

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การสรุปผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สรุปข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยและสมมติฐานการวิจัย โดยแบ่งออกเป็นสรุปข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง สรุปข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยตามวัตถุประสงค์แต่ละข้อ และสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สรุปข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย

5.1.2.1 สรุปข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อ 1

วัตถุประสงค์ข้อ 1 ของการวิจัยนี้ คือ เพื่อการสังเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค ประกอบด้วย คุณภาพของเว็บไซต์ การรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย การรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์มีประโยชน์ ความไว้วางใจต่อการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ทักษะติดต่อการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ มีข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย สรุปได้ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับตัวแปรที่ทำการศึกษาทุกตัวอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของค่าเฉลี่ยพบว่า ตัวแปรการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์มีประโยชน์มีระดับความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และตัวแปรที่มีความสำคัญในรองลงมาตามลำดับ คือ ทักษะติดต่อการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย คุณภาพของเว็บไซต์ ความตั้งใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ และความไว้วางใจต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกตัวแปร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79, 3.78, 3.74, 3.65 และ 3.49 ตามลำดับ

2. คุณภาพของเว็บไซต์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับความสำคัญมากทุกข้อคำถามหรือตัวชี้วัด โดยให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าบนเว็บไซต์มีการออกแบบสวยงาม น่าดึงดูดใจให้เข้ามาเยี่ยมชมมากที่สุด รองลงมา 2 อันดับแรกคือ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าเก็บไว้ในหลายรูปแบบที่สามารถเรียกมาใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบนเว็บไซต์ที่ท่านเข้าไปเยี่ยมชม มีข้อมูลเกี่ยวกับสั่งซื้อสินค้า ที่เห็นได้ชัดและง่ายในการค้นหา

3. การรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับความสำคัญมากทุกข้อคำถามหรือตัวชี้วัด โดยให้ความสำคัญกับเป็นเรื่องง่ายที่ท่านจะมีความชำนาญในการใช้เว็บไซต์เพื่อค้นหาสิ่งที่ต้องการเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้ามากที่สุด รองลงมา 2 อันดับแรกคือ เมื่อท่านเข้าไปบนเว็บไซต์สั่งซื้อสินค้า การเรียนรู้การใช้งานเว็บไซต์เป็นเรื่องง่ายสำหรับท่าน และขั้นตอนการใช้งานบนเว็บไซต์ทำให้ท่านทำกิจกรรมการใช้บริการบนเว็บไซต์ได้ง่ายขึ้น

4. การรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์มีประโยชน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับความสำคัญมากทุกข้อคำถามหรือตัวชี้วัด โดยให้ความสำคัญกับการใช้เว็บไซต์เพื่อทำกิจกรรมเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ทำให้ท่านประหยัดเวลามากกว่ามากที่สุด รองลงมา 2 อันดับแรกคือ โดยรวมแล้วเว็บไซต์มีประโยชน์ต่อการทำกิจกรรมเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าของท่าน และการใช้เว็บไซต์เพื่อทำกิจกรรมเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ทำให้ท่านประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่า

5. ความไว้วางใจต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับความสำคัญมากทุกข้อคำถามหรือตัวชี้วัด โดยให้ความสำคัญกับผู้ขายสินค้าผ่านเว็บแสดงข้อมูลประวัติ ที่อยู่และการติดต่อไว้อย่างชัดเจนมากกว่ามากที่สุด รองลงมา 2 อันดับแรกคือ จากประสบการณ์การใช้สั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บ ท่านรับรู้ว่าคุณภาพผู้ขายสินค้าผ่านเว็บให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าและผู้ขายสินค้าผ่านเว็บมีประสบการณ์และ ทรัพยากรอย่างเพียงพอในการทำธุรกิจให้บริการผ่านเว็บ

6. ทักษะติดต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับความสำคัญมากทุกข้อคำถามหรือตัวชี้วัด โดยให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บเป็นประสบการณ์ที่น่าสนใจต่อท่านมากที่สุด รองลงมา 2 อันดับแรกคือ การใช้เว็บไซต์เพื่อการทำกิจกรรมเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า เป็นวิธีการที่ดี และการใช้เว็บเพื่อการทำกิจกรรมเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ดีกว่าการสั่งซื้อทางหน้าร้าน

