

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาในเรื่องของการยอมรับเทคโนโลยี ของผู้ใช้งานโม่บายแบงก์กิ้ง ในจังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามประกอบด้วย ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความชอบ ความเคยชิน ความพร้อมด้านเทคโนโลยี การมองเทคโนโลยีในแง่ดี การสร้างนวัตกรรม ความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยี ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี จากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้ศึกษาได้สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการศึกษา
- 5.2 การอภิปรายผลการศึกษา
- 5.3 ข้อเสนอแนะ
- 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานโม่บายแบงก์กิ้ง ในจังหวัดอุบลราชธานี เป็นเพศหญิง จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.2 และเพศชายจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 ส่วนด้านอายุ ส่วนมาก มีอายุในช่วง 31 – 40 ปี จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 โดยมีการศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7

5.1.2 ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ของผู้ใช้งานโม่บายแบงก์กิ้ง ในจังหวัดอุบลราชธานี

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ของผู้ใช้งานโม่บายแบงก์กิ้ง ในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.91 SD=0.58 โดยสามารถเรียงจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.58, SD = 0.68$) รองลงมาคือ ความเคยชิน ($\bar{X} = 4.50, SD = 0.78$) การมองเทคโนโลยีในแง่ดี ($\bar{X} = 4.47, SD = 0.88$) ความคาดหวังในความพยายาม ($\bar{X} = 4.30, SD = 0.76$) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ($\bar{X} = 4.18, SD = 0.77$) แรงจูงใจด้านความชอบ ($\bar{X} = 3.97, SD = 0.74$) ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี ($\bar{X} = 3.91, SD = 0.58$) การสร้างนวัตกรรม ($\bar{X} = 3.73, SD = 1.14$) อิทธิพลทางสังคม ($\bar{X} = 3.41, SD = 0.92$) ความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยี ($\bar{X} = 2.43, SD = 0.98$) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้ง 10 ตัวแปร ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ของผู้ใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง ในจังหวัดอุบลราชธานี โดยสามารถเรียงจากมากไปน้อยได้ดังนี้ (1) ปัจจัยการมองโลกในแง่ดี (2) ปัจจัยสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (3) ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม (4) ปัจจัยการสร้างนวัตกรรม (5) ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (6) ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม (7) ปัจจัยความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยี (8) ปัจจัยแรงจูงใจด้านความชอบ (9) ปัจจัยความเคยชิน และ (10) ปัจจัยความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี

ทั้งนี้ ตัวแปรทั้งสี่ตัวสามารถนำไปใช้ในการพยากรณ์ต่อการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การมองเทคโนโลยีในแง่ดี สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ความคาดหวังในความพยายาม การสร้างนวัตกรรม ได้ร้อยละ 59 ส่วนอีกร้อยละ 41 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น

5.2 การอภิปรายผลการศึกษา

5.2.1 ปัจจัยการมองเทคโนโลยีในแง่ดี

ปัจจัยการมองเทคโนโลยีในแง่ดีส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง ในจังหวัดอุบลราชธานี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Parasuraman and Colby (2015); Shambare (2013) แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีสามารถควบคุมการใช้ชีวิตประจำวันได้ดียิ่งขึ้น สามารถช่วยอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน เช่น ลดข้อจำกัดด้านเวลา เปิด ปิด ทำการของสถาบันการเงิน คือ สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกเวลา ทุกสถานที่ เมื่อมีความประสงค์

5.2.2 ปัจจัยสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน

ปัจจัยสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง ในจังหวัดอุบลราชธานี แสดงให้เห็น ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับ สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ทั้งในด้านความพร้อมในการใช้งาน และความสอดคล้องเหมาะสมต่อผู้ใช้งาน เช่น การใช้โมบายแบงก์กิ้งในการทำธุรกรรมทางการเงินมีความสะดวก ไม่มีเหตุขัดข้องของระบบที่ส่งผลกระทบต่อความไม่สะดวกในการใช้งาน สามารถรองรับได้กับทุกเครือข่าย และทุกระบบปฏิบัติการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Guo et al. (2015); จักรพงษ์ สือประเสริฐสิทธิ์ (2554) พบว่า การที่บริการมีระบบสนับสนุนการใช้งานมากขึ้นจะช่วยให้ผู้ใช้งานมีความยินดีที่จะใช้งานมากยิ่งขึ้น และมีสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีในการใช้งานที่ดีขึ้น จะทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ดีต่อบริการ และมีโอกาสที่จะใช้งานมากยิ่งขึ้น อีกทั้งปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนมีความสัมพันธ์กับการใช้งานจริงของบริการ Mobile Instant Messaging: MIM

5.2.3 ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม

ปัจจัยความคาดหวังในความพยายามส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง ในจังหวัดอุบลราชธานี แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการพยายามเรียนรู้การใช้งานบริการโมบายแบงก์กิ้งด้วยตนเองได้ สามารถใช้งานได้ง่าย มีความเชี่ยวชาญในการใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติศักดิ์ คุณาฤทธิพล (2557); AbuShanab and Pearson (2007) ที่กล่าวว่าเมื่อผู้ใช้งานเทคโนโลยี ผ่านระบบต่าง ๆ ใช้ความพยายามน้อย จะส่งผลให้บุคคลเกิดความตั้งใจในการใช้

งานมากขึ้น นอกจากนี้ หากระบบที่ใช้บริการใหม่มีความคล้ายกับระบบเดิม ระบบนั้นควรเป็นระบบที่สามารถเรียนรู้ได้ง่าย และใช้งานได้ง่าย

5.2.4 ปัจจัยการสร้างนวัตกรรม

ปัจจัยการสร้างนวัตกรรมส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง ในจังหวัดอุบลราชธานี แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการเป็นผู้นำนวัตกรรมมาใช้ก่อนผู้อื่น มีการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่เสมอ รวมถึงสามารถเป็นผู้ให้คำแนะนำในการใช้งานบริการโมบายแบงก์กิ้งได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติศักดิ์ คุณาฤทธิพล (2557); Parasuraman and Colby (2015) พบว่าการสร้างนวัตกรรมส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี

5.2.5 ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ

ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ ส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง ในจังหวัดอุบลราชธานี แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญ และมีความคาดหวังในการใช้เทคโนโลยี เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น การทำรายการโอนเงิน รับเงิน และการชำระค่าบริการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงลดปัญหาที่จะเกิดขึ้นจากการใช้เงินสดอีกด้วย เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตประจำวันได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mohan (2014); Jansom (2013) พบว่าบุคคลที่มีความคาดหวังในประสิทธิภาพสูง จะมีความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยีสูง รวมถึงการบริการที่มีประสิทธิภาพจะเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาทางเลือกในการใช้งานของบุคคล

5.2.6 ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม

ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม ไม่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง ในจังหวัดอุบลราชธานี แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญกับตัวบุคคล เช่น บุคคลในครอบครัว เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา และบุคคลมีชื่อเสียงในสังคม ในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติศักดิ์ คุณาฤทธิพล (2557) พบว่า อิทธิพลทางสังคม ด้านบรรทัดฐานด้านจิตวิสัยส่งผลในทางลบต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน BU Mobile นั้นอาจเป็นเพราะกลุ่มผู้ใช้งานเป็น เพราะกลุ่มผู้ใช้งานเป็นนักศึกษาที่มีความคิดสร้างสรรค์มีความเป็นตัวของตัวเองสูง และต้องการความเป็นเอกลักษณ์ จึงไม่ต้องการใช้แอปพลิเคชันที่เหมือนกับผู้อื่น รวมถึงงานวิจัย Rondan-Cataluña, Arenas-Gaitán and Ramirez-Correa (2015) ที่ศึกษาเรื่อง การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งในกลุ่มผู้สูงอายุ ในประเทศสเปน พบว่า ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม ส่งผลต่อการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ค่อนข้างน้อย และงานวิจัย Morosan and DeFranco (2016) ที่ศึกษาเรื่อง ความตั้งใจในการยอมรับการใช้งานระบบจ่ายเงินด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารข้อมูลแบบไร้สาย (NFC) ในโรงแรม ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าปัจจัยอิทธิพลทางสังคม ส่งผลต่อ mobile payments in hotels ค่อนข้างต่ำ อย่างไรก็ตามการศึกษาในครั้งนี้ไม่เป็นไปตามทฤษฎีที่ตั้งไว้ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ใช้งานในจังหวัดอุบลราชธานี มุมมองในปัจจัยดังกล่าวอาจไม่ได้ส่งผลต่อผู้ใช้งานในจังหวัดอุบลราชธานีซึ่งมีความแตกต่างของ วิถีชีวิต แนวคิด รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีทางการเงิน ผู้ใช้บริการ มุ่งเน้น ความสะดวก ความปลอดภัย ในการใช้งานมากกว่าการใช้งานตามบุคคล หรือ อิทธิพลทางสังคมอาจส่งผลต่อผู้ใช้งานโดยที่ผู้ใช้งานไม่รู้ตัว อีกทั้งผู้ใช้งานมีการใช้แอปพลิเคชันอื่น ๆ เป็นจำนวนมากแล้ว จึงไม่สะดวกที่จะใช้แอปพลิเคชันตามที่ผู้อื่นแนะนำ เป็นต้น

5.2.7 ปัจจัยความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยี

ปัจจัยความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยี ไม่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้โมบายแบงก์กิ้ง ในจังหวัดอุบลราชธานี แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการไม่ได้มีความเห็นว่าเทคโนโลยีใหม่ ๆ เป็นสิ่งที่เข้าใจยาก อีกทั้งไม่คิดว่าเทคโนโลยีใหม่ ๆ ไม่เหมาะกับตนเอง รวมถึงไม่ได้มีความรู้สึกไม่สบายใจ เมื่อต้องขอคำแนะนำในการใช้งานเทคโนโลยีกับผู้อื่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ มานิต สุวรรณวงศ์พร (2563) พบว่าความรู้สึกไม่สบายใจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการการช่วยเหลือทางการเงินผ่านแพลตฟอร์มไม่สนับสนุนสมมติฐานการวิจัย และไม่สอดคล้องกับดัชนีความพร้อมด้านเทคโนโลยี

5.2.8 ปัจจัยแรงจูงใจด้านความชอบ

ปัจจัยแรงจูงใจด้านความชอบ ไม่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้โมบายแบงก์กิ้ง ในจังหวัดอุบลราชธานี แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการไม่ได้มีความเห็นว่าการใช้โมบายแบงก์กิ้งสามารถควบคุมการใช้จ่ายได้ ซึ่งการใช้โมบายแบงก์กิ้งมีความสะดวกและง่ายต่อการใช้จ่าย มากกว่าการควบคุมการใช้จ่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Morosan and DeFranco (2016); กุลนาถ ภัทธานุวัตรและรพีพร ศรีจำปา (2561) พบว่าแรงจูงใจด้านความชอบไม่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีอย่างไรก็ตามการศึกษาในครั้งนี้ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้เนื่องจากพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้โมบายแบงก์กิ้งในจังหวัดอุบลราชธานีมีความต้องการ และเชื่อมั่นในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านหน้าเคาเตอร์ธนาคารโดยมีพนักงานของธนาคารเป็นผู้ให้บริการ มากกว่าการทำธุรกรรมด้วยตนเอง อีกทั้งยังผู้ใช้งานโมบายแบงก์กิ้งในจังหวัดอุบลราชธานีส่วนใหญ่อาจจะยังไม่มีความสะดวกในการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง และไม่ทราบว่าโมบายแบงก์กิ้งมีบริการทางการเงินที่หลากหลายมากกว่าการ โอน ชำระค่าสินค้าและบริการ เป็นต้น

5.2.9 ปัจจัยความเคยชิน

ปัจจัยความเคยชิน ไม่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้โมบายแบงก์กิ้ง ในจังหวัดอุบลราชธานี แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการ ค่อนข้างต่อการโอนเงินผ่านการโอนเงินผ่านตู้ ATM หรือ หน้าเคาเตอร์ธนาคาร มากกว่าบริการโมบายแบงก์กิ้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Morosan and DeFranco (2016) พบว่าความเคยชินส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในระดับต่ำ อย่างไรก็ตามการศึกษานี้ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเป็นเพราะผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งยังไม่มีประสบการณ์ที่เพียงพอทั่วถึง ในการใช้งาน และสร้างความเข้าใจต่อผู้ใช้งานถึงวิธีการใช้โมบายแบงก์กิ้ง อีกทั้งต้องขยายตลาดให้ครอบคลุมผู้ใช้บริการทุกกลุ่มอาชีพ เป็นต้น

5.2.10 ปัจจัยความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี

ปัจจัยความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี ไม่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้โมบายแบงก์กิ้ง ในจังหวัดอุบลราชธานี แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการไม่ได้คิดว่าปัจจุบัน ผู้คนพึ่งพาเทคโนโลยีมากเกินไป และไม่คิดว่าคนส่วนใหญ่พึ่งพาเทคโนโลยี และส่งผลให้ผู้คนมีความสัมพันธ์ต่อกันน้อยลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Parasuraman and Colby (2015) อย่างไรก็ตามการศึกษานี้ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากผู้ใช้งานโมบายแบงก์กิ้งก็มีความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี ซึ่งในปัจจุบันผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งมีการพัฒนาระบบให้มีความปลอดภัยเพื่อสร้างความมั่นคงปลอดภัยให้กับระบบของสถาบันการเงินและประชาชนผู้ใช้บริการ โดยมีการปรับปรุงการกำกับดูแลความเสี่ยงด้าน IT อย่างต่อเนื่อง

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี โมบายแบงก์กิ้งในภาพรวมของประเทศไทย ซึ่งปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยี โมบายแบงก์กิ้ง ได้แก่ ปัจจัยการมองโลกในแง่ดี ในมิติของการมองโลกในแง่ดี ผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้งควรให้ความสำคัญเนื่องจากเป็นปัจจัยที่เกิดการยอมรับเทคโนโลยีมากที่สุด โดยการสื่อสารไปยังผู้ใช้งาน สร้างความเข้าใจ รวมถึงสร้างทัศนคติที่ดีแก่ผู้ใช้งานให้มีความสนใจ และมีความเข้าใจ เพื่อเกิดการยอมรับเทคโนโลยี ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของผู้ใช้งานรวมถึงการก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประเทศไทยที่ภาครัฐ และเอกชนพยายามผลักดันให้เกิดขึ้นเนื่องจากสามารถลดต้นทุนในการผลิต จัดเก็บ ธนบัตร

อีกทั้งยังสะดวกต่อการใช้เงิน และการทำธุรกรรมทางการเงิน รวมถึงความปลอดภัยที่อาจมีความเสี่ยงในการใช้เงินสดในโอกาสต่าง ๆ ผลการวิจัยในครั้งนี้ ธนาคารที่ให้บริการโมบายแบงก์กิ้ง และหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องในการดำเนินโครงการระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ สามารถนำไปวิเคราะห์ และนำไปใช้ประโยชน์ได้โดยช่วยให้ทราบและตระหนักถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการยอมรับและใช้งานบริการโมบายแบงก์กิ้ง ซึ่งนำไปสู่การกำหนดนโยบาย พร้อมทั้งกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้ระบบการให้บริการโมบายแบงก์กิ้งเกิดประสิทธิภาพสูงสุด สามารถรองรับ และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานโมบายแบงก์กิ้งได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ ผู้วิจัยขอสรุปและข้อเสนอแนะดังนี้

5.3.1 สรุปและข้อเสนอแนะตามปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งในจังหวัดอุบลราชธานี

5.3.1.1 ปัจจัยการมองเทคโนโลยีในแง่ดี ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับ โมบายแบงก์กิ้งที่ช่วยอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันใช้บริการได้ทุกสถานที่ ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา เปิด-ปิดทำการของสถาบันการเงิน ช่วยทำให้ผู้ใช้งานมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ผู้ให้บริการควรเพิ่มช่องทางการให้บริการ โดยหาพันธมิตร เช่น ร้านสะดวกซื้อ 7-11 Tesco Lotus Big C หรือบริษัทต่าง ๆ แม้กระทั่งร้านค้า ที่สามารถทำธุรกรรมผ่านช่องทางโมบายแบงก์กิ้ง ได้ เช่น การชำระบิลตามใบแจ้งหนี้ชำระสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้มีความครอบคลุมการใช้บริการมากยิ่งขึ้น

5.3.1.2 ปัจจัยสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการอำนวยความสะดวกในการสมัคร ไม่ยุ่งยาก พนักงานยินดีให้การช่วยเหลือและแก้ปัญหาจากการใช้งานได้อย่างทันท่วงที หรือมีหน่วยงานสำหรับรับเรื่องหากเกิดปัญหาของระบบการใช้งานตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อช่วยสร้างความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการว่าจะได้รับการแก้ปัญหาในทุก ๆ ครั้งที่เกิดขึ้น ซึ่งธุรกรรมทางการเงินเป็นเรื่องละเอียดอ่อน และไม่ควรมีข้อผิดพลาด อีกทั้งมีความสะดวกต่อการชำระเงินเพื่อซื้อสินค้าออนไลน์หรือแม้แต่ชำระค่าบริการต่าง ๆ รวมไปถึงการจ่ายค่าสาธารณูปโภคทั้งค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าโทรศัพท์ที่ไม่ต้องไปจ่ายถึงเคาน์เตอร์ เพียงโอนเงิน ผ่านระบบออนไลน์ สามารถทำธุรกรรมทางการเงินทุกรูปแบบได้อย่างง่ายดาย และสามารถตรวจสอบยอดเงิน สรุปข้อมูลการโอนเงิน ข้อมูลการถอนเงิน และข้อมูลทางการเงิน เพื่อส่งเข้าอีเมลล์ส่วนตัวได้อย่างสะดวกซึ่งทำให้ง่ายต่อการตรวจสอบธุรกรรมดังกล่าวได้ตลอดเวลา เป็นต้น

5.3.1.3 ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการใช้งานบริการโมบายแบงก์กิ้งน่าจะเป็นบริการที่สามารถใช้งานได้ง่าย มีการออกแบบ Application ให้มีความทันสมัย มีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย มีการทำคู่มือการสมัคร และการใช้งานที่สะดวกต่อ

การเรียนรู้ ทำความเข้าใจในการใช้งานมีความเหมาะสมทุกเพศ ทุกช่วงวัย ซึ่งจะทำให้การให้บริการ โฆษณาแบบกึ่งก็งได้รับความนิยม และเกิดความเชื่อมั่นในการใช้งาน

5.3.1.4 ปัจจัยการสร้างนวัตกรรม ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการสร้าง นวัตกรรมโดยเฉพาะแผนการลงทุนด้านไอทีและระบบงานต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ ด้านดิจิทัล มุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านระบบชำระเงินผ่านช่องทางดิจิทัล ที่ครอบคลุมการใช้งานหลากหลาย รูปแบบตามความต้องการและไลฟ์สไตล์ของผู้ใช้บริการ ทั้งในกลุ่มผู้รับชำระเงิน และผู้จ่ายเงิน รวมถึง การเปิดตัวโฆษณาแบบกึ่งก็งเวอร์ชันใหม่ที่ทันสมัย มีความแตกต่างจากเดิม เพื่อช่วยสร้างประสบการณ์ การใช้งานที่ดียิ่งขึ้น รวมถึงการพัฒนาบริการใหม่ ๆ เพิ่มเติม เช่น การเปิดบัญชีผ่านออนไลน์โดยยืนยัน ตัวตนผ่านระบบ National Digital ID Platform เป็นต้น

5.3.2 สรุปและข้อเสนอแนะตามปัจจัยที่ผู้ประกอบการจะต้องมีการพัฒนาและปรับปรุง

5.3.2.1 ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ผู้ประกอบการควรปรับปรุงความคาดหวังใน ประสิทธิภาพ อย่างเช่น โฆษณาแบบกึ่งก็ง ต้องมีขั้นตอนในการโอนเงินที่น้อยลง ไม่ซับซ้อน เกิดความ สะดวก และเข้าใจได้ง่าย แต่ยังคงมีความปลอดภัยในการลดขั้นตอนการโอนนั้นควบคู่กัน เป็นต้น

5.3.2.2 ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี ผู้ประกอบการควรปรับปรุงการ เพิ่มระบบความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการใช้งานโฆษณาแบบกึ่งก็งของผู้ใช้บริการที่มี แนวโน้มเพิ่มมากขึ้น เช่น การถูกโจมตีจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ ซึ่งในปัจจุบันมีรูปแบบการโจมตี ที่มากขึ้น มีหลากหลายรูปแบบการโจมตี ในการโจมตีระบบที่สำคัญขององค์กร ดังนั้นผู้ให้บริการควรมี แผนการประเมินความเสี่ยง เพื่อให้ผู้ใช้บริการโฆษณาแบบกึ่งก็งเกิดความเชื่อมั่นถึงความปลอดภัยของ การใช้เทคโนโลยีทำธุรกรรมทางการเงิน เป็นต้น

5.3.2.3 ความเคยชิน ผู้ประกอบการควรปรับปรุงแอปพลิเคชันให้มีความน่าสนใจ เกิด ความอยากทดลองใช้ ซึ่งให้เห็นถึงความสะดวกในการใช้งาน และช่วยแนะนำ สนับสนุนกลุ่มลูกค้าทุก ช่วงวัย ที่ยังไม่คุ้นเคยในการใช้โฆษณาแบบกึ่งก็ง ให้เกิดการเรียนรู้นวัตกรรมให้เข้าใจได้ง่าย และสามารถ ใช้โฆษณาแบบกึ่งก็งในชีวิตประจำวันได้อยู่เสมอ มากกว่าการทำธุรกรรมผ่านเคาเตอร์ธนาคาร และตู้ ATM

5.3.2.4 แรงจูงใจด้านความชอบ ผู้ประกอบการควรปรับปรุงแอปพลิเคชัน ให้มีฟังก์ชันที่ ตอบสนองความต้องการ และศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการได้อย่าง ตรงจุดมุ่งหวัง ของผู้ใช้งาน เช่น การเพิ่มฟังก์ชันการควบคุมการโอนเงิน และสามารถสรุปค่าใช้จ่าย โดยแยกหมวดหมู่การใช้จ่ายได้ นอกจากจะเป็นแอปพลิเคชันการทำธุรกรรมทางการเงินแล้ว ยังสามารถจดบันทึกค่าใช้จ่ายได้ในเวลาเดียวกัน ง่ายต่อการจดจำ และควบคุมการใช้จ่ายได้ สร้างความ พึงพอใจ และตอบสนองความต้องการทำให้เกิดแรงจูงใจในการใช้งานโฆษณาแบบกึ่งก็งมากขึ้น เป็นต้น

5.3.2.5 อิทธิพลทางสังคม ผู้ประกอบการควรปรับปรุงการตลาดของธนาคาร เช่นการนำ ดารา นักแสดง หรือบุคคลมีชื่อเสียง ที่กำลังมีกระแสนิยมในขณะนั้นมาเป็นพรีเซ็นเตอร์ เพื่อสร้าง แรงจูงใจให้เกิดความต้องการใช้งาน และเป็นที่ยอมรับซึ่งบุคคลที่มีชื่อเสียงมีส่วนในการสร้างแรงบันดาลใจ เพิ่มความน่าเชื่อถือ น่าไว้วางใจ และน่าใช้งานตาม เป็นต้น

5.3.2.6 ความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยี ผู้ประกอบการควรปรับปรุงการสร้าง การรับรู้แก่ผู้ใช้บริการให้เข้าใจถึงความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาโฆษณาแบบกึ่งก็งตอบสนองความต้องการของ

ผู้ใช้งานทุกกลุ่ม และแสดงให้เห็นว่าโมบายแบงก์ก็ถูกออกแบบเพื่อให้คนทั่วไปสามารถใช้งานได้อย่างเท่าเทียม เป็นต้น

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

5.4.1 การศึกษาเรื่องปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง ในจังหวัดอุบลราชธานี เป็นการศึกษาในจังหวัดเดียวซึ่งอาจไม่ได้รับความคิดเห็นที่หลากหลาย ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อื่น ๆ นอกเหนือจากจังหวัดอุบลราชธานี อาทิ ศึกษาในระดับภูมิภาค ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง ภาคตะวันออก เป็นต้น เพื่อให้สามารถเข้าใจกลุ่มตัวอย่างของแต่ละพื้นที่ ซึ่งมีความพร้อม และการรับรู้ในเรื่องของการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ที่แตกต่างกัน ทำให้บริบทในการตอบแบบสอบถามของแต่ละกลุ่มประชากรมีความแตกต่างกัน ซึ่งหากขยายผลการศึกษาคงครอบคลุมทุกภูมิภาคของประเทศไทย จะทำให้เข้าใจปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ของผู้ใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ในภาพรวมของทั้งประเทศว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่

5.4.2 เนื่องจากงานวิจัยเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research Approach) ควรมีการศึกษาโดยอาจมีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างเชิงลึก หรืองานเชิงคุณภาพ ในรูปแบบของการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือกลุ่มสัมภาษณ์ (Focus Groups) เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับโมบายแบงก์กิ้งในเชิงลึก อีกทั้งศึกษาในมุมมองของผู้ให้บริการ จะทำให้ได้ข้อมูลทั้ง 2 ด้านคือ มุมมองของผู้ให้บริการ และมุมมองของผู้ใช้บริการ ซึ่งจะทำให้สะท้อนความต้องการและการยอมรับการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง อันจะส่งผลให้งานวิจัยในอนาคตมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.4.3 งานวิจัยในครั้งนี้ได้เพิ่มเติมความรู้จากงานวิจัยที่เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี คือ ทฤษฎีดัชนีความพร้อมด้านเทคโนโลยี 2.0 โดยได้เพิ่มปัจจัยที่ยังไม่ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับโมบายแบงก์กิ้ง ได้แก่ ปัจจัยการมองโลกในแง่ดี ปัจจัยความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี ปัจจัยความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยี ซึ่งปัจจัยการมองโลกในแง่ดี ส่งผลต่อการยอมรับโมบายแบงก์กิ้ง ในจังหวัดอุบลราชธานีมากที่สุด แต่ค่า Adjust R-Squared ที่ได้ร้อยละ 59 ส่วนอีกร้อยละ 41 อาจเกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ซึ่งควรมีการวิจัยเพิ่มเติมในปัจจัยอื่น ๆ ร่วมด้วย