่งขึ้น ธนาคารใช้ คุกกี้ เพื่อให้การทำงานประสานระหว่าง browser ของท่านและ ระบบคอมพิวเตอร์ของธนาคารเป็นไปด้วยดี คุกกี้ เป็นไฟล์ข้อมูลขนาดเล็กซึ่งระบบคอมพิวเตอร์ ของธนาคารติดตั้งไว้ที่ฮาร์ดไดรฟ์ (hard drive) ของท่าน คุกกี้ เหล่านี้ได้รับการเข้ารหัสเพื่อช่วยให้ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การติดต่อระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ของท่านและระบบของธนาคารเป็นไปอย่างปลอดภัย คุณก็จะมีได้เก็บข้อมูลของลูกค้าไว้ ฉะนั้นข้อมูลดังกล่าวจึงไม่สามารถดึงกลับมาใช้ได้อีกหลังจากท่านคลิกออกจากระบบ เว็บไซต์ส่วนใหญ่ใช้คุกกี้ ซึ่งมิได้ก่อผลกระทบใดๆ ต่อระบบคอมพิวเตอร์ของลูกค้า จะต้องปรับ browser ของลูกค้าให้สอดคล้องและรองรับกับการทำงานของคุกกี้ จึงจะสามารถทำธุรกรรมผ่านเว็บไซต์ของเราได้

15.3 การรักษาความลับของข้อมูล ธนาคารใช้ Secure Socket Layer (SSL) ที่ระดับ 128 บิต เพื่อเข้ารหัสข้อมูลที่ป้อนเข้าระบบและที่เกิดขึ้นจากการทำรายการใน Bualuang iBanking ในการเข้ารหัสนั้น SSL ทำการสลับที่ข้อมูลและแปลงตัวอักษรเป็นรหัสตัวเลข ซึ่งทำให้ผู้อื่นที่ไม่ใช่ธนาคารไม่สามารถอ่านข้อมูลนั้น

15.4 อีเมล ธนาคารเก็บรักษาอีเมลทุกฉบับที่ใช้ติดต่อกันระหว่างลูกค้ากับธนาคาร รวมทั้งอีเมลแอดเดรส และคำชี้แจงจากธนาคารต่อข้อซักถามของลูกค้า เพื่อใช้อ้างอิงกรณีที่ท่านมีคำถามหรือข้อสงสัยในภายหลัง ในบางครั้งทางธนาคารอาจติดต่อท่านทางอีเมลเพื่อแจ้งให้ทราบว่าธนาคารมีบริการบางอย่างที่เหมาะสมกับความต้องการของท่าน นอกจากบริการที่ท่านใช้อยู่เป็นประจำ ดังนั้น ธนาคารขอเรียนให้ลูกค้าทราบว่าอีเมลส่วนใหญ่ที่ไม่ได้รับการเข้ารหัสข้อมูลจึงไม่มีความปลอดภัยเพียงพอ ไม่อาจทราบได้ว่าข้อความที่ส่งจะไปถึงผู้รับที่ต้องการจริง และไม่มีบุคคลอื่นอ่านได้ ดังนั้นเพื่อความปลอดภัยของข้อมูลของลูกค้าเอง โปรดทราบว่า การติดต่อธนาคารผ่านทางอีเมลแอดเดรสของธนาคารที่ปรากฏอยู่ในเว็บไซต์ของธนาคาร เหมาะสำหรับใช้สอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธนาคาร หรือบริการของธนาคารไม่เกี่ยวกับรายละเอียด ความลับการเงินส่วนตัว

15.5 บุคคลที่สามและเว็บไซต์จำข้อมูล (consolidators) เว็บไซต์บางแห่งมีการเสนอให้บริการจำข้อมูลส่วนตัว เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการป้อนรหัสประจำตัว รหัสลับส่วนตัว และอื่นๆ โดยลูกค้าต้องให้ข้อมูลดังกล่าวแก่เว็บไซต์ประเภทนี้ก่อน

16. ธนาคารรวบรวมข้อมูลอะไร เมื่อใด และเก็บไว้ในที่ใด มีรายละเอียด ดังนี้

16.1 การค้นดูข้อมูลในเว็บไซต์ (browsing) ทุกครั้งที่เข้าสู่เว็บไซต์ของธนาคารไม่ว่าจะเพื่ออ่าน ค้นหา หรือดาวน์โหลดข้อมูล ระบบจะทำการบันทึกวันที่และเวลาที่เข้าสู่เว็บไซต์ หน้าที่ลูกค้าดู และข้อมูลที่ลูกค้าดาวน์โหลด

16.2 เครื่องมือบนเว็บไซต์และไบสมักร ธนาคารได้จัดหรือจะจัดให้มีเครื่องมืออำนวยความสะดวกใช้ในขณะที่ทำรายการในเว็บไซต์ของธนาคาร เช่น เครื่องคำนวณตัวเลขสินเชื่อบ้าน และไบสมักร สามารถพิมพ์ออกมาได้จากหน้าจอ โดยทั่วไปธนาคารไม่ได้บันทึกข้อมูลขณะใช้อุปกรณ์เหล่านี้ ยกเว้นเครื่องมือบางอย่างให้ป้อนข้อมูลไว้ก่อนและสามารถเรียกดูได้อีกในภายหลัง ในกรณี

ดังกล่าวระบบจะเก็บข้อมูลเพื่อความสะดวกของลูกค้าเองแต่ธนาคารไม่ใช่ข้อมูลเหล่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หากลูกค้ากรอกข้อมูลในใบสมัครบนจอจนเสร็จแต่ไม่ได้คลิก “ส่ง” ธนาคารก็จะไม่ได้รับ และระบบของเราก็จะไม่ได้ทำการบันทึกข้อมูลนั้น ๆ และหากท่านคลิก “ยกเลิก” หรือ “ออกจากระบบ” ระบบจะทำการกำจัดข้อมูลที่พิมพ์เข้าไปก่อนหน้านี้ทิ้ง เมื่อได้กรอกข้อมูลแล้วหากเลือกที่จะระงับการส่งใบสมัครไว้ชั่วคราว ข้อมูลที่กรอกนั้นจะได้รับการบันทึกไว้ในระบบ ซึ่งท่านสามารถดึงกลับมาใหม่ได้ ธนาคารจะไม่ดำเนินการใดๆกับใบสมัครที่ระงับการส่ง

16.3 การเชื่อมต่อกับเว็บไซต์อื่น ๆ เว็บไซต์ของธนาคารอาจจะเชื่อมต่อกับเว็บไซต์ของบริษัทอื่นๆ ที่จำหน่ายสินค้าหรือให้บริการอย่างใดอย่างหนึ่งเกี่ยวกับลูกค้า ในกรณีที่เว็บไซต์ดังกล่าว รวบรวมข้อมูลเว็บไซต์ของธนาคารก็อาจจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเดียวกันนั้น ตามที่ตกลงกับบริษัทเจ้าของเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องควรมีนโยบายรักษาความปลอดภัยและความลับ และบริษัทที่เกี่ยวข้องมีหน้าที่รับผิดชอบที่จะแจ้งนโยบายดังกล่าวให้ทราบ

17. เชื่อมสู่โลกเทคโนโลยีของ Bualuang iBanking บริการ Bualuang iBanking เลือกใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อให้ทำธุรกรรมได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ดังนั้น คอมพิวเตอร์ที่สามารถใช้กับ Bualuang iBanking ได้ จำเป็นต้องมีคุณสมบัติขั้นต่ำตามที่กำหนดไว้ หากเครื่องคอมพิวเตอร์มีประสิทธิภาพสูงอยู่แล้วสามารถทำธุรกรรมได้รวดเร็วยิ่งขึ้นมีคุณสมบัติขั้นต่ำ ดังนี้

17.1 Pentium Processor 133 MHz หรือเทียบเท่า

17.2 หน่วยความจำขนาด 32 MB RAM

17.3 จอภาพ SVGA ที่มีความละเอียด (800x600 pixels) และแสดงสีได้ 256 เฉดสี

17.4 โมเด็มที่มีความเร็ว 28.8 kbps

17.5 ระบบปฏิบัติการ Windows 95

17.6 Microsoft Internet Explorer version 5.0 (เพื่อรองรับ SSL ระดับ 128 บิต)

18. แผนการขยายขอบเขตการให้บริการ ในระยะแรกธนาคารกรุงเทพเลือกใช้ Microsoft Internet Explorer เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย ให้เป็นบราวเซอร์รองรับการให้บริการ Bualuang iBanking และในอนาคตอันใกล้ ธนาคารจะนำบราวเซอร์อื่น ๆ เข้ามาใช้กับระบบ Bualuang iBanking เพื่อขยายขอบเขตการให้บริการและให้ความสะดวกลูกค้าของธนาคารมากยิ่งขึ้น

19. การทดสอบบราวเซอร์ ระบบ Bualuang iBanking ใช้เทคโนโลยีระบบรักษาความปลอดภัยขั้นสูงเพื่อความปลอดภัยและความสะดวกการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้า browser ที่เชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จึงสามารถรองรับการเข้ารหัส SSL 128 บิต และ JavaScript ได้ การทดสอบบราวเซอร์ช่วยบอกได้ว่า คอมพิวเตอร์ของลูกค้าสามารถรองรับการเข้าสู่บริการ Bualuang iBanking ได้หรือไม่ โดยทำการทดสอบ ดังนี้

19.1 ระบบปฏิบัติการ Microsoft Windows

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

19.2 Microsoft Internet Explorer version 5.0 หรือสูงกว่า

19.3 การรองรับ JavaScript

19.4 การรองรับการเข้ารหัส SSL 128 บิต

### ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สิริอร (2545 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการบริหารธนาคารผ่านเครือข่าย INTERNET การศึกษาครั้งนี้เสนอการพัฒนาระบบต้นแบบการให้บริการธนาคารผ่านเครือข่าย Internet ที่มีความสามารถในเชิงกลยุทธ์ทางการตลาด ด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมเป็นเครื่องมือ โดยใช้หลักการและแนวคิดของ Agent-Based Program ให้การสนับสนุนการให้บริการธนาคารผ่านเครือข่าย Internet ให้มีความสะดวก รวดเร็วและปลอดภัย ประโยชน์ของการให้บริการธนาคารผ่านเครือข่าย Internet นั้นเป็นการเพิ่มช่องทาง และโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และส่งผลให้ผลกำไรในการดำเนินธุรกิจธนาคารเพิ่มขึ้นในขณะที่ลดต้นทุนในการดำเนินงานลงได้มาก ทั้งยังเป็นการช่วยให้การทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ครบวงจรอย่างสมดุล จากผลการทดลองพบว่าระบบ Special E-Services in Banking Business (SEB) สามารถทำงานได้อย่างถูกต้อง และสมบูรณ์ ตรงตามความต้องการที่ได้ออกแบบตามวัตถุประสงค์ นอกจากนี้ ยังนำไปสู่การพัฒนาโครงการอย่างเต็มรูปแบบ

แก้วตา (2548 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นในการเปิดบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ธนาคารอื่นนอกเหนือจากธนาคารอาคารสงเคราะห์ และส่วนใหญ่เคยใช้บริการธุรกรรมที่ธนาคารกรุงเทพและธนาคารไทยพาณิชย์ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยใช้บริการผ่านระบบ ATM ปัจจัยในการเลือกใช้บริการจากธนาคารอื่น คือ ความสะดวก รวดเร็ว และการใช้งานง่าย ส่วนปัจจัยที่ไม่เลือกใช้บริการ คือ การที่ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ โดยแบ่งเป็นการศึกษา 1) ด้านพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ 2)

ความคิดเห็นต่อการเปิดบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ 3) อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และความรู้เกี่ยวกับระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จากโทรศัพท์ ทั้งนี้ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และความรู้เกี่ยวกับระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดให้บริการผ่านระบบโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ 4) ประสิทธิภาพการให้บริการ

ธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารอื่น มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดเอกสารเป็นเอกสารที่ส่งวนไวสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ และระบบโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ

เศรษฐกิจ (2548 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ปัญหาที่มีผลต่อประสิทธิภาพการเติบโตของบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพฯ : กรณีศึกษา บริการ SCB Easy Net ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สารนิพนธ์ฉบับนี้แสดงให้เห็นถึงการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจของธนาคาร เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในการใช้บริการกับธนาคารของลูกค้าที่ เรียกว่า ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ผลการศึกษาปรากฏว่า ปัจจัยที่ลูกค้าของธนาคารให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ประสิทธิภาพ ของระบบรักษาความปลอดภัยในข้อมูลทางการเงินของลูกค้าอันดับสองคือความรู้ความเข้าใจในระบบคอมพิวเตอร์และระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต อันดับสามคือ ความพร้อมในโครงสร้างพื้นฐาน (infrastructure) ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศ เช่น ระบบคู่สายโทรศัพท์ที่ใช้เชื่อมโยงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไม่ทั่วถึงและไม่มีประสิทธิภาพ จำนวนเจ้าหน้าที่ให้บริการด้านอินเทอร์เน็ต (ISP) ยังมีน้อย ชั่วโมงอินเทอร์เน็ตมีราคาแพง และราคาของเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลยังสูงมาก และอันดับสุดท้ายคือการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการ SCB Easy Net ของธนาคารและการแนะนำบริการจากพนักงานของธนาคาร ซึ่งการที่จะทำให้บริการดังกล่าวของธนาคารมีการใช้อย่างแพร่หลายในอนาคตหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภาครัฐต้องมุ่งสร้างความมั่นใจและจัดการปัญหา ดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพ

สุพรรณิ (2549 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้ บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา : ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขาอโศก สารนิพนธ์ฉบับนี้แสดงให้เห็นว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้ แสดงให้เห็นถึงการนำเทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมาประยุกต์ให้มีบทบาทในธุรกิจธนาคาร เพื่อเพิ่มช่องทางในการติดต่อกับลูกค้าบริการ ธนาคารใช้ชื่อว่า ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) โดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เรียกบริการนี้ว่า บริการ SCB Easy Net โดยศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ต โดยศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ต สาขาอโศก จำนวน 200 ราย ผลการศึกษาปรากฏว่า ผู้ใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ต สาขาอโศก ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และอยู่ในวัยทำงาน และเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีการใช้บริการ 1 - 3 ครั้งต่อเดือน และบริการที่ใช้บ่อยที่สุดคือ สอบถามยอดจากบัญชี โอนเงินไปบัญชีบุคคลที่ 3 และโอนเงินระหว่างบัญชี สำหรับความพึงพอใจต่อบริการในด้านต่าง ๆ จะอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### บทที่ 3 วิธีการดำเนินงาน

ในการศึกษารุ่นนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitatives Research) และการศึกษาเชิงสำรวจ (Exploratory Research) เพื่อประเมินโครงการที่ธนาคารได้จัดทำขึ้นเป็นช่องทางบริการทางเลือกใหม่ให้กับลูกค้า และมีปัจจัยใดบ้างที่จูงใจให้ลูกค้าใช้มาบริการระบบบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากในปัจจุบันการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องที่จำเป็นในการทำธุรกรรม การศึกษารุ่นนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกสำหรับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับระบบ Bualuang iBanking ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และใช้แบบสอบถามกับลูกค้าที่ใช้ระบบ Bualuang iBanking ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่สีลม ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร การศึกษารุ่นนี้กลุ่มประชากรประกอบด้วย

1.1 ผู้ดูแลระบบ Bualuang iBanking ฝ่ายผลิตภัณฑ์และช่องทางบริการ (Product and Distribution Department) ซึ่งสนับสนุนและรับผิดชอบงานในด้านช่องทางการให้บริการ และดูแลรับผิดชอบระบบ Bualuang iBanking

1.2 ผู้ใช้บริการระบบ Bualuang iBanking ที่เข้ามาทำธุรกรรมในธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่สีลม

#### 2. การกำหนดตัวอย่าง

2.1 ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่สีลม ได้กำหนดผู้จัดการกลุ่มงาน iBanking/Biz iBanking Team ฝ่ายผลิตภัณฑ์และช่องทางบริการ จำนวน 1 คน

2.2 ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่สีลม ได้กำหนดเจ้าหน้าที่กลุ่มงาน iBanking/Biz iBanking Team ฝ่ายผลิตภัณฑ์และช่องทางบริการ จำนวน 1 คน

2.3 ลูกค้าที่ใช้บริการระบบ Bualuang iBanking ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

เอกสารสำนักงานใหญ่สีลม เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงต้องใช้สูตรของ W.G. Cochran  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(ยูทช, 2548 : 102) ในการหากลุ่มตัวอย่าง ดังนี้  
กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

$$n = \frac{0.1(1-0.1)1.96^2}{0.05^2}$$

$$n = 138.2976$$

เมื่อ  $n$  คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

$P$  คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม โดยกำหนด 10 %

$Z$  คือ ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ โดย

กำหนด  $Z$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95%)  $\Rightarrow Z = 1.96$

$d$  คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ (จะต้องสอดคล้องกับค่า  $Z$  ที่ระดับความเชื่อมั่นนั้น ๆ) กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

ดังนั้น ได้จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 138.30 ~ 138 คน

### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมี 2 ชุด ดังนี้

ชุดที่ 1 แบบสัมภาษณ์ผู้ดูแลระบบ Bualuang iBanking ประกอบไปด้วยผู้จัดการ และเจ้าหน้าที่กลุ่มงาน iBanking/Biz iBanking Team ฝ่ายผลิตภัณฑ์และช่องทางบริการ โดยใช้คำถามปลายเปิด (Openended Question) เป็นเครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ดูแลระบบ

ชุดที่ 2 ลูกค้ำที่ใช้ระบบ Bualuang iBanking ในพื้นที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่สีลม โดยการใช้แบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) และคำถามที่ให้แสดงความคิดเห็น (Scale Questions) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้ำผู้เป็นสมาชิก Bualuang iBanking โดยเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการใช้ และการตอบรับการใช้งาน Bualuang iBanking รวมไปถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ แบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้ำ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้และปัจจัยจูงใจที่ทำให้ลูกค้ำใช้ระบบ Bualuang iBanking ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อระบบ Bualuang iBanking ของธนาคารกรุงเทพ

### จำกัด (มหาชน)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาลักษณะการใช้งาน การประเมินผลโครงการ รวมทั้งการสำรวจผลตอบรับการใช้งานจากลูกค้าผู้ใช้ระบบ Bualuang iBanking ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ได้แก่

1.1 ผู้จัดการกลุ่มงาน iBanking/Biz iBanking Team ฝ่ายผลิตภัณฑ์และช่องทางบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่สีลม

1.2 เจ้าหน้าที่กลุ่มงาน iBanking/Biz iBanking Team ฝ่ายผลิตภัณฑ์และช่องทางบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่สีลม

1.3 ลูกค้าที่ใช้ระบบ Bualuang iBanking ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่สีลม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ทำการศึกษาค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร และเว็บไซต์ ได้แก่ รายงานประจำปีของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) หนังสือวิชาการ บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์ [www.bangkokbank.com](http://www.bangkokbank.com)

## การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลข้อมูล

1. นำข้อมูลทั้งหมดมาทำการตรวจสอบเพื่อคัดเลือกรูปแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไม่มีข้อผิดพลาด

2. นำข้อมูลในแบบสอบถามมาลงรหัส สำหรับคำถามปลายเปิด

3. ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows จากนั้นผู้ศึกษาจัดแบ่งข้อมูลตามประเภทของหัวเรื่องที่จะศึกษา โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีเป็นแนวทางในการวิเคราะห์บริการ Bualuang iBanking ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เพื่อให้การวิเคราะห์เป็นไปอย่างมีระบบ และครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์ 2 ประเภท คือ

3.1 การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ เป็นข้อมูลทุติยภูมิ และการบรรยายข้อมูลเกี่ยวกับแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจลูกค้าสำหรับผลตอบรับจากการนำระบบมาใช้ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

3.2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ วิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติอย่างง่าย ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเสนอในรูปแบบตารางมาตรฐานพร้อมทั้งแปลความหมายของข้อมูลที่สรุปมาด้วยภาษาที่เข้าใจง่ายและอธิบายอย่างชัดเจน โดยผู้วิจัยได้แบ่งเกณฑ์การให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ หากมีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อผู้วิจัยที่ [praporn.p@bkk.ac.th](mailto:praporn.p@bkk.ac.th) หรือ [0909544444](tel:0909544444) หรือ [www.bkk.ac.th](http://www.bkk.ac.th)

คะแนนออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้สเกลลิเคิท (กัลยา, 2547 : 29) ได้ดังนี้

- ระดับ 5 หมายความว่า ผู้ตอบมีความคิดเห็นในระดับดีมาก
- ระดับ 4 หมายความว่า ผู้ตอบมีความคิดเห็นในระดับดี
- ระดับ 3 หมายความว่า ผู้ตอบมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง
- ระดับ 2 หมายความว่า ผู้ตอบมีความคิดเห็นในระดับพอใช้
- ระดับ 1 หมายความว่า ผู้ตอบมีความคิดเห็นในระดับควรปรับปรุง

มีการแปลความหมายตามระดับคะแนนความคิดเห็น โดยการกำหนดการคิดระดับความคิดเห็นจากเกณฑ์การแบ่งช่วงคะแนน ดังนี้

|                       |   |  |                |
|-----------------------|---|--|----------------|
| ความกว้างอันตรภาคชั้น | = | $\frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$ |                |
|                       |   | $\frac{5 - 1}{5}$  |                |
|                       |   | 0.8  |                |
| คะแนนเฉลี่ย           |   | ความเชื่อมั่น  | ระดับความสำคัญ |
| 4.21 – 5.00           |   | ความคิดเห็นดีมาก   | ดีมาก          |
| 3.41 – 4.20           |   | ความคิดเห็นดี  | ดี             |
| 2.61 – 3.40           |   | ความคิดเห็นปานกลาง   | ปานกลาง        |
| 1.81 – 2.60           |   | ความคิดเห็นพอใช้   | พอใช้          |
| 1.00 – 1.80           |   | ความคิดเห็นควรปรับปรุง   | ควรปรับปรุง    |

**สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล**

1. ค่าเฉลี่ย กรณีมีข้อมูลเป็นจำนวนมาก คำนวณโดยการรวมข้อมูลแต่ละตัวหารด้วยข้อมูลทั้งหมดและข้อมูลมีการแจกแจงความถี่ไว้แล้วโดยให้  $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$  เป็นข้อมูลหนึ่งที่มีความถี่เป็น  $f_1, f_2, f_3$  มีสูตรการคำนวณ ดังนี้ (ยุทธ, 2548 : 48)

$$\bar{X} = \frac{f_{1x_1} + f_{2x_2} + f_{3x_3} + \dots}{N} = \frac{\sum fx}{N}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อ  $\bar{x}$  แทน ค่าเฉลี่ยเลขคณิต  
 $\sum fx$  แทน ผลรวมของข้อมูลทั้งหมด  
 $N$  แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมด

2. ค่าร้อยละ เป็นการหาสัดส่วนระหว่างค่าทุกตัวแปรที่ต้องการศึกษาจากค่าสัมบูรณ์โดยเทียบจากร้อย เช่น อัตราส่วนของเพศเมื่อเทียบกับจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) มีสูตรการคำนวณจากกลุ่มตัวอย่างที่มีแจกแจงความถี่ดังนี้ (ยูทช, 2548 : 78)

$$S \text{ หรือ S.D.} = \sqrt{\frac{\sum f(x-\bar{x})^2}{N-1}}$$

$$\text{หรือ } S = \sqrt{\frac{N\sum fx^2 - (\sum fx)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ  $S$  แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  
 $\bar{x}$  แทน จุดกึ่งกลางชั้น  
 $x$  แทน ตัวกลางเลขคณิตของข้อมูล  
 $f$  แทน ความถี่ของข้อมูลในแต่ละชั้น  
 $N$  แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมด

4. ไคสแควร์ (Chi-Square) เป็นการทดสอบกลุ่มตัวอย่างเพียงด้านเดียวเพื่อต้องการทราบว่าความถี่ที่ได้จากการสังเกต (Observed Frequency) จากกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามความถี่ที่คาดหวัง (Expected Frequency) ไว้หรือไม่ ตามนัยสำคัญที่กำหนด มีสูตรคำนวณ ดังนี้ (ยูทช, 2548 : 170)

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i} \quad \text{หรือ} \quad X^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E}$$

เมื่อ  $X^2$  แทน ค่าไคสแควร์  
 $O$  แทน ความถี่ที่ได้จากการสังเกต (Observed Frequency)  
 $E$  แทน ความถี่ตามทฤษฎีหรือตามที่คาดหวัง (Expected Frequency)  
 $K$  แทน จำนวนกลุ่มตัวแปร

กรณีนี้  $df = k-1$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การประเมินผลโครงการระบบ Bualuang iBanking และผลตอบรับจากการนำระบบมาใช้ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เป็นการศึกษาลักษณะการทำงานของระบบ Internet Banking ของธนาคารกรุงเทพ รวมไปถึงศึกษาการประเมินผลโครงการจากผู้ดูแลระบบโดยตรงและผลตอบรับของจากลูกค้าที่ใช้บริการระบบดังกล่าว ตลอดจนศึกษาปัญหาและอุปสรรคของระบบ Bualuang iBanking โดยแบ่งการศึกษออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้ดูแลระบบ Bualuang iBanking

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาจากลูกค้าที่ใช้บริการระบบ Bualuang iBanking มี 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ใช้ระบบ Bualuang iBanking

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ และปัจจัยเชิงใจที่ทำให้ลูกค้าใช้ระบบ

Bualuang iBanking

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อระบบ Bualuang iBanking

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สนใจ

#### ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้ดูแลระบบ Bualuang iBanking

จากการที่ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูล และกำหนดหัวข้อในการสัมภาษณ์กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับส่วนงาน Bualuang iBanking โดยตรง ดังรายชื่อต่อไปนี้

1. คุณบุญทริก ศรีมงคล ผู้จัดการกลุ่มงาน iBanking/Biz iBanking Team ฝ่ายผลิตภัณฑ์และช่องทางบริการ (Product and Distribution Department) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาสัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

1.1 หน้าที่ในการดูแลระบบ Bualuang iBanking พบว่า มีหน้าที่วางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และช่องทางบริการใหม่ๆ ของธนาคาร ตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า ที่ผ่านมามาธนาคารให้ความสำคัญในการศึกษา ทำความเข้าใจ และตระหนักถึงการสนองตอบความต้องการของลูกค้าเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยคำนึงถึงการให้บริการอย่างมีคุณภาพ เพื่อที่จะสร้างความแตกต่างในบริการและผลิตภัณฑ์ของธนาคารได้เป็นอย่างดี ด้วยระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้ธนาคารมีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความมั่นใจที่จะสามารถพัฒนาการให้บริการในรูปแบบใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง คุณแลแก้ไขปัญหา และมอบหมายงานให้ฝ่ายการตลาด กรณีปัญหาจากการสมัครของลูกค้า เช่น เรื่องจดหมายรหัสลับแรกเข้าไม่ถึงลูกค้า ซึ่งมีหน้าที่ติดตามผล แก้ไข ปรับปรุง ว่าต้องพัฒนาอะไร มีระบบอะไร ขัดข้อง หรือมีวิธีการใดที่ทำให้บริการ และช่องทางการทำธุรกรรมรวดเร็วขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการนำระบบมาใช้ในธนาคารพบว่า ลดภาระงานในส่วนเคาน์เตอร์บริการ ลดปริมาณงานที่สาขา เพื่อขยายช่องทางการให้บริการแก่ลูกค้าให้สะดวกและง่ายมากยิ่งขึ้น ผลักดันให้ลูกค้าใช้ช่องทางธุรกรรมด้าน อิเล็กทรอนิกส์ให้มากที่สุด เช่น Internet , ATM โดยที่ ต้องนำ Product ต่าง ๆ มาเชื่อมกัน และทำอย่างไรให้ลูกค้าได้รับความสะดวกและความรวดเร็ว ในการทำธุรกรรมทางการเงิน รวมทั้งสร้างสรรค์บริการเพื่อความพอใจสูงสุดของลูกค้า

1.3 จากการนำระบบมาใช้ช่วยสร้างความได้เปรียบทางด้านคู่แข่งทางการค้าพบว่า ในการพัฒนาธนาคารแต่ละแห่งมีความคิดไม่แตกต่างกัน เป็นแนวทางเดียวกัน เช่น การโอนเงินต่าง ธนาคาร ธนาคารจะมารวมมือและประชุมร่วมกัน อาจได้เปรียบในเรื่องของเทคนิคการโอน เช่น ผู้โอนได้รับเงินทันที หรือวันรุ่งขึ้น เป็นต้น บางธนาคารโอนเงินได้เพียงแค่ 8 ธนาคาร แต่ของ ธนาคารกรุงเทพได้ถึง 33 ธนาคาร แต่เงินจะเข้าวันรุ่งขึ้น ดังเช่นความได้เปรียบดังที่เห็นได้ชัด เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตคือ การโอนเงินไปยังบัญชีในต่างประเทศ สามารถเลือกโอนเงินได้มากถึง 16 สกุลเงิน (<http://www.bangkokbank.com/Bangkok+Bank>) โดย เป็นการโอนเงินผ่านเครือข่าย SWIFT ไปได้ทุกที่ทั่วโลก วันที่สั่งโอนจะได้รับกรนำฝากเข้าบัญชี ผู้รับอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ธนาคารกรุงเทพมีสาขาต่างประเทศในภูมิภาคสำคัญทั่วโลก และมีข้อตกลงร่วมให้บริการ โอนเงินกับธนาคารพันธมิตรกว่า 1,500 แห่งทั่วโลก เนื่องจากจาก สาขาต่างประเทศของธนาคารที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคสำคัญของโลก ธนาคารจึงสามารถโอนเงินไปถึงที่ หมายได้โดยตรงด้วยค่าบริการที่ต่ำกว่าธนาคารอื่น ซึ่งได้เปรียบกว่าอีกหลายธนาคาร

ความได้เปรียบอีกด้านคือ พันธมิตรทางธุรกิจ เช่น ร้านค้าที่ร่วมรายการชำระเงิน มากกว่า 300 แห่ง ดังเช่นกรณีการรับชำระค่าลงทะเบียนเรียนผ่าน Buatuang iBanking พร้อมมีการ ส่งเสริมการตลาดควบคู่ ทำให้สามารถเจาะกลุ่มนักศึกษาได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งข้อได้เปรียบต่าง ๆ ตามที่กล่าวมา ขึ้นอยู่กับความสามารถของ Product Development ที่จะนำ Product อะไรมา เชื่อมต่อกับระบบหลังร้าน

ข้อได้เปรียบที่คิดว่าสำคัญอีกด้านคือ ภาพลักษณ์ แม้จะเป็นธนาคารที่ใหญ่และมั่นคง ถึงแม้ว่าจะไม่เป็น Modern Bank เท่าใดนัก แต่มีเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ที่ทันสมัยเท่ากับคู่แข่ง และโดยภาพรวมได้เปรียบในด้านการลดภาระงาน ลดต้นทุน การมีรายได้เพิ่มขึ้นจากค่าธรรมเนียม

#### การใช้บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 ธนาคารใช้ตัวบ่งชี้วัดความสำเร็จการดำเนินงานที่มีการนำระบบมาใช้พบว่า รายได้จากการดำเนินโครงการ มีแนวโน้มลูกค้ารายย่อยเริ่มใช้ช่องทางอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมมากขึ้น เช่น การถ่ายภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต และจากกลุ่มธุรกิจเว็บไซต์ที่เปิดให้บริการและจำหน่ายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต เริ่มขายสินค้าหลากหลายขึ้น เนื่องจากแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ จึงเกิดการทำธุรกรรมผ่านช่องทาง Bualuang iBanking มากยิ่งขึ้น โดยรายได้ที่นั่นมาจากการรับชำระค่าสินค้าบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ดังเช่นภาพรวมปี 2549 ปริมาณธุรกรรมผ่าน Bualuang iBanking เพิ่มขึ้นร้อยละ 49.2 โดยเฉพาะการโอนเงินและชำระค่าสินค้าและบริการรวมถึงค่าธรรมเนียมต่าง ๆ และในปี 2547 จำนวนธุรกรรมโอนเงินผ่านบริการออนไลน์ของ Bualuang iBanking ในปีที่ผ่านมา เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 18 เทียบกับปีก่อนหน้า ซึ่งรายได้เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญของการดำเนินธุรกิจ ดังเช่นในปี 2550 ธนาคารและบริษัทย่อยมีรายได้ค่าธรรมเนียมและบริการ 16,693 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,010 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.5 เพิ่มขึ้นจากธุรกรรมหลักของธนาคาร เช่น ธุรกรรมด้านบริการบัตรเครดิตและบริการอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น เมื่อฝ่ายส่งเสริมการตลาดมีการทำการตลาดและกระตุ้นให้เกิดการใช้มากขึ้น รายได้จะเพิ่มขึ้นและเป็นตามเป้าหมายธนาคารเช่นเดียวกัน ตัวบ่งชี้วัดอีกด้านคือ ความคุ้มค่าจากการใช้ระบบ จะต้องเกิดความคุ้มค่าจากการลงทุน และลดภาระงานอย่างแท้จริง แต่จะต้องสอดคล้องกับงานด้านการตลาด เมื่อจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้น รายได้ก็ควรเพิ่มสูงขึ้นเช่นเดียวกัน

1.5 จากการดำเนินการนำระบบมาใช้ในธนาคารที่ผ่านมาทางธนาคาร มีการประเมินผลมาแล้ว โดยทำ 2 ปีต่อครั้ง เนื่องจากระบบ Bualuang iBanking ของธนาคารเริ่มมีเมื่อปี พ.ศ. 2546 ธนาคารได้จัดทำแบบสอบถามผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต เพื่อสำรวจความคิดเห็น และพฤติกรรมของลูกค้าผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต หรือ Bualuang iBanking ถ้าหากใช้เป็นข้อมูลพัฒนารูปแบบการให้บริการพบว่า (<http://www.ryt9.com/news/2007-04-09/11570608/>) มีลูกค้าจำนวนกว่า 6,000 ราย ได้ตอบแบบสอบถามโดยระบุว่า การให้บริการผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตนับเป็นสิ่งที่อยู่ในความสนใจ และมีอัตราการใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับยอดธุรกรรมที่เติบโตกว่าเท่าตัวในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ทั้งในเชิงปริมาณและมูลค่า ลูกค้า Bualuang iBanking ล้วนมีความพึงพอใจ และนิยมใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตติดต่อกันอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าที่เริ่มใช้บริการน้อยกว่า 2 ปี เพราะเป็นช่องทางในการติดต่อธนาคาร และทำธุรกรรมทางการเงินที่รวดเร็ว สะดวกสบาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปสาขา สำหรับบริการที่ลูกค้านิยมใช้เป็นประจำ ได้แก่ การตรวจสอบยอดเงินในบัญชี ตามด้วยบริการโอนเงินระหว่างบัญชี และชำระค่าสินค้าหรือบริการ นอกจากนี้ผลการสำรวจยังพบว่า ลูกค้าของธนาคารมีความชื่นชอบในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตสูงเป็นอันดับสอง รองจากเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ช่องทาง ATM และสูงกว่าการเดินทางมาติดต่อที่สาขา ผลที่ได้จากการประเมินทำให้ทราบว่า มีจำนวนลูกค้าที่สมัครใช้บริการเพิ่มมากขึ้น และมีลูกค้าสนใจให้ทำระบบต่อไป ผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารคือ กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ อีกทั้งยังมีความต้องการให้ธนาคารขยายบริการผ่านช่องทางอื่น ๆ ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเชื่อมโยงกับช่องทางสำหรับทำธุรกรรมออนไลน์อื่น ๆ เช่น เอทีเอ็ม และโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น ปัจจุบันลูกค้าผู้ถือบัตรเครดิตจะใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งลูกค้าสามารถตรวจสอบคะแนนสะสม และแลกของกำนัลจากการใช้จ่ายผ่านบัตรในโครงการ Bualuang Thank You Program ผ่านช่องทางดังกล่าว อย่างไรก็ตามธนาคารจะยังคงพัฒนารูปแบบการให้บริการทางอินเทอร์เน็ต ให้มีความหลากหลายมากขึ้นเพื่อนำเสนอบริการรูปแบบใหม่ ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ธนาคารยังดูแล Feedback จาก Call Center ด้วย

1.6 โดยภาพรวมแล้วการนำระบบมาใช้ในธนาคารทำให้การทำงานของธนาคารในทุก ๆ ด้านดีขึ้นพบว่า เมื่อลูกค้าทำธุรกรรมผ่านบริการ Bualuang iBanking ก็สามารถลดภาระงานในส่วนเคาน์เตอร์บริการได้มาก เป็นสร้างความสะดวกให้กับลูกค้าให้ลูกค้ารู้สึกดีกับบริษัท เพราะถ้าลูกค้ามีความสุขจากการใช้บริการถือเป็นความสำเร็จของธนาคาร ซึ่งลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในส่วนหน้าของสาขา จะเป็นลูกค้าใหม่ หรือติดต่อธุรกรรมที่ไม่มีบริการใน Bualuang iBanking การลงทุนสร้างช่องทางอินเทอร์เน็ต จะมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการเปิดสาขาใหม่แบบดั้งเดิม จึงจำเป็นที่ต้องมีการบริหารเชิงรุก ดังที่กล่าวในธุรกิจใหม่ของธนาคารกรุงเทพ (สำนักธุรกิจ ธนาคารกรุงเทพ : 2551) คือ การเดินทางเข้าหาลูกค้า ความสำเร็จ ได้แก่ การออกไปหาลูกค้าถึงที่ไม่ใช่เพียงแต่อาศัยการเดินทางเท่านั้น แต่ยังสามารถทำได้โดยการเสนอบริการผ่านอินเทอร์เน็ตอีกด้วย ข้อดีประการหนึ่งของระบบเศรษฐกิจใหม่ก็คือ สามารถเข้าถึงตลาดที่ใหญ่ขึ้นและฐานลูกค้าที่กว้างขึ้น ธนาคารกรุงเทพช่วยให้ลูกค้าบรรลุขั้นตอนนี้ได้ด้วยช่องทางชำระเงินทางอินเทอร์เน็ต และสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายและใช้ต้นทุนอย่างคุ้มค่ากับส่วนงานที่เกี่ยวข้อง ช่วยลดต้นทุนในงานเอกสาร และสร้างผลกำไรจากเงินทุนที่มีอยู่ให้มากขึ้นได้ด้วย และที่สำคัญ Bualuang iBanking ยังช่วยให้ฝ่ายบริหารของธนาคารกรุงเทพก้าวทันคู่แข่งด้วยการศึกษาทิศทางใหม่ ๆ การคาดการณ์เกี่ยวกับตลาดและแนวโน้มธุรกิจการเงิน

1.7 ข้อจำกัดของการนำระบบมาใช้ในธนาคารพบว่า ความปลอดภัยในเรื่องการสมัครและใช้บริการธุรกรรมต่างๆ เนื่องจากระบบบริการประเภทนี้ความปลอดภัยเป็นเรื่องที่สำคัญมากที่สุด ต้องคำนึงถึง Security ในการใช้งานเป็นหลัก

ด้านช่องทางของการรับสมัครใช้บริการ ขั้นตอนการสมัครขอใช้บริการยังยุ่งยากและ

เสียเวลาสำหรับลูกค้าบางรายคือ ลูกค้าที่ต้องการสมัครใช้บริการ Bualuang iBanking จะต้องนำเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมุดบัญชีและบัตรประจำตัวประชาชนมาสมัครด้วยตัวเองที่ธนาคารกรุงเทพสาขาใดก็ได้ ยกเว้น สาขาไมโคร ซึ่งช่องทางการรับสมัครบางประเภทยังคิดในเรื่องของกฎหมาย และเงื่อนไขต่าง ๆ และต้องปรึกษากับฝ่าย Risk Management เพื่อหาแนวทางแก้ไขต่อไป

ไม่สามารถรองรับ Browser ได้ครบทุกแบบ ซึ่งบริการ Bualuang iBanking รองรับได้ เฉพาะบราวเซอร์ของ Microsoft Internet Explorer เวอร์ชัน 5.0 ขึ้นไป เนื่องจากเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงอยู่ในช่วงกำลังพัฒนาให้รองรับได้มากที่สุด

1.8 ปัญหาที่พบบ่อยจากการนำระบบมาใช้ในธนาคารพบว่า ลูกค้ายบางรายไม่เข้าใจระบบ หรือยังไม่คุ้นเคยต่อการใช้เทคโนโลยีในการใช้บริการ ปัญหาการสมัครโดยไม่ตั้งใจ มีการสมัครไว้นานเกิน หรือสมัครไว้แล้วไม่ได้ใช้ เกิดปัญหามีจำนวนผู้สมัครมาก แต่ไม่ได้เข้าใช้บริการทุกคน ปัญหาลูกค้ายืมรหัสลับแรกเข้า รหัสประจำตัว เป็นต้น แต่ในกรณีที่ผู้สมัครและใช้บริการแล้วไม่มีปัญหาส่วนใหญ่เป็นปัญหาด้านความปลอดภัยที่มักพบจากผู้ใช้งาน (<http://th.answers.yahoo.com/>) เช่น ใช้พาสเวิร์ดเหมือนกับที่ใช้กับเว็บ อื่นๆ สมัครสมาชิกเว็บไซต์อื่น ๆ โดยใช้ บัญชีเดียวกัน หรือใช้งานแล้วลืม log out ทำให้โดน phishing หรือเป็นการถูกเข้าใช้งานโดยที่ผู้ใช้ไม่ทราบ ทำให้เกิดปัญหาขึ้น ซึ่งบางครั้งอาจมีเกิดปัญหาเล็กน้อย แต่ระบบมีการแก้ไขปัญหาได้ทันที โดยที่ลูกค้ออาจไม่รู้ตัว เช่น ระบบอาจมีการโอนเงินผิดพลาดแต่เมื่อระบบรับรู้ก็จะโอนเงินกลับเข้าบัญชีลูกค้อทันที และอีกปัญหาคือ การให้ชื่อ-ที่อยู่ ไม่ชัดเจน หรือชื่อ-ที่อยู่ไม่สามารถส่งถึงผู้รับได้รวดเร็ว เช่น การให้ที่อยู่ห่อพัก ทำให้เกิดปัญหาการได้รับรหัสล่าช้า

1.9 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมพบว่า เน้นกลุ่มลูกค้อที่เป็นกลุ่มทำงานแล้วมากกว่ากลุ่มอื่นๆ เนื่องจากมีความเป็นไปได้มากที่จะเข้ามาใช้บริการบ่อยและทำธุรกรรมที่หลากหลาย สำหรับลูกค้อที่ไม่มีการเข้ามาใช้บริการนาน ๆ ใช้วิธีการกระตุ้นให้เข้ามาใช้บริการด้วยการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ลูกค้อจะสามารถรับรู้ได้มาก เช่น ผ่านทางเว็บไซต์ของธนาคารเอง ผ่านทางโปสเตอร์ที่ติดไว้ตามธนาคารสาขาต่างๆ

2. คุณอัจฉราฉวี สุวรรณทัต กลุ่มงาน iBanking/Biz iBanking Team ฝ่ายผลิตภัณฑ์และช่องทางบริการ (Product and Distribution Department) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ผลการสัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

2.1 หน้าที่ของท่านในการดูแลระบบ Bualuang iBanking พบว่ามีหน้าที่รับข้อมูลจากฝ่าย Product Team แล้วนำมาพัฒนาในด้านการตลาดต่อไป รวมทั้งต้องเข้าใจถึงหลักแนวคิดการตลาดใหม่ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้ทันกับยุคสมัย พร้อมเรียนรู้เทคนิคต่าง ๆ ในการวิเคราะห์ทางการตลาดเพื่อมองหาโอกาสทางการตลาด กำหนดกลุ่มเป้าหมายและตำแหน่งทางการตลาด การใช้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดให้เกิดประสิทธิผล โดยการหากลยุทธ์การสื่อสารการตลาด รวมถึงเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การใช้เครื่องมือทางตลาดในสภาวะการณ์ที่แตกต่างกัน เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมอบหมาย และสร้างฐานลูกค้าเพิ่มมากขึ้น การจัดทำ Marketing PR และ Event Marketing ได้แก่ จัดรายการ นำเสนอบริการนอกสถานที่ เช่น มหาวิทยาลัย งานนิทรรศกาลที่เกี่ยวข้อง จัดรายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง หรือตามเทศกาล โฆษณาบนรถไฟฟ้าบีทีเอส ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแผนการตลาดที่สำคัญของบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต หรือ Bualuang iBanking

2.2 วัตถุประสงค์ของการนำระบบมาใช้ในธนาคารพบว่า ต้องการให้ลูกค้าที่ใช้บริการ Bualuang iBanking อยู่แล้วเกิดการใช้บ่อยขึ้น เพื่อต้องการกระตุ้นให้ลูกค้าใหม่สนใจใช้ระบบมากขึ้น โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเน้นความทันสมัย ความสะดวกสบาย และบริการที่หลากหลาย เพื่อพยายามดึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้มากที่สุด โดยเฉพาะกลุ่มคนวัยทำงาน และนักศึกษา และเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า และเพื่อเป็นการสมนาคุณลูกค้าให้เกิดความผูกพันกับธนาคารมากขึ้น

2.3 จากการนำระบบมาใช้ จะช่วยสร้างความได้เปรียบทางด้านคู่แข่งทางการค้าพบว่า คล้ายกับธนาคารอื่นๆ ยังไม่โดดเด่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างชัดเจน เพราะธนาคารไม่ได้เป็นธนาคารแรกเริ่มที่มีบริการส่วนนี้ แต่ถึงอย่างไรธนาคารแต่ละแห่งต้องเป็นพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นธุรกรรมการโอนที่ต้องประสานงานกับธนาคารที่รองรับกับธนาคารของตน และธุรกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกัน ส่วนในเรื่องของความสะดวกรวดเร็วนั้นเป็นเอกลักษณ์ของระบบ Internet Banking อยู่แล้ว ทางธนาคารใช้เทคนิคในเชิงรุกเข้ามาช่วยด้วย คือให้พนักงานสาขาช่วยแนะนำให้ลูกค้าสมัครใช้บริการ คอยย้ำเตือนให้ลูกค้าใช้บริการบ่อยๆ เพื่อสิทธิประโยชน์หลายด้าน ที่ธนาคารได้จัดไว้ให้ วิธีนี้ทำให้ลูกค้าสนใจบริการของธนาคารมากกว่าธนาคารอื่นที่มีบริการ Internet Banking เหมือนกัน แต่ต้องมีบริการกระตุ้นอย่างต่อเนื่องและพัฒนาต่อไป ณ ปัจจุบันวิธีนี้จะมีส่วนช่วยในเรื่องคู่แข่งทางการค้าได้

อีกประการหนึ่งคือ ธนาคารได้เปรียบจากการออกงานแสดงสินค้าที่ได้พบกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างหลากหลาย ตัวอย่างเช่น การโปรโมทอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ในงานคอมมาร์ท คอมเทค ไทยแลนด์ 2006 ซึ่งจัดขึ้น ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ (<http://www.newswit.net/read/>) ภายใต้แนวคิด 'Wireless Life ชีวิตอิสระ' เพื่อสื่อถึงวิถีชีวิตอันทันสมัยของคนรุ่นใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีทางการเงินเพิ่มความสะดวกรวดสบายให้ลูกค้า โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของธนาคาร ได้แก่ 'เว็บไซต์ธนาคารกรุงเทพ' ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่แนะนำธนาคารอย่างสมบูรณ์แบบ และเป็นช่องทางการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตอย่าง Bualuang iBanking โดยภายในงานนี้ผู้เข้าชมงานที่ตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิก Bualuang iBanking จะมอบของสมนาคุณให้กับลูกค้าด้วย ทำให้ได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ได้ตรงกลุ่มเป้าหมายและได้ฐานลูกค้าเพิ่มขึ้น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อีกทาง จึงเป็นข้อได้เปรียบจากคู่แข่งได้อีกทางหนึ่ง

2.4 ธนาคารใช้ตัวบ่งชี้วัดความสำเร็จการดำเนินงานที่มีการนำระบบมาใช้พบว่า จำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น เมื่อมีผู้เข้ามาสมัครใช้บริการเพิ่มขึ้นจากเดิม แสดงให้เห็นว่าการทำการตลาดให้กับบริการ Bualuang iBanking เป็นไปตามเป้าหมายจากที่ผ่านมาจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตของธนาคาร Bualuang iBanking ในปี 2548 เพิ่มขึ้นถึงเกือบร้อยละ 40 จากปีก่อนหน้า บ่งบอกถึงการใช้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดเกิดประสิทธิผล ตัวบ่งชี้วัดอีกสิ่งหนึ่งที่ต้องควบคู่กับการได้ลูกค้าที่เป็นสมาชิกเพิ่มขึ้นคือ ความพึงพอใจจากลูกค้าเมื่อเกิดการใช้บริการธุรกรรมแล้ว จากการนำเสนอบริการได้ตรงใจลูกค้าที่สุด รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าให้เกิดการกลับมาใช้ซ้ำ

2.5 จากการดำเนินการนำระบบมาใช้ในธนาคารที่ผ่านมาทางธนาคารได้มีการประเมินผลมาแล้ว 2 ครั้ง โดยทำ 2 ปีต่อครั้ง ซึ่งวัดได้จากธนาคารได้จัดทำแบบสอบถามผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต เพื่อสำรวจความคิดเห็น และพฤติกรรมของลูกค้าผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต หรือ Bualuang iBanking สำหรับใช้เป็นข้อมูลพัฒนารูปแบบการให้บริการ เนื่องจากระบบ Bualuang iBanking ของธนาคารเริ่มมีเมื่อปี 2546 ผลที่ได้จากการประเมินทำให้ทราบว่ามีการเพิ่มจำนวนลูกค้าที่สมัครใช้บริการเพิ่มมากขึ้นมีลูกค้าสนใจให้ทำระบบต่อไปอีก นอกจากนี้ธนาคารยังได้ทำ Online Survey ผ่านทางลูกค้าที่ใช้ระบบ โดยตรงและดูจาก Feedback จาก Call Center ด้วย

2.6 โดยภาพรวมแล้วการนำระบบมาใช้ในธนาคารทำให้การทำงานของธนาคารในทุกด้านดีขึ้นพบว่า เมื่อลูกค้าทำธุรกรรมผ่านบริการ Bualuang iBanking สามารถลดภาระงานในส่วนเคาน์เตอร์บริการได้มาก เป็นการสร้างความสะดวกให้กับลูกค้าให้ลูกค้ารู้สึกดีกับธนาคารพนักงานมีเวลาดูแลลูกค้ามากขึ้น และลดปริมาณงานที่สาขาเนื่องจากการผลักดันให้ลูกค้าใช้ช่องทางธุรกรรมด้านอิเล็กทรอนิกส์ให้มากที่สุดทั้งยังช่วยลดเวลาในการทำงานแต่ละขั้นตอนให้เร็วขึ้น เพราะลูกค้าที่ใช้บริการระบบ Bualuang iBanking ส่วนใหญ่จะไม่ค่อยมาใช้บริการที่ธนาคาร มาธนาคารก็ต่อเมื่อต้องการถอนเงินที่สาขาหรือตู้ ATM หรือฝากเงินกับเครื่อง CDM หรือธุรกรรมที่ต้องประสานงานกับเจ้าหน้าที่เท่านั้น สามารถลดพื้นที่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ลง โดยสามารถโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์ของธนาคารได้เลย ซึ่งเมื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ถึงกลุ่มเป้าหมายและได้รับการตอบรับอย่างดี ซึ่งนอกจากจะทำให้การบริการมีความรวดเร็วขึ้นแล้วยังสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายในแต่ละส่วนและทำให้ต้นทุนรวมลดลงด้วย เช่น ด้านเอกสาร ค่าใช้จ่ายด้านพนักงานลดลง โดยที่ธนาคารได้พัฒนาช่องทางการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตพบว่า การลงทุนสร้างช่องทางอินเทอร์เน็ตจะมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการเปิดสาขาใหม่แบบดั้งเดิมแต่มีความคุ้มค่ามากกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7 ข้อจำกัดของการนำระบบมาใช้ในธนาคารพบว่า ความปลอดภัยในเรื่องการสมัครและใช้บริการธุรกรรมต่าง ๆ เนื่องจากระบบบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ความปลอดภัยเป็นเรื่องที่สำคัญมากที่สุด และต้องมองไปถึงเรื่องกฎหมายที่คุ้มครองในส่วนนี้ด้วย และในส่วนของ Bualuang iBanking ยังไม่สามารถรองรับบราวเซอร์ได้ครบทุกประเภท เนื่องมาจากเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงอยู่ในช่วงกำลังพัฒนาให้รองรับได้มากที่สุด ในอนาคตอันใกล้ธนาคารจะนำบราวเซอร์อื่น ๆ เข้ามาใช้กับระบบ Bualuang iBanking ด้วย เพื่อขยายขอบเขตการให้บริการและให้ความสะดวกลูกค้าของธนาคารมากยิ่งขึ้น ข้อจำกัดด้านบริการที่จัดให้กับลูกค้าอาจไม่ครบตามที่ลูกค้าต้องการ เช่น บริษัทผู้รับชำระค่าสินค้าและบริการ สิ่งที่เป็นอุปสรรคเมื่อพัฒนาระบบขึ้นมาคือ ลูกค้าบางกลุ่มยังไม่คุ้นเคยและไม่เชื่อถือในระบบการทำธุรกรรมการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ฝ่ายการตลาดจำเป็นต้องหาแนวทางในการส่งเสริมการตลาดให้กับกลุ่มลูกค้าให้ได้มากที่สุด

2.8 ปัญหาที่พบย่อยจากการนำระบบมาใช้ในธนาคารพบว่า ในเรื่องของการแจ้งที่อยู่ของลูกค้าบางรายยังไม่ชัดเจน จึงทำให้มีปัญหาในเรื่องของการแจ้งรหัสผ่านในการทำธุรกรรมลูกค้าไม่ได้รับรหัสผ่าน หรือได้รับรหัสผ่านล่าช้า ด้านความเข้าใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการในลูกค้าบางรายที่ไม่มีความเข้าใจที่เพียงพอทำให้ไม่สนใจที่จะใช้บริการต่อ จึงทำให้เป็นเพียงการสมัครบริการไว้แต่ไม่มีการใช้บริการหรือใช้ไม่ต่อเนื่อง เรียกกลุ่มนี้ว่าบัญชีชื่อ (Account) ซึ่งอาจมีจำนวนมาก และมีจำนวนเปอร์เซ็นต์น้อยที่เป็นลูกค้าที่ใช้อย่างสม่ำเสมอ (Active Account) บางครั้งทิ้งช่วงการใช้บริการไปนาน ๆ เมื่อกลับมาใช้อีกก็มีปัญหาต้องทำความเข้าใจกันใหม่อีก ส่วนของการจัดรายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ ยังไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร เนื่องจากลูกค้ายังไม่เห็นความสำคัญ เนื่องจากการทำการตลาดอาจจะไม่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ทุกกลุ่ม เนื่องจากการสร้างการรับรู้ และความพร้อมต่อการรับรู้และใช้งานจากลูกค้า สิ่งสำคัญที่ทำให้เป็นอุปสรรคอย่างมากคือ ลูกค้าบางกลุ่มยังไม่เชื่อมั่นในระบบรักษาความปลอดภัย ฝ่ายการตลาดจึงจำเป็นต้องสร้างความเชื่อมั่นและความเข้าใจอันให้กับลูกค้ามากที่สุดเพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้มากขึ้น

2.9 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมพบว่า เน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มทำงานแล้วมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ เนื่องจากมีความเป็นไปได้มากที่จะเข้ามาใช้บริการบ่อยและทำธุรกรรมที่หลากหลาย สำหรับลูกค้าที่ไม่มีกรเข้ามาใช้บริการเป็นเวลานาน จึงต้องใช้วิธีกระตุ้นให้เข้ามาใช้บริการด้วยการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ลูกค้าจะสามารถรับรู้ได้มาก เช่น ผ่านทางเว็บไซต์ของธนาคารเอง ผ่านทางโปสเตอร์ที่ติดไว้ตามธนาคารสาขาต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาจากลูกค้าที่ใช้บริการระบบ Bualuang iBanking

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ใช้บริการระบบ Bualuang iBanking

1. เพศ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 และเพศหญิง มีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

| เพศ  | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------|------------|--------|
| ชาย  | 75         | 54.3   |
| หญิง | 63         | 45.7   |
| รวม  | 138        | 100.0  |

2. อายุ จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 25 - 35 ปี มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาคืออายุต่ำกว่า 25 ปี มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 กลุ่มอายุ 36 - 45 ปี มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และสุดท้ายคือ กลุ่มอายุ 46 ปีขึ้นไป มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

| อายุ (ปี)  | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------|------------|--------|
| ต่ำกว่า 25 | 31         | 22.5   |
| 25 - 35    | 77         | 55.8   |
| 36 - 45    | 20         | 14.5   |
| 46 ขึ้นไป  | 10         | 7.2    |
| รวม        | 138        | 100.0  |

3. ระดับการศึกษา จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3 รองลงมาเป็นระดับปริญญาโท มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 ส่วนผู้จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 (ตารางที่ 3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา    | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------|------------|--------|
| ปริญญาตรี        | 97         | 70.3   |
| ปริญญาโท         | 30         | 21.7   |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 9          | 6.5    |
| สูงกว่าปริญญาโท  | 2          | 1.4    |
| รวม              | 138        | 100.0  |

4. อาชีพ การศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมาประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 มีผู้ที่เป็นนักศึกษา มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 ส่วนผู้ที่ประกอบอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 ผู้ที่ประกอบอาชีพข้าราชการ มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 และที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ผู้ที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ ในที่นี้คือ รับสอนดนตรี มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ              | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------|------------|--------|
| พนักงานบริษัทเอกชน | 80         | 58.0   |
| ธุรกิจส่วนตัว      | 33         | 23.9   |
| นักศึกษา           | 15         | 10.9   |
| รัฐวิสาหกิจ        | 4          | 2.9    |
| ข้าราชการ          | 3          | 2.2    |
| รับจ้างทั่วไป      | 2          | 1.4    |
| อื่น ๆ             | 1          | 0.7    |
| รวม                | 138        | 100.0  |

5. รายได้ จากการศึกษพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 รองลงมาคือ 20,001 – 30,000 บาท มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 ผู้ที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 ผู้ที่มีรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 ผู้ที่มีรายได้ 40,001 - 50,001 บาท เอกสารนี้เป็นเอกสารทสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1 และผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 10 คนคิดเป็นร้อยละ 7.2 (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

| รายได้ต่อเดือน (บาท) | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------------|------------|--------|
| 10,000 - 20,000      | 42         | 30.4   |
| 20,001 - 30,000      | 30         | 21.7   |
| 30,001 - 40,000      | 21         | 15.2   |
| 50,000 ขึ้นไป        | 21         | 15.2   |
| 40,001 - 50,001      | 14         | 10.1   |
| ต่ำกว่า 10,000       | 10         | 7.2    |
| รวม                  | 138        | 100.0  |

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้และปัจจัยเชิงจิตที่ทำให้ลูกค้าใช้ระบบ Bualuang iBanking

6. แหล่งข้อมูลบริการระบบ Bualuang iBanking จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบแหล่งข้อมูลบริการจากพนักงานธนาคารแนะนำ มีจำนวน 78 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ จากเว็บไซต์ธนาคาร มีจำนวน 53 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 25.5 จากเอกสารแผ่นพับของธนาคาร มีจำนวน 36 คำตอบคิดเป็นร้อยละ 17.3 จากเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ จำนวน 27 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 13 จากหนังสือพิมพ์และการตั้งบูทแนะนำบริการมีจำนวนเท่ากันคือ 4 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.9 ส่วนจากโทรทัศน์และวิทยุมีจำนวนเท่ากันคือ 3 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.4 และจากสถานศึกษา ไม่มีผู้เลือกคำตอบ (ตารางที่ 6)

7. ระยะเวลาที่เป็นสมาชิกระบบ Bualuang iBanking จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นสมาชิกมาแล้ว 1 - 3 ปี มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 44.9 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 ปี มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 และมากกว่า 3 ปี มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 (ตารางที่ 7)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งข้อมูล

| แหล่งข้อมูลบริการระบบ   | จำนวน (คำตอบ) | ร้อยละ |
|-------------------------|---------------|--------|
| พนักงานธนาคารแนะนำ      | 78            | 37.5   |
| เว็บไซต์ธนาคาร          | 53            | 25.5   |
| เอกสารแผ่นพับของธนาคาร  | 36            | 17.3   |
| เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ | 27            | 13.0   |
| หนังสือพิมพ์            | 4             | 1.9    |
| บุทแนะนำบริการ          | 4             | 1.9    |
| โทรทัศน์                | 3             | 1.4    |
| วิทยุ                   | 3             | 1.4    |
| รวม                     | 138           | 100.0  |

หมายเหตุ เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 7 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาที่เป็นสมาชิก

| ระยะเวลาที่เป็นสมาชิก (ปี) | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------------------|------------|--------|
| 1 - 3                      | 62         | 44.9   |
| น้อยกว่า 1                 | 44         | 31.9   |
| มากกว่า 3                  | 32         | 23.2   |
| รวม                        | 138        | 100.0  |

8. ประเภทบัญชีที่ลงทะเบียนเพื่อใช้บริการผ่าน Bualuang iBanking จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีบัญชีเงินฝากสะสมทรัพย์ มีจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 56.4 รองลงมา คือ บัญชีบัตรเครดิต มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 บัญชีเงินฝากประจำ มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 ส่วนบัญชีเงินฝากกระแสรายวันและบัญชีกองทุนเปิดมีจำนวนเท่ากันคือ 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 บัญชีสินทรัพย์ทวี มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 และบัญชีสินเชื่อมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4 (ตารางที่ 8)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทบัญชี

| ประเภทบัญชี             | จำนวน (คำตอบ) | ร้อยละ |
|-------------------------|---------------|--------|
| บัญชีเงินฝากสะสมทรัพย์  | 137           | 56.4   |
| บัญชีบัตรเครดิต         | 42            | 17.3   |
| บัญชีเงินฝากประจำ       | 21            | 8.6    |
| บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน | 19            | 7.8    |
| บัญชีกองทุนเปิด         | 19            | 7.8    |
| บัญชีสินทรัพย์ทวิ       | 4             | 1.6    |
| บัญชีสินเชื่อ           | 1             | 0.4    |
| รวม                     | 243           | 100.0  |

หมายเหตุ เลือกลงได้มากกว่า 1 คำตอบ

9. **ธุรกรรมที่ใช้ใน Bualuang iBanking** จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผู้ใช้บริการตรวจสอบรายการบัญชี มีจำนวน 138 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 26.4 รองลงมาคือ โอนเงินระหว่างบัญชีธนาคารกรุงเทพของตนเอง มีจำนวน 87 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 16.7 โอนเงินไปยังบัญชีบุคคลอื่นในธนาคารกรุงเทพ มีจำนวน 69 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 13.2 โอนเงินไปยังบัญชีธนาคารอื่น มีจำนวน 35 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 7.7 ชำระค่าสินค้าและบริการ มีจำนวน 40 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 6.7 ธุรายการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ มีจำนวน 33 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 6.3 ชำระค่าบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ มีจำนวน 29 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 5.6 ขอใบแสดงรายการบัญชี มีจำนวน 22 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 4.2 บริการกองทุนรวม มีจำนวน 19 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 3.6 แลกของรางวัลบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ มีจำนวน 13 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 2.5 แก้ไขข้อมูลสมาชิก มีจำนวน 12 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 2.3 ติดต่อธนาคารผ่านบริการแบงก์แมล์ มีจำนวน 8 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.5 โอนเงินระหว่างประเทศ มีจำนวน 5 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1 เซ็คคีน-เซ็คคีนง่าย มีจำนวน 4 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.6 เซ็คคีน-เซ็คคีนฝาก มีจำนวน 3 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.8 อายัดสมุดคู่ฝากและยกเลิกบัญชีและบัตรเครดิตและบริการไอแบงก์กิ้งมีจำนวนเท่ากันคือ 2 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.4 และสุดท้ายอายัดเซ็ค มีจำนวน 1 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.2 (ตารางที่ 9)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 9 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามธุรกรรมที่ใช้บริการ

| ธุรกรรม                                      | จำนวน (คำตอบ) | ร้อยละ |
|--|---------------|--------|
| ตรวจสอบรายการบัญชี                           | 138           | 26.4   |
| โอนเงินระหว่างบัญชีธนาคารกรุงเทพของท่านเอง   | 87            | 16.7   |
| โอนเงินไปยังบัญชีบุคคลอื่นในธนาคารกรุงเทพ    | 69            | 13.2   |
| โอนเงินไปยังบัญชีธนาคารอื่น                  | 35            | 7.7    |
| ชำระค่าสินค้าและบริการ                       | 40            | 6.7    |
| ดูรายการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ   | 33            | 6.3    |
| ชำระค่าบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ               | 29            | 5.6    |
| ขอใบแสดงรายการบัญชี                          | 22            | 4.2    |
| บริการกองทุนรวม                              | 19            | 3.6    |
| แลกเปลี่ยนบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ            | 13            | 2.5    |
| แก้ไขข้อมูลสมาชิก                            | 12            | 2.3    |
| ติดต่อธนาคารผ่านบริการแชต                    | 8             | 1.5    |
| โอนเงินระหว่างประเทศ                         | 5             | 1.0    |
| เช็คคืน-เช็คส่งจ่าย                          | 4             | 0.6    |
| เช็คคืน-เช็คนำฝาก                            | 3             | 0.8    |
| อายุัดสมุดคู่ฝาก                             | 2             | 0.4    |
| ยกเลิกบัญชีและบัตรเครดิตและบริการไอแบงก์กิ้ง | 2             | 0.4    |
| อายุัดเช็ค                                   | 1             | 0.2    |
| รวม  | 522           | 100.0  |

หมายเหตุ เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

10. ช่วงเวลาที่ใช้บริการระบบ Bualuang iBanking จากการศึกษพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการในเวลา 18.01-21.00 น. มีจำนวน 57 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 24.3 เวลา 21.01-24.00 น. มีจำนวน 41 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 17.4 เวลา 13.01-15.00 น. มีจำนวน 35 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 14.9 เวลา 09.01-12.00 น. มีจำนวน 30 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 12.8 เวลา 15.01-18.00 น. มีจำนวน 29 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 12.3 เวลา 12.00-13.00 น. มีจำนวน 23 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.8 เวลา 06.00-09.00 น. มีจำนวน 14 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 6 และเวลา 00.01-06.00 น. มีจำนวน 6 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 2.6 (ตารางที่ 10)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 10 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลา

| ช่วงเวลา       | จำนวน (คำตอบ) | ร้อยละ |
|----------------|---------------|--------|
| 00.01-06.00 น. | 6             | 2.6    |
| 06.01-09.00 น. | 14            | 6.0    |
| 09.01-12.00 น. | 30            | 12.8   |
| 12.01-13.00 น. | 23            | 9.8    |
| 13.01-15.00 น. | 35            | 14.9   |
| 15.01-18.00 น. | 29            | 12.3   |
| 18.01-21.00 น. | 57            | 24.3   |
| 21.01-24.00 น. | 41            | 17.4   |
| รวม            | 235           | 100.0  |

หมายเหตุ เลือกลงได้มากกว่า 1 คำตอบ

11. ความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรมกับ Bualuang iBanking จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการระบบ Bualuang iBanking 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 68.1 รองลงมาคือ 3-4 ครั้ง มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 มากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 และ 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์ มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8 (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ที่ใช้

| ความถี่ที่ใช้ (ต่อสัปดาห์) | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------------------|------------|--------|
| 1-2 ครั้ง                  | 94         | 68.1   |
| 3-4 ครั้ง                  | 20         | 14.5   |
| มากกว่า 6 ครั้ง            | 13         | 9.4    |
| 5-6 ครั้ง                  | 11         | 8.0    |
| รวม                        | 138        | 100.0  |

12. ปัจจัยจูงใจที่ทำให้ใช้บริการระบบ Bualuang iBanking จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความสะดวก รวดเร็วในการทำธุรกรรม มีจำนวน 127 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 29.1 รองลงมาคือ ไม่จำกัดเวลาในการให้บริการ มีจำนวน 89 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ

20.4 ประหยัดค่าใช้จ่าย มีจำนวน 85 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.5 ความทันสมัย มีจำนวน 64 คำตอบ เอกสารเป็นเอกสารที่ส่งวันเวาสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอญูญาติให้เข้าไปไซ้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คิดเป็นร้อยละ 14.7 ความเป็นส่วนตัว เชื่อถือได้ มีจำนวน 44 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 10.1 และความปลอดภัยของบริการ มีจำนวน 27 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 6.2 (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยเชิงใจ

| ปัจจัยเชิงใจ                    | จำนวน (คำตอบ) | ร้อยละ |
|---------------------------------|---------------|--------|
| ความสะดวก รวดเร็วในการทำธุรกรรม | 127           | 29.1   |
| ไม่จำกัดเวลาในการให้บริการ      | 89            | 20.4   |
| ประหยัดค่าใช้จ่าย               | 85            | 19.5   |
| ความทันสมัย                     | 64            | 14.7   |
| มีความเป็นส่วนตัว เชื่อถือได้   | 44            | 10.1   |
| ความปลอดภัยของบริการ            | 27            | 6.2    |
| รวม                             | 436           | 100.0  |

หมายเหตุ เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

### ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อระบบ Bualuang iBanking

13. ลักษณะทั่วไปของบริการ Bualuang iBanking จากศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ความหลากหลายของบริการมีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี การแนะนำหรือให้ข้อมูลบริการของเจ้าหน้าที่สาขาอยู่ในระดับดี การช่วยเหลือจากฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์เมื่อเกิดปัญหาอยู่ในระดับดี ในด้านความปลอดภัยของบริการอยู่ในระดับดี มีความสะดวกในการสมัครสมาชิกอยู่ในระดับดี และระยะเวลาที่สามารถเริ่มใช้ได้หลังจากยื่นใบสมัครอยู่ในระดับปานกลาง (ตารางที่ 13)

14. ค่าธรรมเนียมจากการใช้งาน Bualuang iBanking จากศึกษาพบว่า การเก็บค่าธรรมเนียมบางรายการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการในรายการดังกล่าวมีความคิดเห็นว่า ในส่วนของการโอนเงินระหว่างบัญชีธนาคารกรุงเทพ (เจ้าของบัญชีเดียวกัน) ไม่คิดค่าธรรมเนียมอยู่ในระดับดีมาก บริการชำระภาษีกรมสรรพากร คิดค่าธรรมเนียม 15 บาท อยู่ในระดับดี บริการชำระค่าสาธารณูปโภค คิดค่าธรรมเนียม 10 บาท อยู่ในระดับดี บริการโอนเงินไปยังต่างประเทศ คิดค่าธรรมเนียม 300 บาทต่อรายการ อยู่ในระดับดี การขอใบแสดงรายการบัญชีย้อนหลังกรณีเงินฝากกระแสรายวัน ไม่คิดค่าธรรมเนียม (มีค่าจัดส่ง 15 บาท) อยู่ในระดับดี บริการโอนเงินไปยังบัญชีบุคคลอื่นต่างธนาคารแบบ T - Express โดยเงินเข้าบัญชีผู้รับทันที (จำนวนเงินไม่เกิน 20,000 บาท) คิดค่าธรรมเนียม 25 บาท อยู่ในระดับดี (ตารางที่ 14)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 13 ความถี่และร้อยละแยกตามลักษณะทั่วไปของบริการ Bualuang iBanking

n = 138

| รายการ  | ระดับผลตอบรับ |              |              |              |              | $\bar{X}$ | S.D.  | แปลผล   |
|---|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------|-------|---------|
|   | ปรับปรุง      | พอใช้        | ปานกลาง      | ดี           | ดีมาก        |           |       |         |
| - ความหลากหลายของบริการ                           | 23<br>(16.7)  | 80<br>(58.0) | 31<br>(22.5) | 2<br>(1.4)   | 2<br>(1.4)   | 3.87      | 0.753 | ดี      |
| - การแนะนำให้ข้อมูลบริการของเจ้าหน้าที่สาขา       | 1<br>(0.7)    | 7<br>(5.1)   | 38<br>(27.5) | 65<br>(47.1) | 27<br>(19.6) | 3.80      | 0.838 | ดี      |
| - การช่วยเหลือจากฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์เมื่อเกิดปัญหา | 1<br>(0.7)    | 8<br>(5.8)   | 41<br>(29.7) | 66<br>(47.8) | 22<br>(15.9) | 3.72      | 0.826 | ดี      |
| - ความปลอดภัยของบริการ                            | 1<br>(0.7)    | 13<br>(9.4)  | 35<br>(25.4) | 71<br>(51.4) | 18<br>(13.0) | 3.67      | 0.849 | ดี      |
| - ความสะดวกในการสมัครสมาชิก                       | 2<br>(1.4)    | 8<br>(5.8)   | 52<br>(37.7) | 62<br>(44.9) | 14<br>(10.1) | 3.57      | 0.810 | ดี      |
| - ระยะเวลาที่สามารถเริ่มใช้ได้หลังจากยื่นใบสมัคร  | 9<br>(6.5)    | 17<br>(12.3) | 48<br>(34.8) | 52<br>(37.7) | 12<br>(8.7)  | 3.30      | 1.014 | ปานกลาง |

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บคือค่าร้อยละ

ส่วนบริการโอนเงินไปยังบัญชีบุคคลอื่นภายในธนาคารกรุงเทพ (เขตเดียวกัน) คิดค่าธรรมเนียม 20 บาท อยู่ในระดับปานกลาง บริการโอนเงินภายในธนาคารกรุงเทพ เจ้าของบัญชีเดียวกัน (ข้ามเขต) คิดค่าธรรมเนียม 10,000 ละ 10 บาท อยู่ในระดับปานกลาง สามารถขอใบรายการแสดงบัญชีย้อนหลังบัญชีบัตรเครดิตกรณีย้อนหลังเกิน 3 เดือน คิดค่าธรรมเนียม 200 บาทต่อรอบบัญชี อยู่ในระดับปานกลาง บริการโอนเงินไปยังบัญชีบุคคลอื่นในธนาคารกรุงเทพ ข้ามเขต (จำนวนเงินไม่เกิน 20,000บาท) คิดค่าธรรมเนียม 20 บาท อยู่ในระดับปานกลาง บริการโอนเงินไปยังบัญชีบุคคลอื่นภายในธนาคารกรุงเทพ (ข้ามเขต) (จำนวนเงินเกิน 20,000 บาท) คิดค่าธรรมเนียม 20 บาท + 10,000 ละ 10 บาท อยู่ในระดับปานกลาง บริการโอนเงินไปยังบัญชีบุคคลอื่นต่างธนาคารแบบ T-Express เงินเข้าบัญชีผู้รับทันที จำนวนเงิน 20,000 - 50,000 บาท คิดค่าธรรมเนียม 35 บาท อยู่ในระดับปานกลาง บริการโอนเงินไปยังบัญชีบุคคลอื่นต่างธนาคารแบบ T-Priority โดยเงินเข้าบัญชีผู้รับภายในวันเดียวกันที่มีการโอน (จำนวนเงินไม่เกิน 100,000 บาท) จะคิดค่าธรรมเนียม 20 บาท อยู่ในระดับปานกลาง บริการโอนเงินไปยังบัญชีบุคคลอื่นต่างธนาคารแบบ T - Basic โดยเงินเข้าบัญชีผู้รับในวันถัดไป จำนวนเงินไม่เกิน 100,000 บาท คิดค่าธรรมเนียม 12 บาท อยู่ในระดับพอใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์บริการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้เผยแพร่ไปยังสื่ออื่นโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสารจะถือว่าผิดกฎหมาย และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และกรณีจำนวนเงินเกิน 100,000 - 500,000 บาท) คิดค่าธรรมเนียม 40 บาท อยู่ในระดับพอใช้ และ  
 สู้คดีค่าบริการโอนเงินไปยังบัญชีบุคคลอื่นต่างธนาคารแบบ T-Priority โดยเงินเข้าบัญชีผู้รับภายใน  
 วันเดียวกันที่มีการโอน (จำนวนเงินเกิน 100,000 - 500,000 บาท) คิดค่าธรรมเนียม 75 บาท อยู่ในระดับ  
 พอใช้ (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 ความถี่และร้อยละแยกตามค่าธรรมเนียมจากการใช้งาน Bualuang iBanking

n = 138

| รายการ   | ระดับผลตอบรับ |            |              |              |              |                     | S.D.      | แปล<br>ผล |             |
|--|---------------|------------|--------------|--------------|--------------|---------------------|-----------|-----------|-------------|
|  | ปรับปรุง      | พอใช้      | ปานกลาง      | ดี           | ดีมาก        | ไม่เคย<br>ใช้บริการ |           |           |             |
|  | 4             | 3          | 2            | 1            | 0            | 0                   | $\bar{X}$ |           |             |
| - โอนเงินระหว่างบัญชี<br>ของธนาคารกรุงเทพ<br>ไม่คิดค่าธรรมเนียม                      | 4<br>(2.9)    | 1<br>(0.7) | 3<br>(2.2)   | 20<br>(14.5) | 59<br>(42.8) | 51<br>(37.0)        | 4.48      | 0.975     | ดี<br>มาก   |
| - บริการชำระภาษีกรม<br>สรรพากร 15 บาท  | 0<br>(0.0)    | 0<br>(0.0) | 3<br>(2.2)   | 6<br>(4.3)   | 1<br>(0.7)   | 128<br>(92.8)       | 3.80      | 0.632     | ดี          |
| - บริการชำระภาษีกรม<br>สรรพากร 15 บ.   | 0<br>(0.0)    | 0<br>(0.0) | 3<br>(2.2)   | 6<br>(4.3)   | 1<br>(0.7)   | 128<br>(92.8)       | 3.80      | 0.632     | ดี          |
| - ชำระสาธารณูปโภค<br>10 บ.   | 0<br>(0.0)    | 3<br>(2.2) | 6<br>(4.3)   | 11<br>(8.0)  | 5<br>(3.6)   | 113<br>(81.9)       | 3.72      | 0.936     | ดี          |
| - บริการโอนเงินไป<br>ต่างประเทศ<br>300 บ.ต่อรายการ                                   | 0<br>(0.0)    | 0<br>(0.0) | 3<br>(2.2)   | 1<br>(0.7)   | 1<br>(0.7)   | 133<br>(96.4)       | 3.60      | 0.894     | ดี          |
| - ขอใบแสดงรายการ<br>บัญชีย้อนหลังกรณี<br>เงินฝากกระแสรายวัน<br>ฟรี (ค่าจัดส่ง15 บ.)  | 1<br>(0.7)    | 0<br>(0.0) | 4<br>(2.9)   | 4<br>(2.9)   | 4<br>(1.4)   | 127<br>(92.0)       | 3.55      | 1.128     | ดี          |
| - T-Express โอนเงิน<br>ไปยังบัญชีธนาคาร<br>อื่น(จำนวนเงินไม่เกิน<br>20,000 บ.) 25 บ. | 1<br>(0.7)    | 3<br>(2.2) | 10<br>(7.2)  | 11<br>(8.0)  | 4<br>(2.9)   | 109<br>(79.0)       | 3.48      | 0.986     | ดี          |
| - โอนเงินไปยังบัญชี<br>บุคคลอื่นภายใน<br>ธนาคารกรุงเทพ (เขต<br>เดียวกัน) 20 บ.       | 6<br>(4.3)    | 2<br>(1.4) | 29<br>(21.0) | 30<br>(21.7) | 5<br>(3.6)   | 66<br>(47.8)        | 3.36      | 0.969     | ปาน<br>กลาง |

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 14 (ต่อ)

n = 138

| รายการ   | ระดับผลตอบรับ |            |              |              |            |                 | $\bar{X}$ | S.D.  | แปลผล       |
|--|---------------|------------|--------------|--------------|------------|-----------------|-----------|-------|-------------|
|  | ปรับปรุง      | พอใช้      | ปานกลาง      | ดี           | ดีมาก      | ไม่เคยใช้บริการ |           |       |             |
| - โอนเงินในธนาคาร<br>กรุงเทพเจ้าของบัญชี<br>เดียวกันข้ามเขต<br>10,000 ละ 10 บ.                           | 4<br>(2.9)    | 2<br>(1.4) | 23<br>(16.7) | 16<br>(11.6) | 4<br>(2.9) | 89<br>(64.5)    | 3.29      | 0.979 | ปาน<br>กลาง |
| - ขอใบแสดงบัญชีย้อน<br>หลังบัญชีบัตรเครดิต<br>ย้อนหลัง 200 บ. ต่อ<br>รอบบัญชี                            | 2<br>(1.4)    | 2<br>(1.4) | 10<br>(7.2)  | 6<br>(4.3)   | 3<br>(2.2) | 115<br>(83.3)   | 3.26      | 1.096 | ปาน<br>กลาง |
| - โอนเงินไปยังบัญชี<br>บุคคลอื่นในธนาคาร<br>กรุงเทพข้ามเขตไม่<br>เกิน 20,000 บ. 20 บ.                    | 5<br>(3.6)    | 3<br>(2.2) | 23<br>(16.7) | 15<br>(10.9) | 4<br>(2.9) | 88<br>(63.8)    | 3.20      | 1.030 | ปาน<br>กลาง |
| - โอนเงินไปบัญชีอื่น<br>ในธนาคาร กรุงเทพ<br>ข้ามเขต (จำนวน<br>เงินเกิน 20,000บ.)<br>20บ.+10,000 ละ 10 บ. | 2<br>(1.4)    | 3<br>(2.2) | 13<br>(9.4)  | 10<br>(7.2)  | 1<br>(0.7) | 109<br>(79.0)   | 3.17      | 0.928 | ปาน<br>กลาง |
| - T-Express โอนเงิน<br>ไปยังบัญชีธนาคาร<br>อื่น ( จำนวนเกิน<br>20,000-50,000 บ.)<br>คิด 35 บ.            | 1<br>(0.7)    | 6<br>(4.3) | 7<br>(5.1)   | 8<br>(5.8)   | 1<br>(0.7) | 115<br>(83.3)   | 3.09      | 0.996 | ปาน<br>กลาง |
| - T-Priority โอนเงิน<br>ไปยังบัญชีธนาคารอื่น<br>( จำนวนเงินไม่เกิน<br>100,000 บ. ) 20 บ.                 | 2<br>(1.4)    | 2<br>(1.4) | 6<br>(4.3)   | 2<br>(1.4)   | 0<br>(0.0) | 126<br>(91.3)   | 2.67      | 0.985 | ปาน<br>กลาง |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 14 (ต่อ)

n = 138

| รายการ  | ระดับผลตอบรับ |            |            |            |            |                     | S.D. | แปลผล |       |
|---|---------------|------------|------------|------------|------------|---------------------|------|-------|-------|
|   | ปรับปรุง      | พอใช้      | ปานกลาง    | ดี         | ดีมาก      | ไม่เลย<br>ใช้บริการ |      |       |       |
| - T-Basic โอนเงินไป<br>ยังบัญชีธนาคารอื่น<br>จำนวนเงินไม่เกิน<br>100,000บ.12 บ.               | 2<br>(1.4)    | 2<br>(1.4) | 4<br>(2.9) | 2<br>(1.4) | 0<br>(0.0) | 128<br>(92.8)       | 2.60 | 1.075 | พอใช้ |
| - T-Basic โอนเงินไป<br>ยังบัญชีธนาคารอื่น<br>จำนวนเงินเกิน<br>100,000-500,000 บ.<br>คิด 40 บ. | 1<br>(0.7)    | 1<br>(0.7) | 4<br>(0.7) | 0<br>(0.0) | 0<br>(0.0) | 132<br>(95.7)       | 2.50 | 0.837 | พอใช้ |
| - T-Priority โอนเงิน<br>ไปบัญชีธนาคารอื่น<br>เกิน100,000-500,000<br>คิด 75 บ.                 | 2<br>(1.4)    | 4<br>(2.9) | 3<br>(2.2) | 1<br>(0.7) | 0<br>(0.0) | 128<br>(92.8)       | 2.30 | 0.949 | พอใช้ |

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บคือค่าร้อยละ

15. การส่งเสริมการตลาดของบริการ Bualuang iBanking จากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นว่า ควรมีการจัดรายการพิเศษอย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับดี รวมทั้งความน่าสนใจของบริการ Bualuang iBanking ผ่านโทรศัพท์มือถืออยู่ในระดับดี รวมทั้งการจัดโปรโมชั่นสำหรับการทำรายการ โอนเงินต่างธนาคารอยู่ในระดับดี การจัดโปรโมชั่นในการชำระค่าสินค้าและบริการอยู่ในระดับดี ความเหมาะสมในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อยู่ในระดับดี ความเหมาะสมการจัดกิจกรรมการตลาดออกบูทต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง และการจัดโปรโมชั่น สำหรับการทำรายการซื้อขายกองทุนรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ตารางที่ 15)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 15 ความถี่และร้อยละแยกตามการส่งเสริมการตลาดของบริการ Bualuang iBanking

n = 138

| รายการ  | ระดับผลตอบรับ |              |              |              |              | $\bar{X}$ | S.D.  | แปลผล   |
|---|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------|-------|---------|
|   | ปรับปรุง      | พอใช้        | ปานกลาง      | ดี           | ดีมาก        |           |       |         |
| - ควรมีการจัดรายการพิเศษอย่างต่อเนื่อง                      | 4<br>(2.9)    | 7<br>(5.1)   | 34<br>(24.6) | 55<br>(39.9) | 38<br>(27.5) | 3.84      | 0.983 | ดี      |
| - ความน่าสนใจใช้บริการ Bualuang iBanking ผ่านโทรศัพท์มือถือ | 4<br>(2.9)    | 18<br>(13.0) | 35<br>(25.4) | 55<br>(39.9) | 26<br>(18.8) | 3.59      | 1.030 | ดี      |
| - การจัดโปรโมชั่นสำหรับการทำรายการโอนเงินต่างธนาคาร         | 3<br>(2.2)    | 10<br>(7.2)  | 57<br>(41.3) | 49<br>(35.5) | 19<br>(13.8) | 3.51      | 0.898 | ดี      |
| - การจัดโปรโมชั่นสำหรับการทำรายการชำระค่าสินค้าและบริการ    | 2<br>(1.4)    | 10<br>(7.2)  | 61<br>(44.2) | 49<br>(35.5) | 16<br>(11.6) | 3.49      | 0.848 | ดี      |
| - ความเหมาะสมในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ           | 1<br>(0.7)    | 14<br>(10.1) | 61<br>(44.2) | 47<br>(34.1) | 15<br>(10.9) | 3.44      | 0.846 | ดี      |
| - ความเหมาะสมในการจัดกิจกรรมการตลาดออกนอกบูธ                | 2<br>(1.4)    | 18<br>(13.0) | 62<br>(44.9) | 43<br>(31.2) | 13<br>(9.4)  | 3.34      | 0.875 | ปานกลาง |
| - การจัดโปรโมชั่นสำหรับการซื้อขายกองทุนรวม                  | 2<br>(1.4)    | 18<br>(13.0) | 66<br>(47.8) | 42<br>(30.4) | 10<br>(7.2)  | 3.29      | 0.839 | ปานกลาง |

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บคือค่าร้อยละ

16. ขั้นตอนการทำรายการของบริการ Bualuang iBanking จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ด้านความถูกต้องของการทำรายการอยู่ในระดับดี คำอธิบายขั้นตอนการทำรายการต่างๆ เข้าใจง่ายอยู่ในระดับดี ความเหมาะสมของเวลาในการโต้ตอบการทำรายการแต่ละครั้งอยู่ในระดับดี และความสวยงามของหน้าจอการทำรายการอยู่ในระดับดี (ตารางที่ 16)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 16 ความถี่และร้อยละแยกตามขั้นตอนการทำรายการของบริการ Bualuang iBanking

n = 138

| รายการ   | ระดับผลตอบรับ |             |              |              |              | $\bar{X}$ | S.D.  | แปลผล |
|--|---------------|-------------|--------------|--------------|--------------|-----------|-------|-------|
|  | ปรับปรุง      | พอใช้       | ปานกลาง      | ดี           | ดีมาก        |           |       |       |
| - ความถูกต้องของการทำรายการ                          | 0<br>(0.0)    | 1<br>(0.7)  | 36<br>(26.1) | 79<br>(57.2) | 22<br>(15.9) | 3.88      | 0.663 | ดี    |
| - คำอธิบายขั้นตอนการทำรายการต่าง ๆ เข้าใจง่าย        | 1<br>(0.7)    | 6<br>(4.3)  | 45<br>(32.6) | 66<br>(47.8) | 20<br>(14.5) | 3.71      | 0.794 | ดี    |
| - ความเหมาะสมของเวลาในการได้ตอบการทำรายการแต่ละครั้ง | 1<br>(0.7)    | 3<br>(2.2)  | 51<br>(37.0) | 68<br>(49.3) | 15<br>(10.9) | 3.67      | 0.727 | ดี    |
| - ความสวยงามของหน้าจอที่ทำรายการ                     | 1<br>(0.7)    | 10<br>(7.2) | 51<br>(37.0) | 56<br>(40.6) | 20<br>(14.5) | 3.61      | 0.850 | ดี    |

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

17. การตรวจสอบ ติดตามผลของบริการ Bualuang iBanking จากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นว่า ในส่วนของข้อมูลในบริการพิมพ์เอกสารยืนยันหลังการทำธุรกรรมมีความถูกต้องเหมาะสมอยู่ในระดับดี และความสะดวกในการติดต่อสอบถามรายละเอียดต่างๆ ของการทำธุรกรรมผ่านทางบริการ Bank Mail หรือ Call center อยู่ในระดับดี ( ตารางที่ 17 )

ตารางที่ 17 ความถี่และร้อยละแยกตามการตรวจสอบ ติดตามผลของบริการ Bualuang iBanking

n = 138

| รายการ  | ระดับผลตอบรับ |             |              |              |              | $\bar{X}$ | S.D.  | แปลผล |
|---|---------------|-------------|--------------|--------------|--------------|-----------|-------|-------|
|   | ปรับปรุง      | พอใช้       | ปานกลาง      | ดี           | ดีมาก        |           |       |       |
| - ข้อมูลบริการพิมพ์เอกสารยืนยันหลังการทำธุรกรรมมีความถูกต้อง                          | 1<br>(0.7)    | 7<br>(5.1)  | 40<br>(29.0) | 68<br>(49.3) | 22<br>(15.9) | 3.75      | 0.811 | ดี    |
| - ความสะดวกในการติดต่อสอบถามรายละเอียดของธุรกรรมผ่านบริการ Bank Mail หรือ call center | 4<br>(2.9)    | 13<br>(9.4) | 47<br>(34.1) | 50<br>(36.2) | 24<br>(17.4) | 3.56      | 0.982 | ดี    |

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ เอกสารยืนยันการทำธุรกรรมที่ส่งมายังระบบสารสนเทศของธนาคารเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สนใจ

18. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยอาศัยวิธีการทางสถิติ Chi-Square พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการ Bualuang iBanking ด้านความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยเชิงใจด้านความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรมของผู้ใช้บริการ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 อาจแสดงให้เห็นว่าจำนวนความถี่ที่ใช้บริการต่อสัปดาห์ของผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความสะดวกรวดเร็ว ในการทำธุรกรรมไม่แตกต่างกัน (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 พฤติกรรมการใช้บริการ Bualuang iBanking ด้านความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรมจำแนกตามปัจจัยเชิงใจด้านความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรม

| ความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรม | ความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรม (ต่อสัปดาห์) |           |           |                 | รวม   | ร้อยละ |
|--------------------------------|---|-----------|-----------|-----------------|-------|--------|
|                                | 1-2 ครั้ง                               | 3-4 ครั้ง | 5-6 ครั้ง | มากกว่า 6 ครั้ง |       |        |
| เลือก                          | 85                                      | 19        | 10        | 13              | 127   | 92.0   |
| ไม่เลือก                       | 9                                       | 1         | 1         | 0               | 11    | 8.0    |
| รวม                            | 94                                      | 20        | 11        | 13              | 138   | 100.0  |
| ร้อยละ                         | 61.1                                    | 14.5      | 8.0       | 9.4             | 100.0 |        |

$$\chi^2 = 0.634, df = 3$$

19. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยอาศัยวิธีการทางสถิติ Chi-Square พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการ Bualuang iBanking ด้านความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรมมีความสัมพันธ์กับปัจจัยเชิงใจด้านความประหยัดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมของผู้ใช้บริการ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 อาจแสดงให้เห็นว่าจำนวนความถี่ที่ใช้บริการต่อสัปดาห์ให้ความสำคัญกับความประหยัดค่าใช้จ่ายแตกต่างกัน (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 พฤติกรรมการใช้บริการ Bualuang iBanking ด้านความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรมจำแนกตามปัจจัยเชิงใจด้านความประหยัดค่าใช้จ่าย

| ความประหยัดค่าใช้จ่าย | ความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรม (ต่อสัปดาห์) |           |           |                 | รวม   | ร้อยละ |
|-----------------------|---|-----------|-----------|-----------------|-------|--------|
|                       | 1-2 ครั้ง                               | 3-4 ครั้ง | 5-6 ครั้ง | มากกว่า 6 ครั้ง |       |        |
| เลือก                 | 49                                      | 16        | 10        | 10              | 85    | 61.6   |
| ไม่เลือก              | 45                                      | 4         | 1         | 3               | 53    | 38.4   |
| รวม                   | 94                                      | 20        | 11        | 13              | 138   | 100.0  |
| ร้อยละ                | 68.1                                    | 14.5      | 8.0       | 9.4             | 100.0 |        |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ใหม่เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

20. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยอาศัยวิธีการทางสถิติ Chi-Square พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการ Bualuang iBanking ด้านความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยเชิงใจด้านไม่จำกัดเวลาในการให้บริการทำธุรกรรมของผู้ใช้บริการ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 อาจแสดงให้เห็นว่า จำนวนความถี่ที่ใช้บริการต่อสัปดาห์ของผู้ใช้บริการ ให้ความสำคัญกับความไม่จำกัดเวลาในการให้บริการทำธุรกรรมไม่แตกต่างกัน (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 พฤติกรรมการใช้บริการ Bualuang iBanking ด้านความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรมจำแนกตามปัจจัยเชิงใจด้านไม่จำกัดเวลาในการให้บริการ

| ไม่จำกัดเวลาในการให้บริการ | ความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรม (ต่อสัปดาห์) |           |           |                 | รวม   | ร้อยละ |
|----------------------------|---|-----------|-----------|-----------------|-------|--------|
|                            | 1-2 ครั้ง                               | 3-4 ครั้ง | 5-6 ครั้ง | มากกว่า 6 ครั้ง |       |        |
| เลือก                      | 55                                      | 16        | 8         | 10              | 89    | 64.5   |
| ไม่เลือก                   | 39                                      | 4         | 3         | 3               | 59    | 35.5   |
| รวม                        | 94                                      | 20        | 11        | 13              | 138   | 100.0  |
| ร้อยละ                     | 68.1                                    | 14.5      | 8.0       | 9.4             | 100.0 |        |

$$\chi^2 = 0.189, df = 3$$

21. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยอาศัยวิธีการทางสถิติ Chi-Square พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการ Bualuang iBanking ด้านความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยเชิงใจด้านความเป็นส่วนตัวเชื่อถือได้ในการทำธุรกรรมของผู้ใช้บริการ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 อาจแสดงให้เห็นว่า จำนวนความถี่ที่ใช้บริการต่อสัปดาห์ของผู้ใช้บริการ ให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวเชื่อถือได้ในการทำธุรกรรมไม่แตกต่างกัน (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 21 พฤติกรรมการใช้บริการ Bualuang iBanking ด้านความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรมจำแนกตามปัจจัยเชิงใจด้านความเป็นส่วนตัวเชื่อถือได้

| ความเป็นส่วนตัวเชื่อถือได้ | ความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรม (ต่อสัปดาห์) |           |           |                 | รวม   | ร้อยละ |
|----------------------------|---|-----------|-----------|-----------------|-------|--------|
|                            | 1-2 ครั้ง                               | 3-4 ครั้ง | 5-6 ครั้ง | มากกว่า 6 ครั้ง |       |        |
| เลือก                      | 30                                      | 7         | 3         | 4               | 44    | 31.9   |
| ไม่เลือก                   | 64                                      | 13        | 8         | 9               | 94    | 68.1   |
| รวม                        | 94                                      | 20        | 11        | 13              | 138   | 100.0  |
| ร้อยละ                     | 68.1                                    | 14.5      | 8.0       | 9.4             | 100.0 |        |

$$\chi^2 = 0.977, df = 3$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

22. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยอาศัยวิธีการทางสถิติ Chi-Square พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการ Bualuang iBanking ด้านความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยเชิงจิตด้านความปลอดภัยในการทำธุรกรรมของผู้ใช้บริการ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 อาจแสดงให้เห็นว่า จำนวนความถี่ที่ใช้บริการต่อสัปดาห์ของผู้ใช้บริการ ให้ความสำคัญกับความความปลอดภัยในการให้บริการทำธุรกรรมไม่แตกต่างกัน (ตารางที่ 22)

ตารางที่ 22 พฤติกรรมการใช้บริการ Bualuang iBanking ด้านความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรมจำแนกตามปัจจัยเชิงจิตด้านความปลอดภัยของบริการ

| ความปลอดภัยของบริการ | ความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรม (ต่อสัปดาห์) |           |           |                 | รวม   | ร้อยละ |
|----------------------|---|-----------|-----------|-----------------|-------|--------|
|                      | 1-2 ครั้ง                               | 3-4 ครั้ง | 5-6 ครั้ง | มากกว่า 6 ครั้ง |       |        |
| เลือก                | 15                                      | 4         | 4         | 4               | 27    | 19.6   |
| ไม่เลือก             | 79                                      | 16        | 7         | 9               | 111   | 80.4   |
| รวม                  | 94                                      | 20        | 11        | 13              | 138   | 100.0  |
| ร้อยละ               | 68.1                                    | 14.5      | 8.0       | 9.4             | 100.0 |        |

$$\chi^2 = 0.285, df = 3$$

23. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยอาศัยวิธีการทางสถิติ Chi-Square พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการ Bualuang iBanking ด้านความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยเชิงจิตด้านความทันสมัยของบริการ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 อาจแสดงให้เห็นว่า จำนวนความถี่ที่ใช้บริการต่อสัปดาห์ของผู้ใช้บริการ ให้ความสำคัญกับความทันสมัยของบริการไม่แตกต่างกัน (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 23 พฤติกรรมการใช้บริการ Bualuang iBanking ด้านความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรมจำแนกตามปัจจัยเชิงจิตด้านความทันสมัย

| ความทันสมัย | ความถี่ที่ใช้บริการธุรกรรม (ต่อสัปดาห์) |           |           |                 | รวม   | ร้อยละ |
|-------------|---|-----------|-----------|-----------------|-------|--------|
|             | 1-2 ครั้ง                               | 3-4 ครั้ง | 5-6 ครั้ง | มากกว่า 6 ครั้ง |       |        |
| เลือก       | 45                                      | 8         | 5         | 6               | 64    | 46.4   |
| ไม่เลือก    | 49                                      | 12        | 6         | 7               | 74    | 53.6   |
| รวม         | 94                                      | 20        | 11        | 13              | 138   | 100.0  |
| ร้อยละ      | 68.1                                    | 14.5      | 8.0       | 9.4             | 100.0 |        |

$$\chi^2 = 0.937, df = 3$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การประเมินผลโครงการระบบ Bualuang iBanking และผลตอบรับจากการนำระบบมาใช้ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการทำงานของระบบ Internet Banking ของธนาคารกรุงเทพ รวมทั้งประเมินผลโครงการระบบดังกล่าวจากผู้ดูแลระบบให้ทราบถึง จุดประสงค์ที่ชัดเจนและปัญหาอุปสรรค ตลอดจนศึกษาผลตอบรับจากการใช้ระบบของลูกค้า เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบให้ดียิ่งขึ้น โดยมีกลุ่มตัวอย่าง 138 คน ที่ใช้บริการระบบ Bualuang iBanking ของธนาคารกรุงเทพ สำนักงานใหญ่สีลม ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้

#### สรุป

ระบบ Bualuang iBanking ของธนาคารกรุงเทพ เป็นระบบที่ให้บริการทำธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ทำได้ทุกที่ ทุกเวลา เช่น สอบถามยอด คงเหลือ โอนเงิน ชำระค่าสาธารณูปโภค บริการเช็ค พิมพ์รายการเดินบัญชี ดูรายการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ช้อนหลัง เป็นต้น การศึกษาครั้งนี้ให้ผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการระบบ Bualuang iBanking ตอบแบบสอบถาม จำนวน 138 คน กับผู้ดูแลระบบใช้การสัมภาษณ์ เพื่อทราบถึงผลของการประเมินและผลตอบรับ รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคของระบบดังกล่าวข้างต้น โดยใช้แบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วนคือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ใช้บริการระบบ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้และปัจจัยเชิงใจ ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อระบบ และใช้แบบสัมภาษณ์กับผู้ดูแลระบบ ปัญหาและข้อเสนอแนะ ผลที่ได้จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูลเป็น 2 ส่วนคือ ข้อมูลจากแบบสอบถามผู้ให้บริการและข้อมูลจากผู้ดูแลระบบ สามารถสรุปผล ได้ดังนี้

1. ผู้ดูแลระบบ Bualuang iBanking ของธนาคารกรุงเทพ จากวัตถุประสงค์ในส่วนการประเมินผลโครงการระบบ Bualuang iBanking ผู้ศึกษาใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบงานฝ่ายผลิตภัณฑ์และช่องทางบริการซึ่งดูแลบริการ Bualuang iBanking โดยตรงและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์ สรุปผลเพื่อประเมินโครงการระบบ Bualuang iBanking พบว่า จากสภาพการณ์แข่งขันที่รุนแรงของธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ในปัจจุบัน การดำเนินธุรกิจธนาคารในปี 2552 จึงต้องมีการดูแลใกล้ชิดในทุก ๆ ด้าน โดยเฉพาะการเสริมสร้างให้มีความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มั่นคงแข็งแรง ถึงแม้ว่าธนาคารกรุงเทพจะมีฐานะทางการเงินที่มั่นคงและอยู่ในอันดับต้น ๆ มาโดยตลอด และมีฐานลูกค้ามากที่สุดในประเทศ แต่ยังคงพยายามลดต้นทุนการดำเนินงานและสร้างรายได้มากขึ้นพร้อม ๆ กับการควบคุมความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ เน้นการให้บริการตามความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ เพื่อสร้างฐานลูกค้าให้มากขึ้น และจากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจของธนาคารจึงมุ่งเน้นการสร้างความปลอดภัยด้านช่องทางบริการ ให้แก่ลูกค้าโดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยี เพื่อรักษาฐานลูกค้าให้มั่นคง และมุ่งเน้นเฉพาะธุรกิจที่ก่อให้เกิดผลกำไรอย่างแท้จริง

ในฐานะที่ธนาคารเป็นธุรกิจทางด้านบริการ จะต้องทราบว่าลูกค้าต้องการอะไร เน้นการให้บริการที่ดีที่สุด พร้อมกับพิจารณาต้นทุนการดำเนินการ รวมถึงการอำนวยความสะดวกสบายแก่ลูกค้า โดยการนำเอาระบบเทคโนโลยีมาใช้ในกลุ่มบริการ Internet Banking ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการตลาดบริการคือ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารเกิดความสะดวกและรวดเร็ว ธุรกิจการค้าที่มุ่งเน้นเฉพาะการขายสินค้าเพียงอย่างเดียว นั้นจะไม่สามารถเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงเพราะคุณภาพของการบริการได้แฝงเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ที่เจริญรุดหน้าไปอย่างรวดเร็ว จะช่วยเพิ่มความรุนแรงของตลาดบริการมากขึ้น ดังนั้นธุรกิจที่มีคุณภาพของการบริการที่เป็นเลิศเท่านั้นที่จะอยู่ได้ และสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงธุรกิจบริการนั้นเป็นงานที่ซับซ้อน หลากหลาย และมีความละเอียดอ่อน เพราะไม่เพียงแต่ผู้ประกอบการจะต้องมีสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพเท่านั้น แต่จะต้องสามารถเข้าถึง หรือสร้างการยอมรับให้เกิดการตัดสินใจซื้อบนความพอใจของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ หลักการและความสำคัญของการประเมินโครงการมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบผลลัพธ์ของการประเมิน วัตถุประสงค์โครงการ ความได้เปรียบทางด้านคู่แข่งทางการค้า ตัวบ่งชี้วัดความสำเร็จการดำเนินงาน จากผลการประเมินที่ผ่านมา ศึกษาประโยชน์ และข้อดีของโครงการ ตลอดจนข้อจำกัดและปัญหาที่เกิดขึ้นกับโครงการ เพื่อทราบว่าโครงการบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่ มีปัญหา อุปสรรคอย่างไร โดยจะสรุปการประเมินผลโครงการได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการ นำระบบ Bualuang iBanking มาใช้ในธนาคาร เพื่อลดภาระงานในส่วนเคาน์เตอร์บริการและลดปริมาณงานที่สาขา เพื่อขยายช่องทางบริการให้บริการแก่ลูกค้าให้สะดวกและง่ายยิ่งขึ้น เพื่อดึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้มากที่สุด โดยเฉพาะกลุ่มคนวัยทำงานและนักศึกษา ผลักดันให้ลูกค้าใช้ช่องทางธุรกรรมด้านอิเล็กทรอนิกส์ให้มากที่สุด และต้องการให้ลูกค้าสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรมทางการเงินมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการประเมินผลโครงการ ซึ่งเราควรรู้ถึงจุดประสงค์หลักของโครงการเพื่อสามารถประเมินได้อย่างชัดเจน เพราะการประเมินเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลโครงการ เป็นการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลประกอบการตัดสินใจในทุกขั้นตอนของการบริหาร โดยกรณีระบบ Bualuang iBanking จะประเมินเพื่อคุณผลลัพธ์ของวัตถุประสงค์โครงการว่า การปฏิบัติงานตามโครงการนั้นจะบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่เพียงใด

ในส่วนของความได้เปรียบทางด้านคู่แข่งทางการค้า นั้น ธนาคารกรุงเทพจะมีโครงสร้างและรูปแบบธนาคารทางอินเทอร์เน็ตที่ไม่แตกต่างกันมากนักกับธนาคารอื่น ๆ ที่ทำรูปแบบบริการเดียวกัน ดังนั้นตามแนวคิดการตลาดบริการในการบริการที่มีการแข่งขันสูงบางประเภทลูกค้าจะไม่รู้สึกรถึงความแตกต่างจึงจำเป็นที่จะต้องสร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการบริการเป็นส่วนเสริมที่ช่วยขยายคุณประโยชน์ของบริการหลัก ซึ่งอาจจะเป็นบริการส่วนเสริมที่ช่วยอำนวยความสะดวก หรือสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่ลูกค้า ดังเช่นความได้เปรียบในเรื่องของเทคนิคการโอน เช่น ผู้โอนได้รับเงินทันที หรือวันรุ่งขึ้น เป็นต้น การโอนเงินได้ถึง 33 ธนาคาร แต่เงินจะเข้าบัญชีในวันรุ่งขึ้น บริการเด่นอีกด้านคือ การโอนเงินไปบัญชีในต่างประเทศ สามารถเลือกโอนเงินตราต่างประเทศได้มากถึง 16 สกุลเงิน ไปได้ทุกที่ทั่วโลก มีสาขาต่างประเทศในภูมิภาคสำคัญทั่วโลก และให้บริการโอนเงินกับธนาคารพันธมิตรกว่า 1,500 แห่งทั่วโลก ธนาคาร จึงสามารถโอนเงินไปถึงที่หมายได้โดยตรงด้วยค่าบริการที่ต่ำกว่าธนาคารอื่น การมีพันธมิตร ทางธุรกิจอย่างหลากหลายก็เป็นจุดขายของธนาคารกรุงเทพ เช่น ร้านค้าที่ร่วมรายการชำระเงินมากกว่า 300 แห่ง จึงเป็นสิ่งกระตุ้นให้ลูกค้าสนใจบริการของธนาคารมากขึ้น ในส่วนของภาพลักษณ์คือ ธนาคารกรุงเทพจะมีภาพลักษณ์ของความเก่าแก่ แต่สามารถสร้างสรรค์เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่ทันสมัยเท่ากับคู่แข่ง โดยภาพรวมจะได้เปรียบในด้านบริการงานลดต้นทุนการมีรายได้เพิ่มขึ้นจากค่าธรรมเนียมการใช้บริการ

ในส่วนของตัวบ่งชี้วัดความสำเร็จการดำเนินโครงการ Bualuang iBanking คือ รายได้ ซึ่งสอดคล้องกับรายงานประจำปีของธนาคารที่สรุปให้เห็นว่ามีการทำธุรกรรมการเงินเพิ่มขึ้น ดังเช่นภาพรวมปี 2549 ปริมาณธุรกรรมผ่าน Bualuang iBanking เพิ่มขึ้นร้อยละ 49.2 โดยเฉพาะส่วนการโอนเงินและชำระค่าสินค้าและบริการ รวมถึงค่าธรรมเนียมต่าง ๆ และในปี 2547 จำนวนธุรกรรมโอนเงินผ่านบริการออนไลน์ของ Bualuang iBanking ในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 118 เทียบกับปีก่อนหน้า ซึ่งรายได้เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญของการดำเนินธุรกิจ ในปี 2550 ธนาคารและบริษัทย่อยมีรายได้ค่าธรรมเนียมและบริการ 16,693 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,010 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.5 เพิ่มขึ้นจากธุรกรรมหลักของธนาคาร เช่น ธุรกรรมด้านบริการบัตรเครดิตและบริการอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ตัวบ่งชี้วัดอีกด้านคือความคุ้มค่าจากการใช้ระบบ ก็จะต้องเกิดความคุ้มค่าจากการลงทุนและลดภาระงานอย่างแท้จริง และสิ่งที่สำคัญคือจำนวนผู้สมัครเข้าใช้บริการและใช้บริการธุรกรรมเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ รายงานประจำปีของธนาคารที่สรุปให้เห็นว่าในปี 2548 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำนวนลูกค้าเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้นถึงเกือบร้อยละ 40 จากปีก่อนหน้า แสดงถึงการใช้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดเกิดประสิทธิผล

เมื่อธนาคารกรุงเทพมีการนำระบบมาใช้ตั้งแต่ปี 2546 ได้ประเมินผลโครงการที่ผ่านมาแล้ว โดยสำรวจความพึงพอใจ 2 ปี ต่อ 1 ครั้ง แต่ก็ได้มีการพัฒนาระบบอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งตามแนวคิดการตลาดบริการ การวัดคุณภาพของการบริการนั้นต้องดูจากความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ จำเป็นที่จะต้องมีการประเมินผลการบริการมาช่วยเป็นเครื่องบ่งบอกถึงความพอใจของลูกค้า โดยธนาคารได้จัดทำแบบสอบถามผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตในปี 2550 เพื่อสำรวจความคิดเห็น และพฤติกรรมของลูกค้าผู้ใช้บริการ Bualuang iBanking สำหรับใช้เป็นข้อมูลพัฒนารูปแบบการให้บริการพบว่ามียอดลูกค้าจำนวนกว่า 6,000 ราย ได้ตอบแบบสอบถามโดยระบุว่า การให้บริการผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตนับเป็นสิ่งที่อยู่ในความสนใจ และมีอัตราการใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับยอดธุรกรรมที่เติบโตกว่าเท่าตัวในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ทั้งในเชิงปริมาณและมูลค่า ลูกค้าส่วนมีความพึงพอใจ และนิยมใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตติดต่อกันอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าที่เริ่มใช้บริการมาน้อยกว่า 2 ปี เพราะเป็นช่องทางในการติดต่อธนาคาร และทำธุรกรรมทางการเงินที่รวดเร็ว สะดวกสบาย

สำหรับบริการที่ลูกค้านิยมใช้เป็นประจำเดือนละหลายครั้ง ได้แก่ การตรวจสอบยอดเงินในบัญชี ตามด้วยบริการ โอนเงินระหว่างบัญชี และชำระค่าสินค้าหรือบริการ ลูกค้าของธนาคารมีความชื่นชอบในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตสูงเป็นอันดับสอง รองจากช่องทางเอทีเอ็ม ผลที่ได้จากการประเมินทำให้ทราบว่ามียอดลูกค้าที่สมัครใช้บริการเพิ่มมากขึ้น และมีลูกค้าสนใจให้ทำระบบต่อไปอีก ผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารคือกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ อีกทั้งยังมีความต้องการให้ธนาคารขยายบริการผ่านช่องทางใหม่ ๆ ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ตามแนวคิดการประเมินผลโครงการ บริการ Bualuang iBanking เป็นการประเมินเมื่อโครงการได้มีการนำไปดำเนินการใช้ระยะหนึ่ง หรือเป็นการประเมินในช่วงการดำเนินโครงการ ซึ่งการประเมินนี้เพื่อตรวจสอบและติดตามผลโครงการ ทั้งนี้โดยทำการประเมินเพื่อที่จะปรับปรุงส่วนต่าง ๆ ของโครงการ และดูสถานะแวดล้อมของโครงการ คือการพิจารณาเกี่ยวกับนโยบายทางการบริหารของผู้บริหารที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินการ เพื่อเสนอให้มีการสนับสนุนการดำเนินโครงการ และทรัพยากรสนับสนุนด้านอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินโครงการ โดยภาพรวมแล้วการนำระบบ Bualuang iBanking มาใช้ในธนาคารทำให้การทำงานของธนาคารในทุก ๆ ด้านดีขึ้นคือสามารถลดภาระงานในส่วนเคาน์เตอร์บริการ และสาขาได้มาก ช่วยลดต้นทุนในงานเอกสาร ลดเวลาในการทำงานแต่ละขั้นตอนให้เร็วขึ้น พนักงานมีเวลาดูแลลูกค้าที่เข้ามาในสาขามากขึ้น ซึ่งนอกจากจะทำให้การบริการมีความรวดเร็วขึ้น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แล้วยังสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายในแต่ละส่วนงานและทำให้ต้นทุนรวมลดลงด้วย สร้างผลกำไรจากเงินทุนที่มีอยู่ให้มากขึ้นได้ที่สำคัญ บริการ Bualuang iBanking ยังช่วยให้ฝ่ายบริหารของธนาคารกรุงเทพก้าวทันคู่แข่งด้วยการศึกษาทิศทางใหม่ ๆ ในการให้บริการ ต้องมีการคาดการณ์เกี่ยวกับตลาดและแนวโน้มธุรกิจการเงินควบคู่ไปด้วย

ในส่วนของข้อจำกัดของระบบคือความปลอดภัยในเรื่องการสมัครและใช้บริการธุรกรรมต่าง ๆ ด้านช่องทางการรับสมัครใช้บริการ ขั้นตอนการสมัครขอใช้บริการยังยุ่งยากและเสียเวลาสำหรับลูกค้าบางคน และยังไม่สามารถรองรับ Browser ได้ครบทุกแบบ รวมถึงด้านบริการที่จัดให้กับลูกค้าอาจยังไม่เข้าถึงทุกความต้องการของทุกคน เช่น ร้านค้าที่รับชำระเงิน ด้านปัญหาของระบบที่พบบ่อยคือลูกค้าบางกลุ่มยังไม่คุ้นเคยและเชื่อถือกับการทำธุรกรรมผ่านเครือข่าย ปัญหาการสมัครโดยไม่ตั้งใจ หรือสมัครไว้แล้วไม่ได้ใช้ เกิดปัญหามีจำนวนผู้สมัครเยอะ แต่ผู้ใช้บริการธุรกรรมเพียงบางส่วน ปัญหาลูกค้าลืมรหัสลับแรกเข้า รหัสประจำตัว ปัญหาการส่งรหัสลับล่าช้า เป็นต้น ส่วนใหญ่ปัญหาความปลอดภัยที่พบมักจะมีมาจากผู้ใช้งาน เช่น ใช้พาสเวิร์ดเหมือนกับที่ใช้กับเว็บอื่น ๆ หรือใช้งานแล้วลืม log-out ทำให้โดน phishing หรือถูกเข้าใช้งานโดยที่ผู้ใช้ไม่ทราบทำให้เกิดปัญหาลื่น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ได้จากการสัมภาษณ์ ต้องการกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มทำงานแล้วมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ สำหรับลูกค้าที่ไม่มีกรเข้ามาใช้บริการนาน ๆ ใช้วิธีกระตุ้นให้เข้ามาใช้บริการด้วยการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ลูกค้าจะสามารถรับรู้ได้มาก เช่น ผ่านทางเว็บไซต์ของธนาคารเอง ผ่านทางโปสเตอร์ที่ติดไว้ตามธนาคารสาขาต่าง ๆ

## 2. ลูกค้าที่ใช้บริการระบบ Bualuang iBanking ของธนาคารกรุงเทพ

2.1 ลูกค้าที่ใช้บริการระบบ Bualuang iBanking ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25 - 35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 10,000 - 20,000 บาทต่อเดือน

2.2 ลูกค้าที่ใช้บริการทราบเรื่องข้อมูลบริการระบบจากพนักงานของธนาคารเป็นผู้แนะนำ โดยลูกค้าที่ใช้บริการส่วนใหญ่นั้นเป็นสมาชิกมาแล้ว 1 - 3 ปี มีบัญชีเงินฝากสะสมทรัพย์และบัตรเครดิต ธุรกรรมส่วนใหญ่ที่ใช้ คือ การตรวจสอบรายการบัญชี (ร้อยละ 26.4) รองลงมาเป็นโอนเงินระหว่างบัญชีธนาคารกรุงเทพของตนเอง (ร้อยละ 16.7) ใช้บริการในช่วงเวลา 18.00 - 21.00 น. ประมาณสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง โดยมีปัจจัยที่จูงใจให้ใช้คือ ความสะดวก รวดเร็วในการทำธุรกรรม ไม่จำกัดเวลาในการให้บริการ ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย มีความทันสมัย มีความเป็นส่วนตัว เชื่อถือได้และสุดท้ายคือ ความปลอดภัยของบริการ (ร้อยละ 6.2) ซึ่งอาจมีความเชื่อในส่วนนี้น้อย

2.3 ลูกค้าที่ใช้บริการระบบ Bualuang iBanking มีความคิดเห็นในลักษณะทั่วไปของบริการอยู่ในระดับดี ได้แก่ ความหลากหลายของบริการ มีการแนะนำและให้ข้อมูลจากเจ้าหน้าที่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นุญาตให้นำไปโฆษณาการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สาขาเป็นอย่างดีเมื่อเกิดปัญหาจะมีฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์คอยให้ความช่วยเหลือในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการทำธุรกรรมได้ รวมทั้งมีความสะดวกในการสมัครบริการ แต่ระยะเวลาที่สามารถเริ่มใช้ได้หลังจากที่มีการยื่นใบสมัครนั้นอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งยังคงมีความล่าช้าอยู่บ้าง อาจเป็นผลมาจากการกรอกรายละเอียดที่อยู่ของลูกค้าไม่ชัดเจน

ในเรื่องการคิดค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมต่าง ๆ นั้น สอบถามเฉพาะลูกค้าที่เคยใช้บริการเท่านั้น โดยลูกค้าที่ใช้บริการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ บริการโอนเงินระหว่างบัญชีธนาคารกรุงเทพเจ้าของบัญชีเดียวกันมีผู้ใช้บริการมากที่สุด อยู่ในระดับดีมาก เนื่องจากการไม่มีการคิดค่าธรรมเนียม รองลงมาเป็นการโอนเงินไปยังบัญชีบุคคลอื่นภายในธนาคารกรุงเทพแบบเขตเดียวกัน บริการโอนเงินไปต่างประเทศ สามารถขอใบแสดงรายการบัญชีย้อนหลังได้ทั้งบัญชีกระแสรายวันและบัญชีบัตรเครดิต รวมไปถึงการโอนเงินแบบ T-Express ซึ่งเป็นการโอนเงินไปยังบัญชีธนาคารอื่น แบบเงินเข้าบัญชีผู้รับทันที อยู่ในระดับดี ส่วนการโอนเงินไปยังบัญชีบุคคลอื่นในธนาคารเดียวกัน การโอนเงินแบบ T-Priority ซึ่งเป็นการโอนเงินไปยังบัญชีธนาคารอื่นแบบเงินเข้าบัญชีผู้รับในวันเดียวกันที่มีการโอน อยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังมีการโอนเงินแบบ T-Basic ซึ่งเป็นการโอนเงินไปยังบัญชีธนาคารอื่นเช่นเดียวกัน แต่เป็นแบบเงินเข้าบัญชีผู้รับในวันเดียวกันที่มีการโอน อยู่ในระดับพอใช้ อาจเป็นเพราะมีค่าธรรมเนียม ที่ค่อนข้างสูง

ในเรื่องการส่งเสริมการตลาดลูกค้าที่ใช้บริการมีความคิดเห็นส่วนใหญ่ อยู่ในระดับดี ได้แก่ การจัดให้มีรายการพิเศษอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ยังมีความสนใจที่จะใช้บริการ Bualuang iBanking ผ่านโทรศัพท์มือถือด้วย ซึ่งมีบางรายที่ใช้บริการอยู่แล้ว และการจัดโปรโมชั่นสำหรับการทำรายการโอนเงินและการชำระค่าสินค้ามีความเหมาะสม ซึ่งลูกค้าที่ใช้บริการส่วนใหญ่ต่างก็เคยเข้าร่วมกิจกรรม มีเพียงการจัดกิจกรรมการออกบูทต่าง ๆ และการจัดโปรโมชั่นการซื้อขายกองทุนรวมเท่านั้นที่อยู่ในระดับพอใช้ อาจเป็นเพราะกิจกรรมดังกล่าวยังไม่มีความน่าสนใจมากเท่าที่ควร

ในเรื่องขั้นตอนการทำรายการระบบ Bualuang iBanking ลูกค้าที่ใช้บริการมีความคิดเห็นส่วนใหญ่อยู่ในระดับดีทั้งหมด ได้แก่ มีความถูกต้องของข้อมูล การสื่อสารสามารถเข้าใจได้ง่าย ในขณะที่ทำธุรกรรมมีการโต้ตอบของเวลาอย่างเหมาะสม ไม่นานจนเกินไป และมีหน้าจอการทำรายการมีความสวยงามดี

ในเรื่องการตรวจสอบและติดตามผลของระบบ Bualuang iBanking ลูกค้าที่ใช้บริการมีความคิดเห็นส่วนใหญ่อยู่ในระดับดีทั้งหมด ได้แก่ บริการพิมพ์เอกสารยืนยันหลังการทำธุรกรรมมีความถูกต้องเหมาะสม แต่อาจมีผู้ใช้บริการเป็นบางกรณีเท่านั้น และความสะดวกในของการติดต่อสอบถามผ่านบริการของ Bank Mail และ Call Center แต่ในส่วนของการ Bank Mail บางครั้งลูกค้าไม่คุ้นเคย เนื่องจากไม่ได้รับทราบผลในทันที

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 ความดีในการให้บริการระบบ Bualuang iBanking มีความสัมพันธ์กับปัจจัยเชิงจิต ด้านความประหยัดค่าใช้จ่ายอย่างมีนัยสำคัญคือ ผู้ที่มีความดีในการให้บริการน้อยจะให้ความสำคัญกับความประหยัดมาก ส่วนผู้ที่มีความดีในการให้บริการมากจะให้ความสำคัญกับความประหยัดน้อย แต่ความดีในการให้บริการกับปัจจัยเชิงจิตด้านความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรม การไม่จำกัดเวลาในการให้บริการ มีความเป็นส่วนตัว เชื่อถือได้ ความปลอดภัยของบริการ และมีความทันสมัย ไม่มีความสัมพันธ์กันในระดับนัยสำคัญคือ ไม่ว่าความดีในการให้บริการจะมากหรือน้อยต่างก็ให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าวแทบทั้งสิ้น

### ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะของลูกค้าที่ใช้บริการระบบ Bualuang iBanking คือ เมื่อต้องการเพิ่มเลขที่บัญชีใช้เวลานาน และเมื่อมีการเปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์ทำธุรกรรมได้ยาก ควรมีการจัดการระบบให้ใช้งานได้ง่ายขึ้น เมื่อทำธุรกรรมไม่ควรคิดค่าธรรมเนียมสำหรับการโอนเงินธนาคารเดียวกันในทุกเงื่อนไข นอกจากนี้ ยังใช้ระบบได้เฉพาะ Internet Explorer เท่านั้น ควรพัฒนา Application ให้สามารถรองรับเบราว์เซอร์อื่นได้ด้วย รวมทั้งอุปกรณ์อื่น ๆ เช่น PDA เป็นต้น ใช้เวลาในการอนุมัติหลังจากมีการยื่นใบสมัครใช้บริการนานเกินไป และในการส่งเอกสารแก้ไขใช้เวลานานเกินไปต้องลงลายมือชื่อหลายครั้ง

2. จากการศึกษาข้อเสนอแนะคือ โดยภาพรวมการประเมินแล้วการนำระบบ Bualuang iBanking มาใช้ในธนาคารทำให้การทำงานของทุกส่วนงานของธนาคารในทุกด้านดีขึ้น แต่ยังมีข้อจำกัดและปัญหาเพียงเล็กน้อย ที่ต้องเร่งแก้ไข เพื่อสร้างจุดแข็งให้กับบริการ การประเมินที่ได้คือ สามารถลดภาระงานในส่วนเคาน์เตอร์และสาขาบริการ ได้มาก พนักงานมีเวลาในการดูแลลูกค้าแต่ละคน และเป็นการสร้างสรรค์ด้านเทคโนโลยีและความทันสมัยให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด รวมทั้งเป็นการลดต้นทุนเพิ่มรายได้ให้กับธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับ Internet Banking คือ ลูกค้าในยุคสมัยใหม่ต้องการความสะดวกสบาย บริการ และคำแนะนำจากทุกสถานที่และตลอดเวลา จึงเกิดโซลูชันแบบทางไกลและเคลื่อนที่หรือผ่านทางเว็บ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เนื่องมาจากการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการระหว่างกันจะเพิ่มมากขึ้น จะเป็นการทำลายแนวทางการดำเนินธุรกรรมผ่านธนาคารแบบดั้งเดิม โดยที่ธนาคารจะต้องมีการปรับเปลี่ยน และพัฒนาบริการต่าง ๆ ของบริการ Bualuang iBanking อยู่เสมอ หรืออาจมีการจัดทำโครงการประเมินระบบอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาบริการต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับ

สมคิด (2542) ที่กล่าวว่า การประเมินผลเป็นกระบวนการที่ช่วยในการบริหารซึ่งผู้บริหารสามารถเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้ในการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเป็นการตรวจสอบความก้าวหน้าของโครงการ หรือแผนงาน

3. จากการศึกษาที่มีข้อเสนอแนะคือ ลูกค้าที่ใช้บริการระบบ Bualuang iBanking เป็นกลุ่มคนวัยทำงาน บริการที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นการตรวจสอบรายการบัญชีและการโอนเงินระหว่างบัญชี ส่วนความคิดเห็นต่อบริการส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลางถึงดี อาจเนื่องมาจากมีบริการบางอย่าง เช่น การคิดค่าธรรมเนียมจากการทำธุรกรรมหรือโปรโมชั่นต่าง ๆ ยังไม่น่าสนใจเท่าที่ควร เป็นต้น ดังนั้นควรมีการพัฒนาในด้านธุรกรรมให้ใช้ได้สะดวกกว่าเดิมและบริการต่าง ๆ ในระบบให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้ใช้ให้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุพรรณิ (2549) ที่กล่าวว่า กลุ่มลูกค้าเป็นวัยทำงาน บริการที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นการตรวจสอบรายการบัญชีและการโอนเงินระหว่างบัญชี สำหรับความพึงพอใจของบริการด้านต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลางถึงมาก คือ มีความต้องการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและตอบสนองความต้องการ ได้มากที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารoundต่อไป

ควรศึกษาเชิงเปรียบเทียบบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตกับธนาคารอื่น ๆ ที่ดำเนินธุรกิจเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ควรศึกษาเพื่อวิเคราะห์เกี่ยวกับผลตอบรับ และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในจังหวัดอื่นด้วย เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบกับผลการศึกษารoundนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2547. การใช้ SPSS for Window ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ :

สำนักพิมพ์บริษัทธรรมสาร จำกัด.

กิติพงษ์ อรุณีพัฒน์พงศ์. 2551. "Money Tech : ช่องทาง Internet Banking ประหยัดต้นทุน/เพิ่มรายได้" การเงินธนาคาร. 27(316), สิงหาคม : 111-112 .

กิติพงษ์ อรุณีพัฒน์พงศ์. 2551. "Money Tech : ความท้าทายทางเทคโนโลยีสำหรับธุรกิจบริการทางการเงิน" การเงินธนาคาร. 27(318), ตุลาคม : 131-132 .

กรมการพัฒนาชุมชน. 2541. แนวทางการพัฒนาจังหวัดประจำปี 2540. กรุงเทพฯ : ม.ป.ท.

แก้วตา จินดาวัฒน์. 2548. ความคิดเห็นในการเปิดบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารอาคารสงเคราะห์. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยพนธ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

นิตยา ชูโต. 2538. การประเมินโครงการ. กรุงเทพฯ : ซี เอ็น การพิมพ์.

ธนาคารกรุงเทพ. 2546. รายงานประจำปี 2546. กรุงเทพฯ : บริษัท ศรีวัฒนา อินเทอร์เน็ต จำกัด (มหาชน).

ธนาคารกรุงเทพ. 2547. รายงานประจำปี 2547. กรุงเทพฯ : บริษัท ศรีวัฒนา อินเทอร์เน็ต จำกัด (มหาชน).

ธนาคารกรุงเทพ. 2548. รายงานประจำปี 2548. กรุงเทพฯ : บริษัท ศรีวัฒนา อินเทอร์เน็ต จำกัด (มหาชน).

ธนาคารกรุงเทพ. 2549. รายงานประจำปี 2549. กรุงเทพฯ : บริษัท ศรีวัฒนา อินเทอร์เน็ต จำกัด (มหาชน).

ธนาคารกรุงเทพ. 2550. รายงานประจำปี 2550. กรุงเทพฯ : บริษัท ศรีวัฒนา อินเทอร์เน็ต จำกัด (มหาชน).

ยุทธ ไถยวรรณ. 2548. สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ. บริษัทพิมพ์ดี จำกัด.

รัตน์ะ บัวสนธ์. 2540. การประเมินผลโครงการ การวิจัยเชิงประเมิน. กรุงเทพฯ : บริษัทคอมแพคท์พรีนธ์ จำกัด.

วุฒิสาร ตันไชยและคณะ. 2546. รายงานผลการศึกษาเรื่องการให้ความช่วยเหลือแก่ชุมชนและหมู่บ้านในรูปแบบกองทุนเงินทุนหมุนเวียนและเงินอุดหนุนเพื่อพัฒนาอาชีพและส่งเสริมรายได้.

สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เศรษฐการ ศรีนวลเนตร. 2548. การวิเคราะห์ปัญหาที่มีผลต่อประสิทธิภาพการเติบโตของบริการ  
ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพ กรณีศึกษา บริการ SCB Easy Net ของธนาคาร  
ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สมคิด พรหมขัย. 2542. เทคนิคการประเมินโครงการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี : สำนักพิมพ์  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

สิริอร วสันต์สว่างวงศ์. 2545. การให้บริการธนาคารผ่านเครือข่าย INTERNET. นครปฐม :  
วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

สุพรรณิ คำสุข. 2549. พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต  
กรณีศึกษา : ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาโอโศก. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์.  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุวิมล ตีรภานันท์. 2548. การประเมินโครงการแนวทางสู่การปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ :  
สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Charles, O. J. 1977. **An Introduction to the Study of Public Management.** Massachusetts:  
Duxbury Press.

Samuel, P. H. 1983. **Management of Development Programme.** Geneva : International Labor  
Organization.

<http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/For+Personal/iBanking/Default.html>  
(1 กรกฎาคม 2551)

[http://202.183.190.2/dwnld/pworld/pw43/43\\_service\\_marketing.pdf](http://202.183.190.2/dwnld/pworld/pw43/43_service_marketing.pdf) (3 กรกฎาคม 2551)

<http://market.sskru.ac.th/uploads/File/lin1market.pdf> (3 กรกฎาคม 2551)

<http://www.school.net.th/library/createweb/10000/technology/10000-7253.html> (5 กรกฎาคม 2551)

[http://web.nkc.kku.ac.th/manit/document/962421/formulation\\_example.doc](http://web.nkc.kku.ac.th/manit/document/962421/formulation_example.doc) (28 กรกฎาคม 2551)

[http://www.bangkokbank.com/Bangkok+Bank+Thai/About+Bangkok+Bank/About+Us/Awards/  
default.htm](http://www.bangkokbank.com/Bangkok+Bank+Thai/About+Bangkok+Bank/About+Us/Awards/default.htm) (23 พฤศจิกายน 2551)

<http://www.ryt9.com/news/2005-09-16/3600408/> (23 พฤศจิกายน 2551)

<http://fms.vru.ac.th/research/vorapot/text/n9.pdf> (13 มกราคม 2552)

<http://www.geocities.com/xmba18/behavior/servicemkt.doc> (13 มกราคม 2552)

<http://www.gspa-sk-buu.net/theory/18.pdf> (13 มกราคม 2552)

<http://guru.google.co.th/guru/thread?tid=1cdf09bf0a2bea18> (13 มกราคม 2552)

<http://www.thaitelcom.com/pub2004/news.php?ID=00003079&Keyword=> (13 มกราคม 2552)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<http://www.bangkokbank.com/Bangkok+Bank+Thai/About+Bangkok+Bank/About+Us/BBL+Today/Structure.htm> (15 มกราคม 2552)

<http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/For+Personal/iBanking/Demo/1+Welcome.htm> (15 มกราคม 2552)

<http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/For+Personal/iBanking/Demo/2+MyAccounts.htm> (15 มกราคม 2552)

<http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/For+Personal/iBanking/Demo/2a+saving+account.htm> (15 มกราคม 2552)

<http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/For+Personal/iBanking/Demo/2b+Current+Account.htm> (15 มกราคม 2552)

<http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/For+Personal/iBanking/Demo/2c+Fixed+Account.htm> (15 มกราคม 2552)

<http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/For+Personal/iBanking/Demo/2d+Credit+Card.htm> (15 มกราคม 2552)

<http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/For+Personal/iBanking/Demo/2e+Bangkok+Loan.htm> (15 มกราคม 2552)

<http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/For+Personal/iBanking/Demo/3+Transfer.htm> (15 มกราคม 2552)

<http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/For+Personal/iBanking/Demo/4+Payments.htm> (15 มกราคม 2552)

<http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/For+Personal/iBanking/Demo/4b+Payment+Credit+Card.htm> (15 มกราคม 2552)

<http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/For+Personal/iBanking/Demo/4a+payment+details.htm> (15 มกราคม 2552)

<http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/For+Personal/iBanking/Demo/5+Services.htm> (15 มกราคม 2552)

<http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/For+Personal/iBanking/Demo/5a+Stop+Cheques.htm> (15 มกราคม 2552)

<http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/For+Personal/iBanking/Demo/5b+Bangkok+Statement+Request.htm> (15 มกราคม 2552)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/For+Personal/iBanking/>

Demo/6+Preferences.htm (15 มกราคม 2552)

<http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/For+Personal/iBanking/>

Demo/7+BankMail.htm (15 มกราคม 2552)

<http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/For+Personal/iBanking/>

Demo/8+Session+Summary.htm (15 มกราคม 2552)

<http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/For+Personal/iBanking/>

Demo/9+Help.htm (15 มกราคม 2552)

<http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/For+Personal/iBanking/>

Demo/International+Funds+Transfer.htm (15 มกราคม 2552)

<http://www.bangkokbank.com/Online+Banking+Thai/For+Personal/iBanking/>

Demo/10+Logoff.htm (15 มกราคม 2552)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาคผนวก ก

### แบบสอบถามสำหรับผู้ดูแลระบบเรื่อง

การประเมินผลโครงการระบบ Bualuang iBanking และผลตอบรับจากการนำระบบมาใช้ของ  
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการศึกษาวิจัยปัญหาพิเศษ จัดทำโดย นางสาวดารารัตน์ พบวงษ์ และนางสาวระวีวาร แยมสุคนธ์ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง คำตอบของท่านจะช่วยให้การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นไปด้วยความถูกต้อง และทำให้งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์กรให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป โปรดแสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะโดยเสรี คำตอบของท่านจะถือเป็นความลับเพื่อประโยชน์ในการวิจัยเท่านั้น

ผู้ศึกษา

1. หน้าที่ของท่านในการดูแลระบบ Bualuang iBanking มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

2. วัตถุประสงค์ของการนำระบบ Bualuang iBanking มาใช้ในธนาคาร คืออะไร

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่าจากการนำระบบ Bualuang iBanking มาใช้ในธนาคารช่วยสร้างความสำเร็จในด้านคู่แข่งทางการค้า ได้อย่างไร

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ธนาคารใช้อะไรเป็นตัวบ่งชี้วัดความสำเร็จการดำเนินงานที่มีการนำระบบ Bualuang iBanking มาใช้

.....  
.....  
.....

5. จากการดำเนินการนำระบบ Bualuang iBanking มาใช้ในธนาคารที่ผ่านมาทางธนาคารได้มีการประเมินผลบ้างหรือไม่ ถ้ามี ผลที่ได้เป็นอย่างไร

.....  
.....  
.....

6. โดยภาพรวมแล้วท่านคิดว่าการนำระบบ Bualuang iBanking มาใช้ในธนาคาร ทำให้การทำงานของธนาคารในทุกๆ ด้านดีขึ้นอย่างไร

.....  
.....  
.....

7. ท่านคิดว่าข้อจำกัดของการนำระบบ Bualuang iBanking มาใช้ในธนาคาร คืออะไร

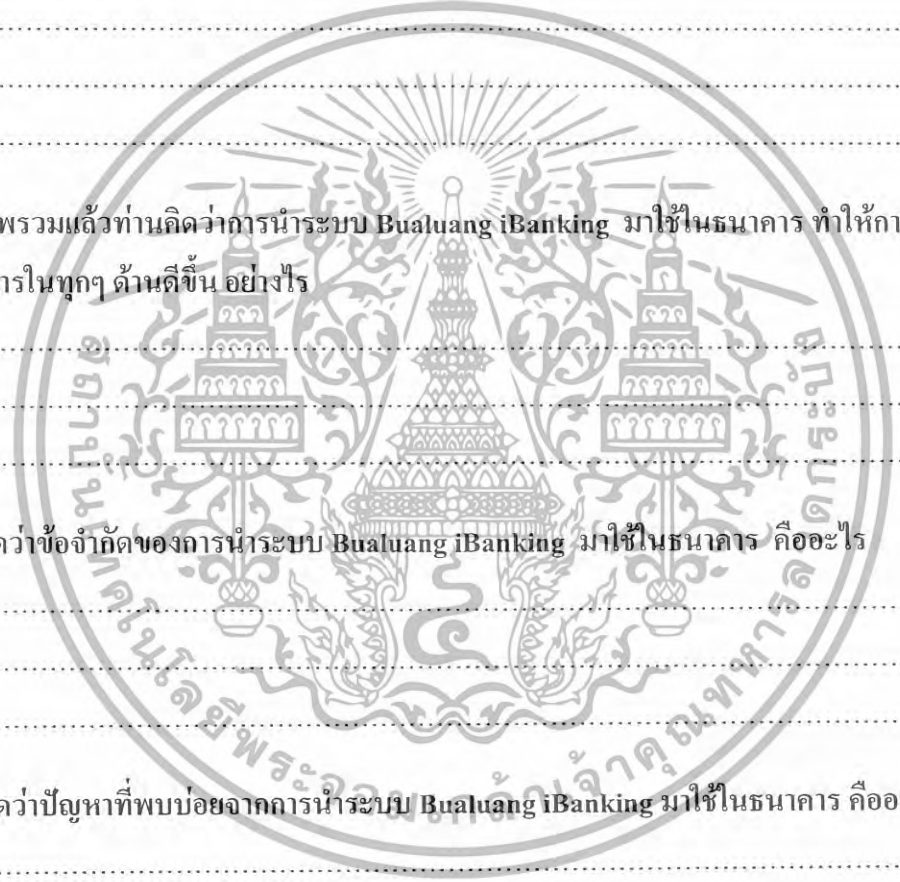
.....  
.....  
.....

8. ท่านคิดว่าปัญหาที่พบบ่อยจากการนำระบบ Bualuang iBanking มาใช้ในธนาคาร คืออะไร

.....  
.....  
.....

9. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....  
.....  
.....



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาคผนวก ข

### แบบสอบถามสำหรับลูกค้าที่ใช้ระบบเรื่อง

การประเมินผลโครงการระบบ Bualuang iBanking และผลตอบรับจากการนำระบบมาใช้ของ  
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการศึกษาวิจัยปัญหาพิเศษ จัดทำโดย นางสาวดารัตน์ พวงษ์ และนางสาวระวีวาร แยมสุคนธ์ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง คำตอบของท่านจะช่วยให้การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นไปด้วยความถูกต้อง และทำให้งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์กรให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป โปรดแสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะโดยเสรี คำตอบของท่านจะถือเป็นความลับเพื่อประโยชน์ในการวิจัยเท่านั้น

ผู้ศึกษา

#### ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

คำชี้แจง ทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ต้องการเลือก

##### 1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

##### 2. อายุ.....ปี

##### 3. ระดับการศึกษา

1) ต่ำกว่าปริญญาตรี

2) ปริญญาตรี

3) ปริญญาโท

4) สูงกว่าปริญญาโท

##### 4. อาชีพ

1) นักศึกษา

2) รับราชการ

3) รัฐวิสาหกิจ

4) พนักงานบริษัทเอกชน

5) ธุรกิจส่วนตัว

6) รับจ้างทั่วไป

7) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5. รายได้ต่อเดือน

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท  | <input type="checkbox"/> 2) 10,000 – 20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3) 20,001 – 30,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4) 30,001 – 40,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5) 40,001 – 50,000 บาท | <input type="checkbox"/> 6) 50,000 บาทขึ้นไป    |

**ตอนที่ 2** คำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้และปัจจัยจูงใจที่ทำให้ลูกค้าใช้ระบบ Bualuang iBanking

## 1. ท่านทราบข้อมูลบริการ Bualuang iBanking จากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) หนังสือพิมพ์              | <input type="checkbox"/> 2) โทรทัศน์              |
| <input type="checkbox"/> 3) วิทยุ                     | <input type="checkbox"/> 4) การตั้งบูทแนะนำบริการ |
| <input type="checkbox"/> 5) เอกสารแผ่นพับของธนาคาร    | <input type="checkbox"/> 6) พนักงานธนาคารแนะนำ    |
| <input type="checkbox"/> 7) เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ   | <input type="checkbox"/> 8) เว็บไซต์ธนาคาร        |
| <input type="checkbox"/> 9) สถานศึกษา (โปรดระบุ.....) |   |

## 2. ระยะเวลาที่ท่านเป็นสมาชิก Bualuang iBanking

- |   |                                      |
|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่า 1 ปี | <input type="checkbox"/> 2) 1 - 3 ปี |
| <input type="checkbox"/> 3) มากกว่า 3 ปี  |                                      |

## 3. ประเภทบัญชีที่ท่านลงทะเบียนเพื่อใช้บริการผ่าน Bualuang iBanking (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1) บัญชีเงินฝากสะสมทรัพย์ | <input type="checkbox"/> 2) บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน |
| <input type="checkbox"/> 3) บัญชีเงินฝากประจำ      | <input type="checkbox"/> 4) บัญชีบัตรเครดิต         |
| <input type="checkbox"/> 5) บัญชีสินเชื่อ          | <input type="checkbox"/> 6) บัญชีสินทรัพย์ทวี       |
| <input type="checkbox"/> 7) บัญชีกองทุนเปิด        |   |

## 4. ท่านเคยใช้บริการธุรกรรมใดบ้างใน Bualuang iBanking (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1) ตรวจสอบรายการบัญชี                           |  |
| <input type="checkbox"/> 2) โอนเงินภายในประเทศ                           |  |
| <input type="checkbox"/> 2.1) โอนเงินระหว่างบัญชีธนาคารกรุงเทพของท่านเอง |  |
| <input type="checkbox"/> 2.2) โอนเงินไปยังบัญชีบุคคลอื่นในธนาคารกรุงเทพ  |  |
| <input type="checkbox"/> 2.3) โอนเงินไปยังบัญชีธนาคารอื่น                |  |
| <input type="checkbox"/> 3) โอนเงินระหว่างประเทศ                         | <input type="checkbox"/> 4) ชำระค่าสินค้าและบริการ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5) ชำระค่าบัตรเครดิต

- 5.1) คู่มือการใช้ผ่านบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ
- 5.2) ชำระค่าบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ
- 5.3) แลกของรางวัลบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ
- 6) บริการกองทุนรวม
- 7) เช็คคืน-เช็คนำฝาก
- 8) เช็คคืน-เช็คส่งจ่าย
- 9) อายัดเช็ค
- 10) อายัดสมุดคู่มือฝาก
- 11) ขอใบแสดงรายการบัญชี
- 12) แก้ไขข้อมูลสมาชิก
- 13) ติดต่อธนาคารผ่านบริการแบงก์แมล์
- 14) ยกเลิกบัญชีและบัตรเครดิตและบริการไอแบงก์กิ้ง

## 5. ท่านใช้บริการ Bualuang iBanking ในช่วงเวลาใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) 00.01-06.00 น.
- 2) 06.00-09.00 น.
- 3) 09.01-12.00 น.
- 4) 12.00-13.00 น.
- 5) 13.01-15.00 น.
- 6) 15.01-18.00 น.
- 7) 18.01-21.00 น.
- 8) 21.01-24.00 น.

## 6. ความถี่ที่ท่านใช้บริการธุรกรรมกับ Bualuang iBanking โดยประมาณ

- 1) 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์
- 2) 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์
- 3) 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์
- 3) มากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์

## 7. ปัจจัยจูงใจที่ทำให้ท่านใช้ระบบ Bualuang iBanking (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ความสะดวก รวดเร็วในการทำธุรกรรม
- 2) ประหยัดค่าใช้จ่าย
- 3) ไม่จำกัดเวลาในการให้บริการ
- 4) มีความเป็นส่วนตัว เชื่อถือได้
- 5) ความปลอดภัยของบริการ
- 6) ความทันสมัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านความคิดเห็นที่มีต่อบริการ Bualuang iBanking

| ข้อที่    | บริการ   | ระดับความคิดเห็น |         |              |            |                  |
|-----------|--|------------------|---------|--------------|------------|------------------|
|           |  | ดีมาก<br>5       | ดี<br>4 | ปานกลาง<br>3 | พอใช้<br>2 | ควรปรับปรุง<br>1 |
| <b>1.</b> | <b>ลักษณะทั่วไป</b>  |                  |         |              |            |                  |
|           | 1.1 ความหลากหลายของบริการ  |                  |         |              |            |                  |
|           | 1.2 ความสะดวกในการสมัครสมาชิก  |                  |         |              |            |                  |
|           | 1.3 ระยะเวลาที่สามารถเริ่มใช้บริการได้<br>หลังจากยื่นใบสมัคร   |                  |         |              |            |                  |
|           | 1.4 การแนะนำหรือให้ข้อมูลบริการของ<br>เจ้าหน้าที่สาขา  |                  |         |              |            |                  |
|           | 1.5 ความปลอดภัยของบริการ   |                  |         |              |            |                  |
|           | 1.6 การช่วยเหลือจากฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์<br>การให้ข้อมูลคำปรึกษาเมื่อเกิดปัญหา  |                  |         |              |            |                  |
| <b>2.</b> | <b>ค่าธรรมเนียม (ตอบเฉพาะหัวข้อที่ท่านใช้บริการ)</b>   |                  |         |              |            |                  |
|           | 2.1 โอนเงินระหว่างบัญชีธนาคารกรุงเทพ<br>เจ้าของบัญชีเดียวกัน ไม่คิดค่าธรรมเนียม                                    |                  |         |              |            |                  |
|           | 2.2 โอนเงินไปยังบัญชีบุคคลอื่นในธนาคาร<br>กรุงเทพ (เขตเดียวกัน) คิด 20 บาท   |                  |         |              |            |                  |
|           | 2.3 การโอนเงินภายในธนาคารกรุงเทพ<br>เจ้าของบัญชีเดียวกัน(ข้ามเขต) คิด<br>10,000 ละ 10 บาท                          |                  |         |              |            |                  |
|           | 2.4 โอนเงินไปยังบัญชีบุคคลอื่นในธนาคาร<br>กรุงเทพ (ข้ามเขต) จำนวนเงินไม่เกิน<br>20,000 บาท คิด 20 บาท              |                  |         |              |            |                  |
|           | 2.5 โอนเงินไปยังบัญชีบุคคลอื่นในธนาคาร<br>กรุงเทพ (ข้ามเขต) จำนวนเงินเกิน<br>20,000 บาท) คิด 20 + 10,000 ละ 10 บาท |                  |         |              |            |                  |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อที่ | บริการ  | ระดับความคิดเห็น |         |              |            |                  |
|--------|---|------------------|---------|--------------|------------|------------------|
|        |   | ดีมาก<br>5       | ดี<br>4 | ปานกลาง<br>3 | พอใช้<br>2 | ควรปรับปรุง<br>1 |
| 2.6    | โอนเงินไปยังบัญชีธนาคารอื่น   |                  |         |              |            |                  |
| 2.6.1  | T-Express (เงินเข้าบัญชีผู้รับทันที)<br>- กรณีจำนวนเงินไม่เกิน 20,000 บาท<br>คิด 25 บาท                         |                  |         |              |            |                  |
|        | - กรณีจำนวนเงินเกิน 20,000-50,000 บาท<br>คิด 35 บาท   |                  |         |              |            |                  |
| 2.6.2  | T-Priority (เงินเข้าบัญชีผู้รับภายในวันเดียวกันที่มีการโอน)<br>- กรณีจำนวนเงินไม่เกิน 100,000 บาท<br>คิด 20 บาท |                  |         |              |            |                  |
|        | - กรณีจำนวนเงินเกิน 100,000 - 500,000 บาท<br>คิด 75 บาท   |                  |         |              |            |                  |
| 2.6.3  | T-Basic (เงินเข้าบัญชีผู้รับในวันถัดไป)<br>- กรณีจำนวนเงินไม่เกิน 100,000 บาท<br>คิด 12 บาท                     |                  |         |              |            |                  |
|        | - กรณีจำนวนเงินเกิน 100,000 - 500,000 บาท<br>คิด 40 บาท   |                  |         |              |            |                  |
| 2.7    | โอนเงินไปต่างประเทศ 300 บาท/รายการ  |                  |         |              |            |                  |
| 2.8    | บริการชำระภาษีกรมสรรพากร 15 บาท   |                  |         |              |            |                  |
| 2.9    | การชำระค่าสาธารณูปโภค 10 บาท  |                  |         |              |            |                  |
| 2.10   | ขอใบแสดงรายการบัญชีย้อนหลัง   |                  |         |              |            |                  |
| 2.10.1 | กรณีบัญชีเงินฝากกระแสรายวันไม่<br>คิดค่าธรรมเนียม(ค่าจัดส่ง 15 บาท)   |                  |         |              |            |                  |
| 2.10.2 | กรณีบัญชีบัตรเครดิตโดยแบบขอ<br>ย้อนหลังเกิน 3 เดือน<br>คิด 200 บาท  |                  |         |              |            |                  |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ **ต้องฉบับบัญชี** บริการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อที่ | บริการ  | ระดับความคิดเห็น |         |              |            |                  |
|--------|---|------------------|---------|--------------|------------|------------------|
|        |   | ดีมาก<br>5       | ดี<br>4 | ปานกลาง<br>3 | พอใช้<br>2 | ควรปรับปรุง<br>1 |
| 3.     | การส่งเสริมการตลาด  |                  |         |              |            |                  |
|        | 3.1 การจัดโปรโมชั่นสำหรับการทำรายการโอนเงินต่างธนาคาร                   |                  |         |              |            |                  |
|        | 3.2 การจัดโปรโมชั่นสำหรับการทำรายการชำระค่าสินค้าและบริการ              |                  |         |              |            |                  |
|        | 3.3 การจัดโปรโมชั่นสำหรับการทำรายการซื้อขายกองทุนรวม                    |                  |         |              |            |                  |
|        | 3.4 ความเหมาะสมในการโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ                |                  |         |              |            |                  |
|        | 3.5 ความเหมาะสมในการจัดกิจกรรมการตลาด เช่น ออกบูธต่างๆ                  |                  |         |              |            |                  |
|        | 3.6 ควรมีการจัดรายการพิเศษอย่างต่อเนื่อง                                |                  |         |              |            |                  |
|        | 3.7 ความสนใจใช้บริการ Bualuang iBanking ผ่านโทรศัพท์มือถือ              |                  |         |              |            |                  |
| 4.     | ขั้นตอนการทำรายการ  |                  |         |              |            |                  |
|        | 4.1 ความสวยงามของหน้าจอที่ทำรายการ                                      |                  |         |              |            |                  |
|        | 4.2 คำอธิบายการทำรายการต่างๆ เข้าใจง่าย                                 |                  |         |              |            |                  |
|        | 4.3 ความเหมาะสมของเวลาในการโต้ตอบการทำรายการแต่ละครั้ง                  |                  |         |              |            |                  |
|        | 4.4 ความถูกต้องของการทำรายการ   |                  |         |              |            |                  |
| 5.     | การตรวจสอบ ติดตามผล   |                  |         |              |            |                  |
|        | 5.1 ข้อมูลในบริการพิมพ์เอกสารยืนยันหลังการทำธุรกรรมมีความถูกต้องเหมาะสม |                  |         |              |            |                  |
|        | 5.2 การติดต่อสอบถามการทำธุรกรรมผ่านบริการ Bank Mail หรือ call center    |                  |         |              |            |                  |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาคผนวก ค

### คู่มือการลงรหัส

การประเมินผลโครงการระบบ Bualuang iBanking และผลตอบรับจากการนำระบบมาใช้ของ  
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

#### ตอนที่ 1

| คำถาม<br>(Question<br>Number) | ตัวแปร<br>(Variable<br>Name) | มาตรวัด<br>ข้อมูล<br>(Data Scale) | รายการของ<br>ข้อมูล<br>(Items) | ค่าหรือรหัสที่เป็นไปได้<br>(Possible Code)  | ข้อสังเกต<br>(Comment) |
|-------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------|---|------------------------|
| 1.                            | Sex                          | Nominal                           | เพศ                            | 1. ชาย<br>2. หญิง   | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 2.                            | Age                          | Scale                             | อายุ                           |   | ตอบตาม<br>ความจริง     |
| 3.                            | Education                    | Ordinal                           | ระดับการศึกษา                  | 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี<br>2. ปริญญาตรี<br>3. ปริญญาโท<br>4. สูงกว่าปริญญาโท  | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 4.                            | Occupation                   | Nominal                           | อาชีพ                          | 1. นักศึกษา<br>2. รับราชการ<br>3. รัฐวิสาหกิจ<br>4. พนักงานบริษัทเอกชน<br>5. ธุรกิจส่วนตัว<br>6. รับจ้างทั่วไป                                | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 5.                            | Income                       | Ordinal                           | รายได้ต่อเดือน                 | 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท<br>2. 10,000-20,000 บาท<br>3. 20,001-30,000 บาท<br>4. 30,001-40,000 บาท<br>5. 40,001-50,000 บาท<br>6. 50,000 บาท ขึ้นไป | เลือกได้<br>1 ข้อ      |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถเผยแพร่หรือใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตอนที่ 2

| ข้อถาม<br>(Question<br>Number) | ตัวแปร<br>(Variable<br>Name)                                | มาตรวัด<br>ข้อมูล<br>(Data Scale)   | รายการของ<br>ข้อมูล<br>(Items)  | ค่าหรือรหัสที่เป็นไปได้<br>(Possible Code)   | ข้อสังเกต<br>(Comment)       |
|--------------------------------|---|---|---|--|------------------------------|
| 1.                             | V1A<br>V1B<br>V1C<br>V1D<br>V1E<br>V1F<br>V1G<br>V1H<br>V1I | Nominal<br>Nominal<br>Nominal<br>Nominal<br>Nominal<br>Nominal<br>Nominal<br>Nominal<br>Nominal | ทราบข้อมูล<br>จากแหล่งใด<br>1. หนังสือพิมพ์<br>2. โทรทัศน์<br>3. วิทยุ<br>4. การตั้งบูท<br>แนะนำบริการ<br>5. เอกสารแผ่น<br>พับของธนาคาร<br>6. พนักงาน<br>แนะนำ<br>7. เพื่อนหรือ<br>คนรู้จักแนะนำ<br>8. เว็บไซต์<br>ธนาคาร<br>9. สถานศึกษา | VIA-VII มีค่าเป็นไปได้<br>เหมือนกันในความหมาย<br>ต่อไปนี้ คือ<br>1. เลือก<br>2. ไม่เลือก   | เลือกได้<br>มากกว่า<br>1 ข้อ |
| 2.                             | Period  | Nominal   | ระยะเวลาที่ท่าน<br>เป็นสมาชิก   | 1. น้อยกว่า 1 ปี<br>2. 1 - 3 ปี<br>3. มากกว่า 3 ปี   | เลือกได้<br>1 ข้อ            |
| 3.                             | V3A<br>V3B<br>V3C   | Nominal<br>Nominal<br>Nominal   | ประเภทบัญชี<br>ที่ลงทะเบียน<br>1. บัญชีเงินฝาก<br>สะสมทรัพย์<br>2. บัญชีเงิน<br>กระแสรายวัน   | V3A - V3G มีค่าเป็น<br>ไปได้เหมือนกันใน<br>ความหมายต่อไปนี้ คือ<br>1. เลือก<br>2. ไม่เลือก | เลือกได้<br>มากกว่า<br>1 ข้อ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตอนที่ 2 (ต่อ)

| ข้อถาม<br>(Question<br>Number) | ตัวแปร<br>(Variable<br>Name)    | มาตรวัด<br>ข้อมูล<br>(Data Scale)                   | รายการของ<br>ข้อมูล<br>(Items)   | ค่าหรือรหัสที่เป็นไปได้<br>(Possible Code)   | ข้อสังเกต<br>(Comment)       |
|--------------------------------|---------------------------------|---|--|--|------------------------------|
|                                | V3D<br>V3E<br>V3F<br>V3G        | Nominal<br>Nominal<br>Nominal<br>Nominal            | 3. บัญชีเงิน<br>ฝากประจำ<br>4. บัญชีบัตร<br>เครดิต<br>5. บัญชีสินเชื่อ<br>6. บัญชีสินทรัพย์<br>ยี่ห้อ<br>7. บัญชีกอง<br>ทุนเปิด  |  |                              |
| 4.                             | V4A<br>V4B<br>V4C<br>V4D<br>V4E | Nominal<br>Nominal<br>Nominal<br>Nominal<br>Nominal | เคยใช้บริการ<br>ธุรกรรมใด<br>1. ตรวจสอบ<br>รายการบัญชี<br>2. โอนเงินภายใน<br>ประเทศ<br>2.1 โอนเงิน<br>ระหว่างบัญชี<br>ธนาคารกรุงเทพ<br>2.2 โอนเงินไป<br>บัญชีบุคคล<br>อื่นในธนาคาร<br>กรุงเทพ<br>2.3 โอนเงิน<br>ไปยังบัญชี<br>ธนาคารอื่น | V4A – V4R มีค่าเป็น<br>ไปได้เหมือนกันใน<br>ความหมายต่อไปนี้ คือ<br>1. เลือก<br>2. ไม่เลือก | เลือกได้<br>มากกว่า<br>1 ข้อ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตอนที่ 2 (ต่อ)

| ข้อถาม<br>(Question<br>Number) | ตัวแปร<br>(Variable<br>Name) | มาตรวัด<br>ข้อมูล<br>(Data Scale) | รายการของ<br>ข้อมูล<br>(Items)                      | ค่าหรือรหัสที่เป็นไปได้<br>(Possible Code) | ข้อสังเกต<br>(Comment) |
|--------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|---|--|------------------------|
|                                | V4F                          | Nominal                           | 3. โอนเงินระ-<br>หว่างประเทศ                        |  |                        |
|                                | V4G                          | Nominal                           | 4. ชำระค่า<br>สินค้าและบริการ                       |  |                        |
|                                | V4H                          | Nominal                           | 5. ชำระค่า<br>บัตรเครดิต                            |  |                        |
|                                | V4I                          | Nominal                           | 5.1 การใช้<br>จ่ายผ่านบัตร<br>เครดิต                |  |                        |
|                                | V4J                          | Nominal                           | 5.2 ชำระค่า<br>บัตรเครดิต<br>ธนาคารกรุงเทพ          |  |                        |
|                                | V4K                          | Nominal                           | 5.3 แลกของ<br>รางวัลบัตร<br>เครดิตธนาคาร<br>กรุงเทพ |  |                        |
|                                | V4L                          | Nominal                           | 6. บริการกอง<br>ทุนรวม                              |  |                        |
|                                | V4M                          | Nominal                           | 7. เช็คคีน-เช็ค<br>นำฝาก                            |  |                        |
|                                | V4N                          | Nominal                           | 8. เช็คคีน-เช็ค<br>สั่งจ่าย                         |  |                        |
|                                | V4O                          | Nominal                           | 9. อายัดเช็ค<br>10. อายัดคู้ฝาก                     |  |                        |
|                                | V4P                          | Nominal                           | 11. ขอใบราย<br>การบัญชี                             |  |                        |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตอนที่ 2 (ต่อ)

| ข้อถาม<br>(Question<br>Number) | ตัวแปร<br>(Variable<br>Name)                         | มาตรวัด<br>ข้อมูล<br>(Data Scale)  | รายการของ<br>ข้อมูล<br>(Items)   | ค่าหรือรหัสที่เป็นไปได้<br>(Possible Code)   | ข้อสังเกต<br>(Comment)       |
|--------------------------------|--|--|--|--|------------------------------|
|                                | V4Q  | Nominal  | 12. แกะไข<br>ข้อมูลสมาชิก  |  |                              |
|                                | V4R  | Nominal  | 13. ติดต่อผ่าน<br>แบงก์เมล์  |  |                              |
|                                | V4S  | Nominal  | 14. ยกเลิกบัญชี<br>บัตรเครดิต<br>และบริการ   |  |                              |
| 5.                             | V5A<br>V5B<br>V5C<br>V5D<br>V5E<br>V5F<br>V5G<br>V5H | Nominal<br>Nominal<br>Nominal<br>Nominal<br>Nominal<br>Nominal<br>Nominal<br>Nominal | ใช้บริการใน<br>ช่วงเวลาใด<br>มากที่สุด<br>1.00.01-06.00<br>2.06.00-09.00<br>3.09.01-12.00<br>4.12.00-13.00<br>5.13.01-15.00<br>6.15.01-18.00<br>7.18.01-21.00<br>8.21.01-24.00 | V5A – V5H มีค่าเป็น<br>ไปได้เหมือนกันใน<br>ความหมายต่อไปนี้ คือ<br>1. เลือก<br>2. ไม่เลือก | เลือกได้<br>มากกว่า<br>1 ข้อ |
| 6.                             | Fequency   | Nominal  | ความถี่ที่ใช้<br>บริการธุรกรรม<br>โดยประมาณ<br>ต่อสัปดาห์  | 1. 1 - 2 ครั้ง<br>2. 3 - 4 ครั้ง<br>3. 5 - 6 ครั้ง<br>4. มากกว่า 6 ครั้ง                   | เลือกได้<br>1 ข้อ            |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตอนที่ 2 (ต่อ)

| ข้อถาม<br>(Question<br>Number) | ตัวแปร<br>(Variable<br>Name) | มาตรวัด<br>ข้อมูล<br>(Data Scale) | รายการของ<br>ข้อมูล<br>(Items)   | ค่าหรือรหัสที่เป็นไปได้<br>(Possible Code)  | ข้อสังเกต<br>(Comment)       |
|--------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|--|---|------------------------------|
| 7.                             | V7A                          | Nominal                           | ปัจจัยจูงใจที่<br>ทำให้ใช้ระบบ<br>1.ความสะดวก<br>รวดเร็วในการ<br>ทำธุรกรรม | V7A - V7F มีค่าเป็น<br>"ไปได้เหมือนกันใน<br>ความหมายต่อไปนี้ คือ<br>1. เลือก<br>2. ไม่เลือก | เลือกได้<br>มากกว่า<br>1 ข้อ |
|                                | V7B                          | Nominal                           | 2. ประหยัด<br>ค่าใช้จ่าย   |   |                              |
|                                | V7C                          | Nominal                           | 3. ไม่จำกัด<br>เวลาในการ<br>ให้บริการ                                      |   |                              |
|                                | V7D                          | Nominal                           | 4. มีความเป็น<br>ส่วนตัว<br>เชื่อถือได้                                    |   |                              |
|                                | V7E                          | Nominal                           | 5. ความปลอด<br>ภัยของบริการ  |   |                              |
|                                | V7F                          | Nominal                           | 6.ความทันสมัย  |   |                              |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตอนที่ 3

| ข้อถาม<br>(Question<br>Number) | ตัวแปร<br>(Variable<br>Name) | มาตรวัด<br>ข้อมูล<br>(Data Scale) | รายการของ<br>ข้อมูล<br>(Items)   | ค่าหรือรหัสที่เป็นไปได้<br>(Possible Code)  | ข้อสังเกต<br>(Comment) |
|--------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|--|---|------------------------|
| 1.                             | A1                           | Ordinal                           | ความหลากหลายของบริการ  | A1- A6 มีค่าเป็นไปได้<br>เหมือนกันในความ  | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 2.                             | A2                           | Ordinal                           | ความสะดวก<br>ในการสมัคร<br>สมาชิก  | หมายต่อไปนี้เป็น<br>1. ควรปรับปรุง<br>2. พอใช้  | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 3.                             | A3                           | Ordinal                           | ความรวดเร็ว<br>ในการอนุมัติ  | 3. ปานกลาง<br>4. ดี   | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 4.                             | A4                           | Ordinal                           | ความสะดวก<br>รวดเร็วในการ<br>เข้าระบบ                                    | 5. ดีมาก  | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 5.                             | A5                           | Ordinal                           | ความปลอดภัย<br>ของบริการ   |   | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 6.                             | A6                           | Ordinal                           | การช่วยเหลือ<br>จากฝ่ายลูกค้า<br>สัมพันธ์เมื่อ<br>เกิดปัญหา              |   | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 7.                             | B1                           | Ordinal                           | โอนเงินระหว่าง<br>บัญชีธนาคาร<br>กรุงเทพ<br>เจ้าของบัญชี<br>เดียวกัน ฟรี | B1- B16 มีค่าเป็นไปได้<br>เหมือนกันในความ<br>หมายต่อไปนี้เป็น<br>1. ควรปรับปรุง<br>2. พอใช้ | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 8.                             | B2                           | Ordinal                           | โอนเงินไป<br>บัญชีบุคคลอื่น<br>ในธนาคาร<br>กรุงเทพเขต<br>เดียวกัน 20 บ.  | 3. ปานกลาง<br>4. ดี<br>5. ดีมาก<br>9. ไม่เคยใช้บริการ                                       | เลือกได้<br>1 ข้อ      |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษายกเว้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตอนที่ 3 (ต่อ)

| ข้อถาม<br>(Question<br>Number) | ตัวแปร<br>(Variable<br>Name) | มาตรวัด<br>ข้อมูล<br>(Data Scale) | รายการของ<br>ข้อมูล<br>(Items)  | ค่าหรือรหัสที่เป็นไปได้<br>(Possible Code) | ข้อสังเกต<br>(Comment) |
|--------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|---|--|------------------------|
| 9.                             | B3                           | Ordinal                           | โอนเงินใน<br>ธนาคารกรุงเทพ<br>เจ้าของบัญชี<br>เดียวกันข้าม<br>เขต 10,000<br>ละ 10 บาท                               |  | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 10.                            | B4                           | Ordinal                           | โอนเงินไป<br>บัญชีบุคคล<br>อื่นในธนาคาร<br>กรุงเทพข้าม<br>เขตจำนวนเงิน<br>ไม่เกิน 20,000<br>คิด 20 บาท              |  | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 11.                            | B5                           | Ordinal                           | โอนเงินไปยัง<br>บัญชีบุคคล<br>อื่นธนาคาร<br>กรุงเทพข้าม<br>เขตจำนวนเงิน<br>เกิน 20,000<br>20+10,000 บ.<br>ละ 10 บาท |  | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 12.                            | B6                           | Ordinal                           | โอนเงินแบบ<br>T-Express<br>จำนวนเงินไม่<br>เกิน 20,000<br>คิด 25 บาท  |  | เลือกได้<br>1 ข้อ      |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานที่คิด 25 บาทเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตอนที่ 3 (ต่อ)

| ข้อถาม<br>(Question<br>Number) | ตัวแปร<br>(Variable<br>Name) | มาตรวัด<br>ข้อมูล<br>(Data Scale) | รายการของ<br>ข้อมูล<br>(Items)   | ค่าหรือรหัสที่เป็นไปได้<br>(Possible Code) | ข้อสังเกต<br>(Comment) |
|--------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|--|--|------------------------|
| 13.                            | B7                           | Ordinal                           | โอนเงินแบบ<br>T-Express<br>จำนวนเงิน<br>เกิน 20,000 -<br>50,000 คิด 35บ.             |  | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 14.                            | B8                           | Ordinal                           | โอนเงินแบบ<br>T-Priority<br>จำนวนเงินไม่<br>เกิน 100,000<br>คิด 20 บาท               |  | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 15.                            | B9                           | Ordinal                           | โอนเงินแบบ<br>T-Priority<br>จำนวนเงิน<br>เกิน 100,000 -<br>500,000 บาท<br>คิด 75 บาท |  | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 16.                            | B10                          | Ordinal                           | โอนเงินแบบ<br>T-Basic จำนวน<br>เงินไม่เกิน<br>100,000 บาท<br>คิด 12 บาท              |  | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 17.                            | B11                          | Ordinal                           | โอนเงินแบบ<br>T-Basicจำนวน<br>เกิน 100,000 -<br>500,000 40 บ.                        |  | เลือกได้<br>1 ข้อ      |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตอนที่ 3 (ต่อ)

| ข้อถาม<br>(Question<br>Number) | ตัวแปร<br>(Variable<br>Name) | มาตรวัด<br>ข้อมูล<br>(Data Scale) | รายการของ<br>ข้อมูล<br>(Items)   | ค่าหรือรหัสที่เป็นไปได้<br>(Possible Code) | ข้อสังเกต<br>(Comment) |
|--------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|--|--|------------------------|
| 18.                            | B12                          | Ordinal                           | โอนเงินไป<br>ต่างประเทศ<br>300บ./รายการ  |  | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 19.                            | B13                          | Ordinal                           | ชำระภาษีกรม<br>สรรพากร15บ.   |  | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 20.                            | B14                          | Ordinal                           | ชำระสาธารณ -<br>ูปโภค10 บ.   |  | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 21.                            | B15                          | Ordinal                           | ขอใบรายการ<br>บัญชีย้อนหลัง<br>บัญชีเงินฝาก<br>กระแสรายวัน<br>ไม่คิดค่าธรรมเนียม<br>(ค่าจัดตั้ง<br>15 บาท) |  | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 22.                            | B16                          | Ordinal                           | ขอใบรายการ<br>บัญชีย้อนหลัง<br>ของบัญชีบัตร<br>เครดิตย้อนหลัง<br>เกิน 3 เดือน<br>200/รอบบัญชี              |  | เลือกได้<br>1 ข้อ      |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตอนที่ 3 (ต่อ)

| ข้อถาม<br>(Question<br>Number) | ตัวแปร<br>(Variable<br>Name) | มาตรวัด<br>ข้อมูล<br>(Data Scale) | รายการของ<br>ข้อมูล<br>(Items)                                      | ค่าหรือรหัสที่เป็นไปได้<br>(Possible Code)                      | ข้อสังเกต<br>(Comment) |
|--------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|---|---|------------------------|
| 23.                            | C1                           | Ordinal                           | โปรโมชั่นทำ<br>รายการโอน<br>เงินต่างธนาคาร                          | C1- C7 มีค่าที่เป็นไป<br>ได้เหมือนกันใน<br>ความหมายต่อไปนี้ คือ | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 24.                            | C2                           | Ordinal                           | โปรโมชั่นทำ<br>รายการชำระ<br>ค่าสินค้าและ<br>บริการ                 | 1. ควรปรับปรุง<br>2. พอใช้<br>3. ปานกลาง<br>4. ดี               | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 25.                            | C3                           | Ordinal                           | โปรโมชั่น<br>การทำรายการ<br>ซื้อ - ขาย<br>กองทุนรวม                 | 5. ดีมาก  | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 26.                            | C4                           | Ordinal                           | ความเหมาะสม<br>ในการโฆษณา<br>หรือประชาสัมพันธ์<br>ผ่าน<br>สื่อต่างๆ |   | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 27.                            | C5                           | Ordinal                           | การจัดกิจกรรม<br>การตลาด<br>ออกบูธ ต่างๆ                            |   | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 28.                            | C6                           | Ordinal                           | ควรมีการจัด<br>รายการพิเศษ<br>อย่างต่อเนื่อง                        |   | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 29.                            | C7                           | Ordinal                           | ความสนใจใช้<br>บริการผ่าน<br>โทรศัพท์มือถือ                         |   | เลือกได้<br>1 ข้อ      |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตอนที่ 3 (ต่อ)

| ข้อถาม<br>(Question<br>Number) | ตัวแปร<br>(Variable<br>Name) | มาตรวัด<br>ข้อมูล<br>(Data Scale) | รายการของ<br>ข้อมูล<br>(Items)   | ค่าหรือรหัสที่เป็นไปได้<br>(Possible Code)  | ข้อสังเกต<br>(Comment) |
|--------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|--|---|------------------------|
| 30.                            | D1                           | Ordinal                           | ความสวยงาม<br>ของหน้าจอที่<br>ทำรายการ   | D1- D4 มีค่าที่เป็นไป<br>ได้เหมือนกันใน<br>ความหมายต่อไปนี้ คือ                               | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 31.                            | D2                           | Ordinal                           | ขั้นตอนการ<br>ทำรายการต่างๆ<br>เข้าใจง่าย  | 1. ควรปรับปรุง<br>2. พอใช้<br>3. ปานกลาง  | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 32.                            | D3                           | Ordinal                           | เวลาในการ<br>โต้ตอบการ<br>ทำรายการแต่ละ<br>ครั้ง   | 4. ดี<br>5. ดีมาก   | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 33.                            | D4                           | Ordinal                           | ความถูกต้อง<br>ของการทำ<br>รายการ  |   | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 34.                            | E1                           | Ordinal                           | ข้อมูลในพิมพ์<br>เอกสารยืนยัน<br>หลังการทำ<br>ธุรกรรมมี<br>ความถูกต้อง                         | E1- E2 มีค่าที่เป็นไป<br>ได้เหมือนกันใน<br>ความหมายต่อไปนี้ คือ<br>1. ควรปรับปรุง<br>2. พอใช้ | เลือกได้<br>1 ข้อ      |
| 35.                            | E2                           | Ordinal                           | การติดต่อ<br>สอบถามต่างๆ<br>ของการทำ<br>ธุรกรรมผ่าน<br>บริการ Bank<br>Mail หรือ call<br>center | 3. ปานกลาง<br>4. ดี<br>5. ดีมาก   | เลือกได้<br>1 ข้อ      |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้