7. ความตั้งใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับความสำคัญมากทุกข้อคำถามหรือตัวชี้วัด โดยให้ความสำคัญกับท่านต้องการพูดถึงสิ่งที่ดีจากการเข้ามาทำกิจกรรมการซื้อสินค้าผ่านเว็บให้ผู้อื่นฟังมากที่สุด รองลงมา 2 อันดับแรกคือ ท่านตั้งใจที่จะทำกิจกรรมการซื้อสินค้าผ่านเว็บในอนาคต และในความคิดของท่าน ท่านคิดว่าท่านพอใจมากในการทำกิจกรรมการซื้อสินค้าผ่านเว็บ นอกเหนือไปจากวิธีการแบบเดิม

5.1.2.2 สรุปข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อ 2

วัตถุประสงค์ข้อ 2 ของการวิจัยครั้งนี้ คือ เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยผลักดันที่ส่งผลต่อ

ความตั้งใจของผู้บริโภคในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ มีข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย สรุปได้ว่าผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ และสัมประสิทธิ์อิทธิพลส่วนใหญ่ตรงกับสมมุติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ กล่าวคือ

- การรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากคุณภาพของเว็บไซต์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ .01
- การรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์มีประโยชน์ ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากคุณภาพของเว็บไซต์ และได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ .01
- ความไว้วางใจต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย และได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์มีประโยชน์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ .01
- ทศนคติต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย รวมทั้ง ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์มีประโยชน์ และได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากความไว้วางใจต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ .01
- ความตั้งใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากความไว้วางใจต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ และได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากทัศนคติต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ .01

5.2 การอภิปรายผล

การอภิปรายผลข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้ดังนี้

1. จากผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณพบว่า เหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด คือสามารถค้นหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบสินค้า ราคา และข้อมูลอื่น ๆ ได้สะดวกรวดเร็ว และเมื่อพิจารณาเหตุผลรองลงมาเป็นสามารถติดต่อกับธุรกิจผ่านทางเว็บไซต์ได้ตลอดเวลา และสามารถได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยอย่างรวดเร็วและตลอดเวลาผ่านทางเว็บไซต์หรืออีเมลล์ แสดงให้เห็นว่าการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์หรือ

คุณค่าจากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับตลอดเวลาโดยไม่จำกัดเวลา และสถานที่ และเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจสั่งซื้อ

2. คุณภาพของเว็บไซต์ ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย และส่งอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์มีประโยชน์ สอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัย นอกจากนี้ คุณภาพของเว็บไซต์ ได้ส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์มีประโยชน์ ความไว้วางใจต่อการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และคุณภาพของเว็บไซต์ ส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อทัศนคติต่อการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย การรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์มีประโยชน์ และความไว้วางใจต่อการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

3. การรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์มีประโยชน์ ความไว้วางใจต่อการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ทัศนคติต่อการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัย นอกจากนี้ การรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย ได้ส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อความไว้วางใจต่อการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ทัศนคติต่อการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) เป็นแบบจำลองที่ Davis, F. D. (1989) พัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการอธิบาย หรือพยากรณ์พฤติกรรม ในการยอมรับระบบสารสนเทศ (Information System) ที่มีการพัฒนาขึ้นมาใหม่ โดยความง่ายในการใช้ จะเป็นตัวกำหนดการรับรู้ในแง่ของปริมาณหรือความสำเร็จที่จะได้รับว่าตรงกับที่ต้องการหรือไม่ งานจะสำเร็จตรงตามที่คาดไว้หรือไม่ การรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์นั้นใช้งานง่ายสะดวก ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก เทคโนโลยีใดที่ใช้งานง่ายและสะดวกไม่ซับซ้อน มีความเป็นไปได้มากที่จะได้รับการยอมรับจากผู้ใช้งาน การศึกษาของนักวิจัยหลายท่านพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการยอมรับ หรือความตั้งใจที่จะใช้ และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการรับรู้โดยส่งผ่านพฤติกรรมการยอมรับ (Agarwal et. al, 1999; Karrahanna, 1999; Toe et. al., 1999; Venkatesh, 2000(a) (b)) นอกจากนี้ ยังพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ด้วย (Agarwal et. al., 1999; Venkatesh, 2000(a); Toe et. al., 1999)

4. การรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์มีประโยชน์ ส่งอิทธิพลทางตรงต่อความไว้วางใจต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ และทัศนคติต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ สอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัย นอกจากนี้ การ

รับรู้ว่าเว็บไซต์มีประโยชน์ ได้ส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อทัศนคติต่อการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ คุณลักษณะด้านประโยชน์การใช้งานพิจารณาจากเว็บไซต์สามารถให้ประโยชน์ที่บรรลุความพึงพอใจตามวัตถุประสงค์ของลูกค้า และสามารถให้ข้อมูลตามความต้องการส่วนบุคคล โดยบนหน้าเว็บต้องมีการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการเพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อ และมีเผยแพร่ข้อมูลที่สร้างความพอใจและความภักดี (Hung & McQueen, 2004) ผลการวิจัยสอดคล้องกับการศึกษาของ Li and Zhang (2002) พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการของเว็บไซต์ (perceived affective quality) เป็นสิ่งกระตุ้นที่มีผลให้ซื้อสินค้าจำนวนมากขึ้น และเกิดพฤติกรรมความตั้งใจซื้อมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง คือ เว็บไซต์ที่มีคุณภาพมีผลต่อการรับรู้คุณภาพของเว็บไซต์ การรับรู้คุณภาพของเว็บไซต์มีผลต่อการรับรู้ถึงความเพลิดเพลินในการใช้เว็บไซต์ (perceived enjoyment of using the site) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ (perceived ease of use) และการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ (perceived usefulness)

5. ความไว้วางใจต่อการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ส่งอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติต่อการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัย และสอดคล้องกับการศึกษาของจากการศึกษาของ Chen et al. (2006) เกี่ยวกับความไว้วางใจ (trust) และพฤติกรรมการซื้อ (purchase behavior) พบว่า การมีข้อมูลข่าวสาร และพื้นฐานประสบการณ์ของแต่ละบุคคลเป็นจุดเริ่มต้นของความตั้งใจซื้อ ความตั้งใจซื้อสินค้าเกิดจากการรับรู้ในคุณภาพของสินค้าและราคา ความพึงพอใจในร้านค้า และการรับประกันความไว้วางใจในร้าน ซึ่งลูกค้าจะค้นหาข้อมูลเหล่านี้และประเมินออกมาในรูปของต้นทุน ความปลอดภัย การบริการ ความเป็นมิตร ความสะดวกสบาย และการติดต่อสื่อสาร ซึ่งจะส่งผลต่อความไว้วางใจในร้านค้าและการตัดสินใจซื้อ

6. ทัศนคติต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ ส่งอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ สอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัย การศึกษาของนักวิจัยหลายท่านมีความเห็นสอดคล้องกันว่าคุณภาพของเว็บไซต์เป็นปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดทัศนคติต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ที่ดี ส่งผลต่อความพึงพอใจในและกลับมาเยี่ยมชมเว็บไซต์อีก (Bacheldor, 2000; Hung & McQueen, 2004; Nah & Davis, 2002; Ranganathan & Ganapathy, 2002; Zimmer, 2005) โดยพิจารณาจากคุณลักษณะของเว็บไซต์ในด้านเนื้อหา (content) ด้านการออกแบบ (design) ด้านความง่ายในการ

ใช้งาน (ease-of-use) ด้านประโยชน์การใช้งาน (usefulness) และด้านความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ (reliability)

รวมทั้ง คุณภาพการให้บริการที่สามารถพยากรณ์คุณภาพการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลต่อการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ ด้านการให้บริการเว็บไซต์ของธุรกิจออนไลน์ ในครั้งต่อไป ด้านที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ ความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Chen et al. (2006) เกี่ยวกับความไว้วางใจ (trust) และพฤติกรรมการซื้อ (purchase behavior) พบว่า การมีข้อมูลข่าวสาร และพื้นฐานประสบการณ์ของแต่ละบุคคลเป็น จุดเริ่มต้นของความตั้งใจซื้อ ความตั้งใจซื้อสินค้าเกิดจากการรับรู้ในคุณภาพของสินค้าและราคา ความพึงพอใจในร้านค้า และการรับประกันความไว้วางใจในร้าน ซึ่งลูกค้าจะค้นหาข้อมูลเหล่านี้และ ประเมินออกมาในรูปของต้นทุน ความปลอดภัย การบริการ ความเป็นมิตร ความสะดวกสบาย และการติดต่อสื่อสาร ซึ่งจะส่งผลต่อความไว้วางใจในร้านค้าและการตัดสินใจซื้อ รวมทั้งการศึกษาของ Bachelidor (2000), Hung & McQueen (2004), Nah & Davis (2002), Ranganathan & Ganapathy (2002) และ Zimmer (2005) มีความเห็นสอดคล้องกันว่าคุณภาพของเว็บไซต์เป็น ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในและกลับมาเยี่ยมชมเว็บไซต์อีก

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้วิจัยได้นำข้อค้นพบจากการวิจัยมาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับ ธุรกิจ และแนวทางการให้การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ ดังนี้

5.3.1.1 ข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจ มีดังนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจธนาคารออนไลน์ ควรมีการกำหนดกลยุทธ์ โครงสร้างองค์การ ลักษณะการบริหารจัดการ การลงทุนในเทคโนโลยีสารสนเทศ และการพัฒนาบุคลากร เพื่อให้สามารถรองรับกับการดำเนินงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การปรับโครงสร้างองค์การให้มีความคล่องตัวในการบริหารและการดำเนินงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และมีความยืดหยุ่นต่อสภาพแวดล้อมและกลยุทธ์ของคู่แข่ง การปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานของฝ่ายต่าง ๆ ให้สามารถรองรับการทำงานของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การมีกล

ยุทธ์ที่มีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้อย่างเพียงพอ มีการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากร โดยเฉพาะในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และความรู้และทักษะในหลากหลายด้านเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนให้สามารถขายสินค้าหรือบริการทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการพัฒนาความรู้และทักษะในหลากหลายด้าน เพื่อสนับสนุนให้สามารถขายสินค้าหรือบริการทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น มีระบบจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management--KM) แบบออนไลน์ ที่สามารถจัดกลุ่มองค์ความรู้ให้เป็นหมวดหมู่ เพื่อสร้างการเรียนรู้ขึ้นในองค์การอย่างต่อเนื่อง เป็นต้น นอกจากนี้ ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์และผู้บริหารควรมีส่วนผลักดันให้เกิดองค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization--LO) เพื่อให้เกิดผลิตภาพที่ดีขององค์การและความเจริญทางเศรษฐกิจในยุคสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้

2. ผู้ประกอบการธุรกิจธนาคารออนไลน์ ควรศึกษาคุณภาพการบริการให้เหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้บริการให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดในอนาคต และเพื่อให้การดำเนินงานด้านการตลาดเกิดประสิทธิภาพสูงสุด เนื่องจากผลจากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ส่วนตัวเดือนแตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการในด้านต่าง ๆ แตกต่างกันไป รวมทั้ง ธุรกิจควรให้ความสำคัญในด้านความจงรักภักดี เนื่องจากมีความสำคัญต่อกำไรในระยะยาว จึงควรวางแผนกลยุทธ์การตลาดที่มุ่งความสำคัญสู่กลุ่มลูกค้าที่มีความจงรักภักดีเป็นหลัก เพราะกลุ่มลูกค้าที่จงรักภักดีจะมีปริมาณการซื้อมากขึ้น เนื่องจากมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้า จึงส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้นและรักษาสวนครองตลาดให้เหนือจากคู่แข่งขั้นได้ ธุรกิจอาจนำระบบ CRM (Customer Relationship Management) มาใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยการติดต่อกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยไม่รบกวนลูกค้ามากเกินไป ซึ่งอาจใช้การติดต่อผ่าน e-mail address ที่ลูกค้าให้ไว้ โดยการส่งข่าวสาร e-news, โปรโมชันส์ต่างๆ ในแต่ละช่วงเวลาของธุรกิจ และการจัดส่ง e-card ในเทศกาลต่างๆ รวมถึงส่งการ์ดวันเกิดให้กับลูกค้าด้วย เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เนื่องจากผลการวิจัยระดับแนวโน้มพฤติกรรมในด้านความจงรักภักดีของลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกิจ

3. ผู้ประกอบการธุรกิจธนาคารออนไลน์ ควรมีการพัฒนาระบบให้มีคุณภาพการบริการทั้งด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านคุณภาพของเว็บไซต์ ด้านการเข้าถึงจิตใจผู้ใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ และด้านความสามารถในการให้บริการ โดยการพัฒนาเว็บไซต์ให้มีคุณภาพ

ทั้งในด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านประโยชน์การใช้งาน รวมทั้งมีขั้นตอนการทำธุรกรรมที่สามารถอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและมีความปลอดภัย เนื่องจากการมีเว็บไซต์ที่มีคุณภาพและความปลอดภัยจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และเกิดความเชื่อมั่นในการเข้ามาใช้บริการ และความเชื่อมั่นในสินค้าและธุรกิจ ซึ่งส่งผลต่อการกลับมาซื้อใหม่ของลูกค้า

5.3.1.2 ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาครัฐ มีดังนี้

1. การเพิ่มศักยภาพและความสามารถแก่ผู้ประกอบการ การสนับสนุนของภาครัฐเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพและความสามารถแก่ผู้ประกอบการธุรกิจธนาคารออนไลน์ โดยการส่งเสริมให้มีการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างเต็มที่ เป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ความสามารถอย่างเพียงพอ และมีความรู้ที่ทันสมัยต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี การพัฒนาให้มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แก่ธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะธุรกิจที่มีการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีการจัดทำคลังข้อมูลการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจ

2. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ โดยการสนับสนุนและปรับปรุงการให้บริการโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมมีความทั่วถึงทุกพื้นที่ การให้บริการมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ และอยู่ในระดับราคาที่ยอมรับได้ รวมทั้ง การสนับสนุนในด้านข้อบังคับและกฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้สามารถนำไปปฏิบัติได้และเกิดประโยชน์ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย เช่น สนับสนุนให้มีการรับรองความน่าเชื่อถือทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น โดยปรับปรุงการออกเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือมาใช้ให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น พัฒนากฎหมายเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้สามารถเอื้อประโยชน์ต่อการประกอบธุรกิจธนาคารออนไลน์ และสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง สนับสนุนด้านเงินทุนเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้สะดวกมากขึ้น เป็นต้น

3. การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แก่ประชาชน และประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับจากการใช้บริการธุรกิจธนาคารออนไลน์ รวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นต่อระบบความปลอดภัยของธุรกิจธนาคารออนไลน์ เพื่อให้ประชาชนเกิดความไว้วางใจในการใช้บริการของธุรกิจออนไลน์มากขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. การวิจัยครั้งต่อไป อาจศึกษาร่วมกับปัจจัยผลกดันอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งข้อค้นพบที่ได้จะนำไปเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการกำหนดกลยุทธ์ และการบริหารงานให้มีผลสำเร็จในระดับที่สูงขึ้น และเป็นแนวทางสำหรับภาครัฐเพื่อแก้ปัญหาการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ของประเทศไทย และพัฒนา ส่งเสริม สนับสนุนให้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยมีการเจริญเติบโตมากขึ้น

2. เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาในขอบเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เท่านั้น ดังนั้น งานวิจัยครั้งต่อไป อาจศึกษาแยกตามภูมิภาค เพื่อให้ทราบความแตกต่างของปัจจัยผลกดันที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค