

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษาวิจัยและข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะกล่าวถึงผลสรุปจากการวิจัยในการสร้างความผูกพันการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ทางการเงิน กรณีศึกษาอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งและโมบายแบงก์กึ่ง

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่าการพัฒนากรอบแนวคิดของการสร้างความผูกพันในการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ทางการเงิน โดยใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งและโมบายแบงก์กึ่งศึกษาเปรียบเทียบ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าของธนาคารเกิดทัศนคติที่ดีในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งและโมบายแบงก์กึ่งอย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วยปัจจัยด้านค่าบริการ คุณภาพการให้บริการของระบบ การตอบสนองความต้องการลูกค้า ความสัมพันธ์ระหว่างธนาคารกับลูกค้า ผลการวิจัยเชิงคุณภาพให้ข้อสรุปที่คล้ายกับการวิจัยเชิงปริมาณในบทที่ 4

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งอย่างต่อเนื่องนั้น ในครั้งนี้พบว่าทัศนคติได้ส่งผลต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งอย่างต่อเนื่อง ลูกค้าชอบใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งและพร้อมที่จะแนะนำให้กับคนที่รู้จักได้ใช้งานอีกด้วย แสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีทัศนคติที่ดีในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่ง และมีความรู้ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งระดับหนึ่ง จึงส่งผลให้เกิดการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

ในส่วนผลการวิจัยถึงปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติในการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งให้ผลสรุปเพิ่มเติมว่าความสัมพันธ์ระหว่างธนาคารกับลูกค้าอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งเป็นอันดับแรก โดยลูกค้าได้ให้ความสำคัญกับการแจ้งโปรโมชั่นเป็นสิ่งที่สำคัญมากที่สุด ทั้งนี้ลูกค้าต้องการทราบสิ่งที่ธนาคารเสนอให้ว่า ขณะนี้ทางธนาคารมีกิจกรรมทางการตลาดใดบ้าง เพื่อที่ลูกค้าจะได้เข้าร่วมกิจกรรมเหล่านั้นได้ ต่อมาจึงให้ความสำคัญกับการสัมมนาให้ความรู้หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการให้ความสำคัญกับการให้ความรู้ที่ธนาคารจัดให้โดยธนาคารอาจจัดในรูปแบบของการสัมมนาภายในธนาคาร หรือจัดกิจกรรมเพื่อให้ความรู้ในการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่ง ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถสร้างทัศนคติที่ดีในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งได้เป็นอย่างดีเนื่องจาก

นอกจากนี้การตอบสนองของความต้องการของลูกค้าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกยิ่งมากที่สุด โดยลูกค้าได้ให้ความสำคัญกับการทำธุรกรรมได้ตลอด 24 ชั่วโมงกับข้อมูลที่แสดงหน้าจอเข้าใจได้ง่ายมากที่สุด จึงแสดงให้เห็นว่าการสร้างทัศนคติที่ดีนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่ทางธนาคารจะต้องจัดระบบให้สามารถให้บริการได้ตลอดเวลาที่ลูกค้าทำรายการ และการแสดงข้อมูลนั้นจะต้องเป็นข้อมูลที่เข้าใจได้ง่าย หากเกิดความผิดพลาดของข้อมูลไม่ว่าจะเป็นการเขียนที่กำกวมยากต่อการเข้าใจทำให้เกิดความเข้าใจผิด แสดงข้อมูลที่ผิดพลาด ลูกค้าจะเกิดความไม่ไว้วางใจต่อระบบทันที อันนำไปสู่ทัศนคติที่ไม่ดีต่อระบบจนอาจนำไปสู่การเลิกใช้บริการอย่างต่อเนื่องในอนาคต นอกจากนี้บริการที่มีในช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ทางการเงินยังต้องตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า อีกทั้งสามารถทำรายการได้จากคอมพิวเตอร์ทั่วไป โดยไม่ต้องลงซอฟต์แวร์ใดเพิ่มเติม และสุดท้ายระบบต้องใช้งานได้ง่าย โดยจะเห็นว่าการสร้างทัศนคติที่ดีในการให้บริการของอินเทอร์เน็ตแบบคึกยิ่งนั้นจะต้องมีคุณสมบัติในการให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ข้อมูลต้องเข้าใจได้ง่าย บริการตรงใจ ทำรายการได้จากเครื่องคอมพิวเตอร์โดยทั่วไป และต้องสามารถให้บริการได้ด้วยตนเอง สิ่งเหล่านี้ทางธนาคารจะต้องทำการตรวจตราระบบของตนเองอย่างสม่ำเสมอให้สามารถตอบรับต่อความต้องการของลูกค้าตลอดเวลา

