

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการวิจัย

เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของธนาคารกรุงไทย ที่มุ่งสู่การเป็นธนาคารแสนสะดวก เพื่อเพิ่มฐานลูกค้า และการพัฒนาบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต จึงมีความเป็นอยู่อย่างหนึ่งที่ศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการสมัครใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งก็คือปัจจัยทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับความเสี่ยงในการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปปรับใช้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเรื่องการรับรู้ความเสี่ยงของลูกค้าต่อการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขา กภาพสินธุ์ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัย คือ เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต โดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ความเสี่ยงด้านต่างๆ จำแนกตามผู้ใช้ และไม่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต โดยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ผู้ให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ประมาณ 10,001-20,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการต่างๆ ของธนาคาร โดยเฉลี่ย 10 ครั้งขึ้นไป และมีประสบการณ์ในการเข้าชมเว็บไซต์ของธนาคาร

ผู้ไม่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ประมาณ 10,001-20,000 บาท เช่นเดียวกับผู้ให้บริการ แต่มีความถี่ในการใช้บริการต่างๆ ของธนาคาร โดยเฉลี่ยเพียง 1-3 ครั้งต่อเดือน และส่วนใหญ่ไม่มีประสบการณ์ในการเข้าชมเว็บไซต์ของธนาคาร

การรับรู้ความเสี่ยงต่อการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของลูกค้าโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่พบว่าลูกค้ามีการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยในระดับมาก โดยเรียงลำดับการรับรู้ความเสี่ยงเป็นรายข้อจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ กังวลว่ามิอาจพิจารณาเข้าถึงข้อมูลบัญชีธนาคารได้โดยไม่ได้รับอนุญาต กังวลว่าบุคคลอื่นอาจเข้าถึงบัญชีได้ในกรณีที่ไปใช้บริการผ่านคอมพิวเตอร์สาธารณะ และมีความกังวลว่าจะยกเลิกรายการที่ป้อนข้อมูลผิดไม่ได้ และเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความแตกต่างด้านการรับรู้ความเสี่ยงระหว่างผู้ใช้ และไม่ใช้บริการพบว่า ลูกค้ามีการรับรู้ความเสี่ยงแตกต่างกัน ในด้านประสิทธิภาพ โดยรับรู้ความเสี่ยงแตกต่างกันในเรื่องกังวลว่าจะใช้ระบบไม่เป็น ด้านความปลอดภัย มีการรับรู้ความเสี่ยงแตกต่างกันในเรื่องไม่มั่นใจในการให้บริการทางอินเทอร์เน็ตของธนาคาร และด้านสังคม มีการรับรู้ความเสี่ยงแตกต่างกันในเรื่อง กังวลว่าคนรอบข้างจะคัดค้านการสมัครใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ผู้ไม่ใช้บริการมีระดับของการรับรู้ความเสี่ยงด้านต่างๆ ค่อนข้างสูงกว่าผู้ให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

รูปแบบจำลองที่ได้จากงานวิจัยนี้สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงไทยสาขา กภาพสินธุ์ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติและค่าสัมประสิทธิ์สูงสุดได้แก่ ประสบการณ์ในการเข้าชมเว็บไซต์ของธนาคาร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ประมาณ 2.808 และการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคมมีค่าสัมประสิทธิ์ประมาณ -0.420 แสดงให้เห็นถึงประสบการณ์ในการเข้าชมเว็บไซต์ธนาคารเป็นปัจจัยด้าน

บวก และมีอิทธิพลสูงมากต่อการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตเมื่อเปรียบเทียบกับการไม่ใช้บริการ คือ ลูกค้า จะมีแนวโน้มในการใช้บริการเมื่อมีประสบการณ์ในการเข้าชมเว็บไซต์ของธนาคาร ส่วนปัจจัยด้านการรับรู้ความเล็งด้านสังคมค่อนข้างเป็นปัจจัยด้านลบสำหรับการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต เมื่อเทียบกับการตัดสินใจไม่ใช้บริการ ส่วนปัจจัยตัวอื่น ๆ พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับความสามารถในการพยากรณ์แบบจำลองของงานวิจัย พบว่ามีความสามารถในการพยากรณ์โดยรวมประมาณ 74.20% ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ แต่ความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์อาจจะมาจากความผิดพลาดในการสำรวจข้อมูล เช่น ความไม่เข้าใจ หรือความไม่ตั้งใจในการตอบแบบสอบถาม

กล่าวโดยสรุปของงานวิจัยการรับรู้ความเล็งของลูกค้าต่อการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา ธนาคารกรุงไทยสาขาเทพารักษ์ ทำให้ทราบว่าลูกค้าของธนาคารส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้ความเล็งด้านความปลอดภัยสูงสุด และเมื่อเปรียบเทียบการรับรู้ความเล็งระหว่างผู้ใช้และไม่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต พบว่ามีการรับรู้ความเล็งด้านประสิทธิภาพ ด้านความปลอดภัย และด้านสังคมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าผู้ไม่ใช้บริการมีระดับการรับรู้ความเล็งด้านต่างๆ สูงกว่า และทำให้ทราบว่าปัจจัยด้านการมีประสบการณ์ในการเข้าชมเว็บไซต์ธนาคารเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต และปัจจัยการรับรู้ความเล็งด้านสังคม โดยมีอิทธิพลต่อการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตในด้านลบ

2. ข้อจำกัดในการศึกษา

2.1 กลุ่มตัวอย่างที่สุ่มมาใช้ในการศึกษานี้ส่วนมากจะเป็นผู้ไม่ใช้บริการ แนวโน้มของผลข้อมูลที่ได้จึงอาจมีความเอนเอียง (Bias) หรือไม่สะท้อนการรับรู้ความเล็งของผู้ใช้บริการเท่าที่ควร

2.2 การเข้าถึงทุกหน่วยของประชากรที่ใช้ในการศึกษา สามารถทำได้ยาก ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มมาได้โดยไม้อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) จึงอาจจะไม่เป็นตัวแทนที่แท้จริงของประชากรทั้งหมด

2.3 แบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาไม่ได้ออกแบบชุดคำถามเฉพาะกลุ่ม ดังนั้นข้อมูลที่ได้จึงอาจจะไม่เหมาะสม

2.4 ธนาคารมีข้อจำกัดในการเปิดเผยข้อมูล ผู้วิจัยจึงนำเสนอข้อมูลได้ในลักษณะที่เป็นภาพรวมของการให้บริการ

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

3.1.1 เนื่องจากการรับรู้ความเล็งของลูกค้าไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ดังนั้นการเลือกสื่อที่จะสื่อสารเรื่องความตระหนักในความปลอดภัย และการป้องกันความเล็งจากการใช้บริการ จึงควรเป็นสื่อที่สารมารครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย (Mass Media) อาทิ สื่อโทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต

3.1.2 เนื่องจากผู้ที่ใช้บริการส่วนใหญ่จะมีประสบการณ์ในการเข้าชมเว็บไซต์ ในขณะที่ผู้ที่ไม่ใช้บริการจะยังไม่เคย ดังนั้นธนาคารจึงควรกระตุ้นให้ผู้ที่ยังไม่ใช้บริการมีโอกาสเข้าชมเว็บไซต์ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความคุ้นเคย และสร้างโอกาสในการนำเสนอบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต

3.1.3 เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยที่มาก ธนาคารจึงควรหาแนวทางในการสร้างทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับใช้บริการ และสื่อสารนโยบายการรักษาความปลอดภัยในการรักษาความปลอดภัยให้ลูกค้าทราบ เพื่อให้เกิดความมั่นใจในบริการทางอินเทอร์เน็ตของธนาคาร รวมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้บริการที่ปลอดภัย

3.1.4 เนื่องจากลูกค้าที่ยังไม่ใช้บริการส่วนใหญ่มีความกังวลว่าจะใช้ระบบไม่เป็น ดังนั้นธนาคารจึงควรให้คำแนะนำวิธีการใช้บริการ และกระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้งาน

3.1.5 เนื่องจากลูกค้าที่ยังไม่ใช้บริการส่วนใหญ่มีการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม โดยกังวลว่าคนรอบข้างจะคัดค้านการสมัครใช้บริการ ดังนั้นธนาคารจึงไม่เพียงแต่สื่อสารไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย แต่จะต้องสื่อสารข้อมูลบริการให้เข้าถึงบุคคลรอบข้างของลูกค้าด้วย

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ควรทำการศึกษาช่องทางในการเข้าถึงบริการด้วยวิธีอื่นๆเพิ่มเติมนอกเหนือจากการเข้าถึงบริการโดยคอมพิวเตอร์เพียงอย่างเดียว อาทิ โทรศัพท์มือถือทั่วไป โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน และ Tablet

3.2.2 ควรมีการขยายขอบเขตของประชากรในการวิจัยครั้งต่อไป เพื่อศึกษาประชากรในกลุ่มที่กว้างขึ้นและสามารถเปรียบเทียบความสัมพันธ์และความแตกต่างได้

3.2.3 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น ๆ ที่มีบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตเช่นเดียวกัน เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่าง และความได้เปรียบเสียเปรียบในการให้บริการ

3.2.4 การศึกษาครั้งต่อไปควรนำปัจจัยอื่นๆที่คาดว่าจะมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตเข้ามาพิจารณาเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในการนำเข้าสู่สมการมากยิ่งขึ้น

3.2.5 ควรเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และออกแบบสอบถามเฉพาะกลุ่ม โดยแยกชุดคำถามสำหรับผู้ใช้ และไม่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความชัดเจน และมีความถูกต้องตรงกับความเป็นจริงมากยิ่งขึ้น

3.2.6 ควรต่อ ยอดการศึกษาไปยังผลิตภัณฑ์ใหม่ของธนาคารที่ต้องทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต เช่นเดียวกัน เช่น บริการ KTB Netbank