คุณภาพการบริการของระบบอินเทอร์เน็ตแบบคึกยิ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกยิ่งเป็นอันดับสาม โดยลูกค้าได้ให้ความสำคัญกับการป้องกันการขโมยข้อมูลเป็นอันดับแรก จากนั้นจึงให้ความสำคัญกับการรักษาข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งจะเห็นได้ว่า ลูกค้านั้นมีความระมัดระวังด้านความปลอดภัยมาก ดังนั้นทางธนาคารจะต้องทำการจัดทำระบบที่มีความปลอดภัยสูงเพื่อให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจว่า ข้อมูลทางการเงินจะไม่ถูกบุคคลภายนอกล่วงรู้โดยที่เจ้าของบัญชีไม่อนุญาต ไม่มีการส่งมอบข้อมูลของลูกค้าให้กับบุคคลอื่น หากลูกค้าทราบว่าข้อมูลของตนรั่วไหล

ค่าบริการที่ลูกค้าของระบบอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งน้อยที่สุด โดยลูกค้าได้ให้ความสำคัญกับการมีแต้มสะสมในการให้บริการทุกครั้งเพื่อใช้แลกประโยชน์ในอนาคต เมื่อใช้ครบจำนวนครั้งที่กำหนดสามารถใช้แลกของรางวัลได้ท้ายสุดเมื่อใช้ถึงจำนวนครั้งที่กำหนดจะได้รับส่วนลดในการรับบริการครั้งต่อไป ตามลำดับ จึงแสดงให้เห็นว่าสิ่งที่ลูกค้าต้องการคือ รางวัลที่จะได้รับจากทางธนาคารซึ่งอาจเป็นรูปแบบของสิ่งของหรือบริการ มากกว่าในรูปแบบของส่วนลด ฉะนั้นทางธนาคารควรมีการจัดรางวัลให้มากกว่าการให้ส่วนลดในการเข้ารับบริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง จึงจะสร้างทัศนคติที่ดีให้กับลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง

จากการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งอย่างต่อเนื่องนั้น ในครั้งนี้พบว่าทัศนคติได้ส่งผลต่อการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งอย่างต่อเนื่อง โดยพบว่าลูกค้าชอบใช้บริการผ่านโมบายแบงก์กิ้งและพร้อมที่จะแนะนำให้กับคนที่รู้จักได้ใช้งานอีกด้วย แสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีทัศนคติที่ดีในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง และมีความรู้ในการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งระดับหนึ่ง จึงส่งผลให้เกิดการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าโมบายแบงก์กิ้งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้โมบายแบงก์กิ้งมากที่สุด โดยลูกค้าได้ให้ความสำคัญกับการสัมมนาเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดทั้งนี้เนื่องจากโมบายแบงก์กิ้งนั้นเป็นช่องทางที่ใหม่ที่สุดที่ธนาคารเปิดให้ลูกค้าของธนาคารได้ใช้บริการทำให้ลูกค้ายังไม่มีความรู้ในการใช้บริการมากนัก ดังนั้นลูกค้าจึงให้ความสำคัญกับประเด็นนี้มากที่สุดด้วยเหตุนี้ทางธนาคารจึงควรที่จะจัดงานสัมมนาหรือกิจกรรมที่ให้ความรู้กับลูกค้าเมื่อลูกค้าทราบรายละเอียด

การตอบสนองความต้องการลูกค้าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้โมบายแบงก์กิ้ง รองลงมา โดยลูกค้าได้ให้ความสำคัญกับการที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง มากที่สุด เนื่องจากลูกค้าพบภาพโทรศัพท์มือถือไว้กับตัวแทบจะตลอดเวลา ดังนั้นเมื่อต้องการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้งจึงมีโอกาที่จะเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ต่อมาจึงให้ความสำคัญกับ บริการที่มีในระบบสามารถตอบสนองความต้องการ และข้อมูลที่แสดงบนหน้าจอสามารถเข้าใจได้ง่าย นั่นคือ ลูกค้าต้องการที่จะทำรายการที่ตนเองต้องการ บนระบบโมบายแบงก์กิ้งในขณะที่ข้อมูลที่แสดงบนหน้าจอจะต้องมีความชัดเจนเข้าใจได้ง่ายไม่ก่อให้เกิดความสับสนในการใช้งาน สุดท้ายคือสามารถทำรายการได้จากโทรศัพท์มือถือทั่วไป และสามารถลูกค้าสามารถใช้งานได้ง่าย เนื่องจากบริการของโมบายแบงก์กิ้งเป็นบริการที่ทำผ่านโทรศัพท์มือถือ ฉะนั้นลูกค้าจึงต้องทำรายการผ่านโทรศัพท์มือถือของตน ทางธนาคารจึงจำเป็นต้องพัฒนาให้โมบายแบงก์กิ้งสามารถทำรายการได้จากโทรศัพท์มือถือทั่วไป เพราะทางธนาคารไม่อาจทราบได้ว่าลูกค้าของตนจะทำรายการผ่านโทรศัพท์มือถือรุ่นใด ยี่ห้อใด นอกจากนี้ยังต้องสามารถใช้งานได้ง่าย เนื่องจากลูกค้าขณะทำรายการมักไม่ทำที่สาขาของธนาคาร แต่มักทำที่บ้าน หรือที่ทำงานตนเอง ซึ่งธนาคารไม่อาจให้คำแนะนำได้อย่างใกล้ชิดดังนั้นจึงต้องทำระบบให้ลูกค้าสามารถทำรายการได้ง่าย สามารถทำรายการได้ด้วยตนเอง ซึ่งเมื่อลูกค้าสามารถใช้งานได้ด้วยตนเองอย่างมั่นใจแล้ว ลูกค้าจะเกิดทัศนคติที่ดีในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง

คุณภาพการบริการของโมบายแบงก์กิ้งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้โมบายแบงก์กิ้งเป็นอันดับสาม โดยลูกค้าได้ให้ความสำคัญกับการป้องกันการขโมยข้อมูลจากบุคคลภายนอกมากที่สุด รองมาคือการรักษาข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งจะพบว่าทั้งอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งและโมบายแบงก์

ค่าบริการจูงใจลูกค้าของโมบายแบงก์กิงเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้โมบายแบงก์กิงเป็นอันดับสุดท้าย โดยลูกค้าได้ให้ความสำคัญกับ เมื่อใช้ครบกำหนดที่ธนาคารกำหนดการรับบริการครั้งถัดไปจะได้รับส่วนลด เมื่อใช้เกินจำนวนครั้งที่กำหนดสามารถแลกของรางวัลได้ การใช้แต่ละครั้งมีแต้มสะสมเพื่อใช้แลกประโยชน์ในอนาคต ในปริมาณที่ไม่แตกต่างกันซึ่งแสดงให้เห็นว่าลูกค้ามิได้ให้ความสำคัญกับเรื่องราคามากนักเนื่องจากช่องทางนี้เป็นช่องทางที่เกิดขึ้นไม่นานจึงทำให้ลูกค้าเกิดความกังวลใจในเรื่องความปลอดภัย และการใช้งานที่ยังไม่มีความรู้มากนัก ดังนั้นทางธนาคารจึงไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงเรื่องค่าบริการมากนักแต่ไม่ควรจะมีราคาค่าบริการที่มากกว่าช่องทางอื่น มิฉะนั้นลูกค้าอาจเกิดทัศนคติที่ไม่ดี เนื่องจากมีราคาค่าบริการแพงกว่าช่องทางอื่นนั่นเอง

การสร้างความผูกพันในการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ทางการเงินทางด้านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงและโมบายแบงก์กิงนั้นมีความแตกต่างกันคือ ด้านค่าบริการจูงใจลูกค้านั้นพบว่าไม่แตกต่างกันอันเนื่องจากปัจจุบันค่าบริการของทั้งสองช่องทางนั้นมีอัตราที่ต่ำกว่าสาขาจึงทำให้ปัจจัยด้านค่าบริการจูงใจไม่มีผลต่อการสร้างความผูกพันในการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ทางการเงิน ต่อมาด้านคุณภาพการให้บริการของระบบ ทั้งสองช่องทางนี้ลูกค้าให้ความสำคัญกับการรักษาข้อมูลทางการเงิน

กล่าวโดยสรุปการจะสร้างความผูกพันในการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ทางการเงินได้นั้น ต้องทำให้ลูกค้ามีทัศนคติที่ดี ซึ่งปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดทัศนคติที่ดีนั้นประกอบด้วยสี่ปัจจัยคือ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างธนาคารกับลูกค้า ปัจจัยด้านการตอบสนองของความต้องการของลูกค้า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ และสุดท้ายคือปัจจัยด้านค่าบริการที่จูงใจลูกค้า ตามลำดับ แม้ว่าทั้งสี่ปัจจัยลูกค้าจะให้ความสำคัญกับทั้งสี่ปัจจัยไม่เท่ากันแต่ทางธนาคารก็ควรจะให้ให้ความสำคัญกับปัจจัย

## 5.2 ประโยชน์ของงานวิจัย

ในการวิจัยเรื่องการสร้างความผูกพันในการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ทางการเงินกรณีศึกษา : อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งและโมบายแบงก์กิ้งนั้น ทำให้ทราบกรอบแนวคิดในการสร้างความผูกพันซึ่งในอดีตยังไม่มีนักวิจัยท่านใด ได้กล่าวในประเด็นต่างๆอย่างครบถ้วน โดยเฉพาะในประเทศไทยยังไม่มียังวิจัยท่านใดทำการศึกษาเปรียบเทียบการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ทางการเงินของทั้งสองช่องทาง ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงเป็นการขยายการศึกษาในอดีตที่มักจะศึกษาเพียงอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งเพียงช่องทางเดียว ซึ่งเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ทางการเงินยังมีอีกหลายช่องทางที่สามารถนำมาเปรียบเทียบกัน เพื่อประโยชน์ในการศึกษาเพิ่มเติมต่อไปและนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดทำเทคโนโลยีในการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ทางการเงิน

## 5.3 ข้อเสนอแนะเชิงบริหาร

ในปัจจุบันธนาคารได้มีการทำธุรกรรมจากลูกค้าเพิ่มขึ้นจากอดีตเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่วนหนึ่งยังทำรายการผ่านสาขาของธนาคาร ทำให้ธนาคารมีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นจากเดิมมาก เพราะต้องขยายสาขา จ้างพนักงานเพิ่ม และอื่นๆอีกมากมายเพื่อที่จะเพิ่มสาขาให้เพียงพอต่อความต้องการ โดยจะเห็นว่าลูกค้ากลุ่มที่ชอบการทำรายการที่สาขานั้นมีอยู่ในทุกวัย เนื่องจากลูกค้ามีความเคยชินกับการทำรายการผ่านสาขาและมีแนวโน้มที่ค่านิยมการทำรายการผ่านสาขาจะยังคงอยู่ต่อไป หากทางธนาคารยังคงนิ่งเฉยไม่ทำการเปลี่ยนแปลงค่านิยมดังกล่าว จึงเป็นหน้าที่ของธนาคารที่จะต้องสร้างช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ทางการเงินเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของจำนวนรายการทางการเงิน พร้อมทั้งสร้างค่านิยมในการใช้งานอิเล็กทรอนิกส์ทางการเงินให้เกิดขึ้น เพื่อที่จะลดต้นทุนของทางธนาคารและเพิ่มจำนวนลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น

การสร้างความผูกพันในการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ทางการเงิน นั้นจะต้องทำให้ลูกค้าเกิดทัศนคติที่ดีให้การเข้ารับบริการซึ่งมีประเด็นที่ต้องทำการพิจารณาหลักสี่ประการคือ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างธนาคารกับลูกค้า ปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ปัจจัยด้านคุณภาพในการให้บริการของระบบ ปัจจัยด้านค่าบริการที่จูงใจลูกค้า

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างธนาคารกับลูกค้า ทางธนาคารควรจัดกิจกรรมเพื่อสื่อสารกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอโดยกิจกรรมแต่ละอย่างจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำการแจ้งให้ลูกค้าทราบทุกครั้ง และเมื่อมีกิจกรรมธนาคารควรจัดให้การสาธิตการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ทางการเงินร่วมด้วย อีกทั้งต้องคอยเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าด้วย เนื่องจากการสร้างความสัมพันธ์นั้นเป็นเหมือนการสื่อสารระหว่างธนาคารกับลูกค้า เมื่อธนาคารได้ข้อมูลความต้องการของลูกค้า ธนาคารก็จะสามารถจัดเตรียมบริการที่เหมาะสมกับลูกค้าได้อันนำไปสู่การสร้างทัศนคติที่ดีต่อไปด้วย

ปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า จะพบว่าลูกค้าตัดสินใจใช้บริการผ่านอิเล็กทรอนิกส์ทางการเงินปัจจัยหลักมาจากการที่สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมงมากที่สุด จึงเป็นธนาคารที่ทางธนาคารจะต้องจัดทำระบบที่สามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมงหรืออาจกล่าวได้ว่าระบบสามารถให้บริการได้ตลอดเวลาที่ลูกค้าต้องการทำรายการนั่นเอง ต่อมาจึงเป็นเรื่องของบริการที่มีต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ข้อมูลที่แสดงบนหน้าจอต้องอ่านง่าย ไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด เนื่องจากสิ่งเหล่านี้ทำให้ลูกค้าเกิดความลังเลในการทำรายการเมื่อเกิดความลังเล ลูกค้าจะเกิดความไม่มั่นใจในการเข้ารับบริการ อันส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีในการเข้ารับบริการผ่านอิเล็กทรอนิกส์ทางการเงิน

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของระบบ จะพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่องเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูลเป็นอย่างมาก เนื่องจากรับบริการทางการเงินนั้นเป็นการให้บริการผ่านระบบ Network ซึ่งอาจมีการลักลอบดักจับข้อมูลได้ทางธนาคารจึงจำเป็นต้องติดตั้งระบบเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูล และแสดงให้เห็นให้ลูกค้ามั่นใจในระบบของธนาคารว่าข้อมูลทางการเงินจะได้รับความปลอดภัย อีกทั้งต้องเตรียมระบบรับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้า ให้ลูกค้าสามารถติดต่อกับธนาคารได้ง่ายและตลอดเวลา เนื่องจากการให้บริการผ่านอิเล็กทรอนิกส์ทางการเงินนั้นเป็นบริการที่เกิดขึ้นได้ตลอด 24 ชั่วโมง ปัญหาจึงมีโอกาสเกิดขึ้นได้อยู่ตลอดเวลาจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ธนาคารจะต้องทำการจัดเตรียมระบบรับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้าให้พร้อมให้บริการอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้จะต้องเตรียมความพร้อมของพนักงานให้มีความพร้อมในการให้คำปรึกษาและแก้ปัญหาให้กับลูกค้า เนื่องจากลูกค้าที่ติดต่อเข้ามาที่ธนาคารต่างคาดหวังให้ธนาคารแก้ปัญหาที่ขึ้นให้ พร้อมคำชี้แจงถึงปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งระบบรับเรื่องร้องเรียนนี้มีผลต่อทัศนคติในการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์เป็นอย่างมาก

ปัจจัยด้านค่าบริการที่สูงใจลูกค้าปัจจัยนี้ส่งผลต่อทัศนคติในแง่ลบที่สุดเนื่องด้วย อัตราค่าบริการปัจจุบันนี้ราคาต่ำกว่าการทำรายการที่สาขาทำให้ลูกค้าเกิดทัศนคติที่ดีในด้านนี้อยู่แล้ว ดังนั้นทางธนาคารจึงไม่จำเป็นต้องให้ความสำคัญด้านนี้มากนัก เพียงแต่ต้องกำหนดราคาในอัตราที่ต่ำกว่าช่องทางสาขาเท่านั้นก็สามารถสร้างทัศนคติได้ไม่ยากนัก

#### 5.4 ข้อเสนอเพื่องานวิจัยในอนาคต

1. ขยายขอบเขตการศึกษาไปอิเล็กทรอนิกส์ทางการเงินเพิ่มเติมเช่น ATM เครื่องรูดบัตร เครดิต เป็นต้น
2. สำหรับลูกค้าที่ไม่ได้ใช้โมบายแบงก์กิ้งหรืออินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งอย่างต่อเนื่อง การศึกษาถึงสาเหตุที่ไม่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งหรือโมบายแบงก์กิ้งอย่างต่อเนื่อง
3. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้โมบายแบงก์กิ้งได้รับความนิยมเท่ากับอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง