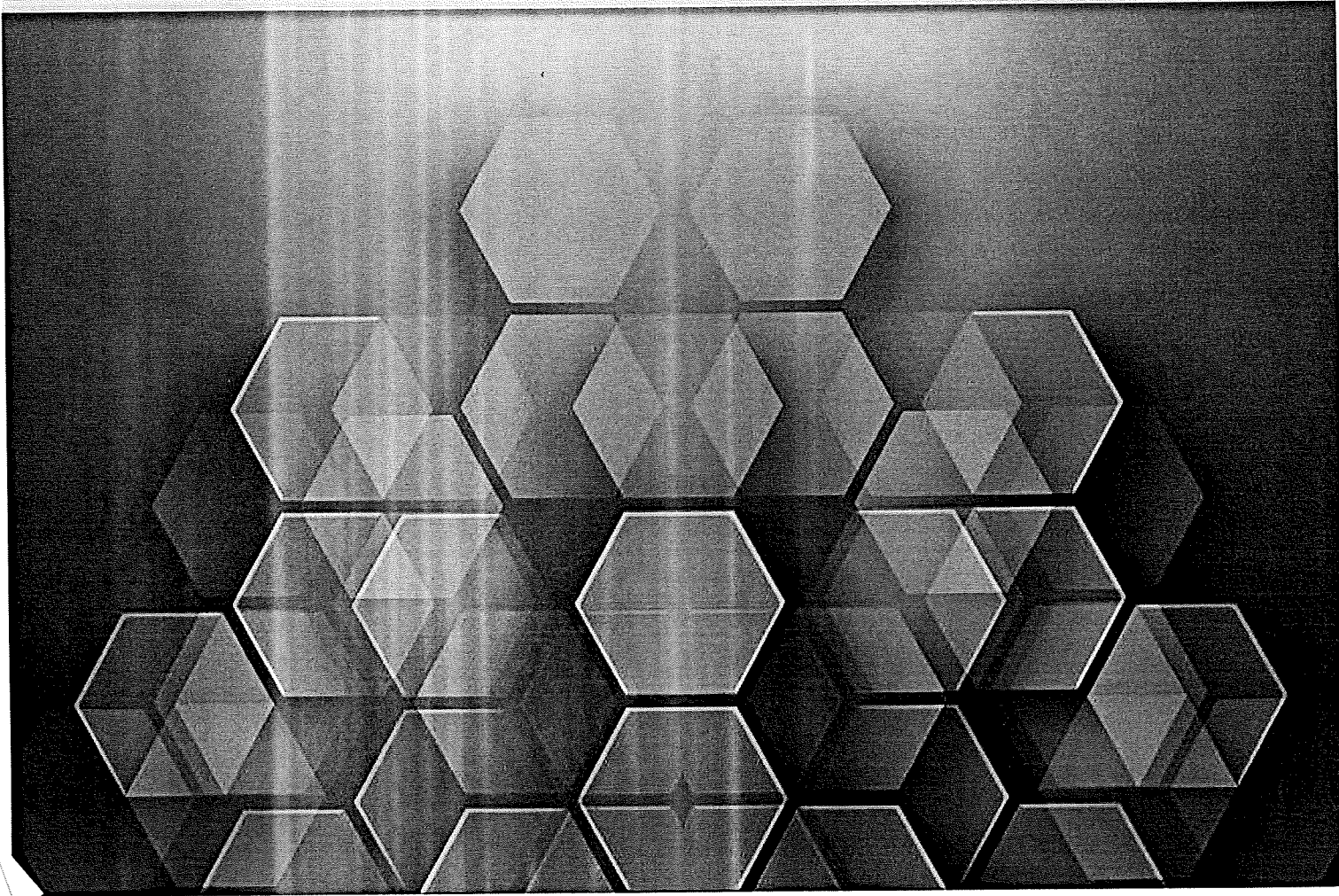




การประชุมวิชาการระดับชาติ เพื่อนำเสนอผลงานวิจัย
ด้านบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

**RU National Conference on Business Management
And Social Science**

วันที่ 28 มิถุนายน พ.ศ. 2561
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง



ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหง

- | | |
|------------------------------------|----------------|
| 1. ศาสตราจารย์ ดร.ปิยะฉัตร | จารุธีรสานต์ |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.แก้วตา | ผู้พัฒนพงศ์ |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.สมพล | ทุ่งหว่า |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญปวีณ์ | รัตน์พงศ์พร |
| 5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภีรภัทร | ภักคีรี |
| 6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วงศ์ธีรา | สุวรรณิน |
| 7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ | บุรณะคุณากรณ์ |
| 8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประยงค์ | มีใจเชื้อ |
| 9. อาจารย์ ดร.นลิน | ตั้งพานิชย์ |
| 10. อาจารย์ ดร.อุษา | บุญถื่อ |
| 11. อาจารย์ ดร.นีสนารา | วงษ์เกิด |
| 12. อาจารย์ ดร.ปรเมษฐ์ | บุญนำศิริกิจ |
| 13. อาจารย์ ดร.เกวถิน | เศรษฐกร |
| 14. อาจารย์ ดร.รุ่งศิริ | เข้มตระกูล |
| 15. อาจารย์ ดร.สุรเชษฐ์ | ไชวเกียรติรุ่ง |
| 16. อาจารย์ ดร.ประพันธ์ | วงศ์บางโพ |
| 17. อาจารย์ ดร.เมธาวี | อนิวรรณพงศ์ |
| 18. อาจารย์ ดร.ศุภสิทธิ์ | จารุพัฒน์หิรัญ |
| 19. อาจารย์ ดร.สนิทนุช | นิยมศิลป์ |
| 20. อาจารย์ ดร.พรมนัส | ศิริธรงค์ศรี |

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัยรามคำแหง

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ราณี อธิชัยกุล
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ปกรณ์ ปรียากร
3. รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์
4. รองศาสตราจารย์ ดร.กล้าหาญ ฌ น่าน
5. รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยฉัตร ล้อมชวการ
6. รองศาสตราจารย์ ดร.ฉลอง ทับศรี
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โชคชัย สุเวชวัฒน์กุล
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย คีเลิศ
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสสินี บุญมีศรีสง่า
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรวัฒน์ จันทิก
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรมงคล นิ่มจิตร
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดินันท์ ชาญโกศล
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษนนท์ บึงไกร
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิพรรณ บิลมานิชญ์
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วงพัศตร์ ภูพันธ์ศรี
19. อาจารย์ ดร.ฉิมณูพงศ์ ศิริโชตินิศากร
20. อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกต
21. อาจารย์ ดร.วิสาสินี วงศ์แก้ว
22. อาจารย์ ดร.ธัญนันท์ บุญอยู่
23. อาจารย์ ดร.รุ่งอรุณ กระแสสินธุ์
24. อาจารย์ ดร.สุภาพร เฟ่งพิศ
25. อาจารย์ ดร.ประสิทธิ์ชัย นรากรณ์
26. อาจารย์ ดร.คทาวุฒิ ตั้งจมาศ

27. อาจารย์ ดร. อริญชัย	ณ ระนอง
28. อาจารย์ ดร. สรร	พัังจันทร์
29. พลเอก ดร. ศรุต	นาควัชระ
30. ดร. จิราทัศน์	รัตนมณีฉัตร
31. ดร. รุตินันท์	วารวินิช
32. ดร. เฉลิมเกียรติ	เฟื่องแก้ว
33. ดร. อรทัย	ทองฤกษ์ฤทธิ
34. ดร. ชรรมรัตน์	ชรรมยาฤทธิ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้สูงอายุ

FACTORS AFFECTING THE ELDERLY INTENTION TO USE AND ADOPT

DIGITAL BANKING PLATFORMS

สุภัทสรามณี¹

อริษา สิริกาญจน²

ชาดาธิเบศร์ ภูทอง³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้สูงอายุ โดยอาศัยทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2) มาใช้ในการศึกษาร่วมในปัจจัยต่างๆ ประกอบไปด้วย อิทธิพลทางสังคม ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ความปลอดภัย แรงจูงใจด้านความบันเทิง และการรับรู้ความสามารถของตนเอง จากกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล จำนวน 153 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์และแบบสอบถามแบบเอกสาร ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ทดสอบความเที่ยงของแต่ละตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนแบค นำผลมาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติต่าง ๆ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลในเชิงบวกต่อแรงจูงใจด้านความบันเทิงในการใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้สูงอายุ รองลงมาคือ สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และความคาดหวังในความพยายามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 นอกจากนี้ ยังพบว่าปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้สูงอายุ รองลงมาคือ ความปลอดภัย สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และแรงจูงใจด้านความบันเทิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามลำดับ

คำสำคัญ : ความตั้งใจในการยอมรับ, บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล, ผู้สูงอายุ

¹นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

³อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Abstract

This research aims to study the factors that affecting the elderly intention to use and adopt digital banking platforms. Based on the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2). Which includes the social influence factor, performance expectancy factor, effort expectancy factor, facilitating conditions factor, security factor, self-efficacy factor and hedonic motivation factor.

The sample used in this research is a group of elderly who used service of the digital banking platform 153 samples. An online and paper questionnaire survey was administrated by convenience sampling and data were collected to test the reliability of each variable with coefficient alpha. The data were analyzed through statistic methods such as descriptive statistics and test the hypothesis by using the simple regression analysis and multiple regression analysis.

Results showed that the factors that most significant positive impact on the hedonic motivation factor are self-efficacy factor, facilitating conditions factor and effort expectancy factor ($p < 0.05$). And the factors that most significant positive impact on the elderly intention to adopt digital banking platforms are self-efficacy factor, security factor, facilitating conditions factor and hedonic motivation factor ($p < 0.05$), respectively.

Keywords : intention to use and adopt, digital banking platforms, the elderly

บทนำ

ปัจจุบันนี้มีผู้คนจำนวนมากที่นิยมทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลของธนาคาร ไม่ว่าจะเป็นการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งเรียกว่า ธนาคารบนอินเทอร์เน็ต (Internet banking) หรือผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ ซึ่งเรียกว่า ธนาคารบนมือถือ (Mobile banking) มากขึ้น เนื่องจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลของธนาคารนั้นทำให้เกิดความรวดเร็ว และสะดวกสบายในการทำธุรกรรมมากขึ้น เพราะลูกค้าสามารถทำธุรกรรมผ่านทางโทรศัพท์มือถือของตนเอง อีกทั้งยังช่วยประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทางอีกด้วย ซึ่งการทำธุรกรรมนี้มีลักษณะการให้บริการที่ค่อนข้างหลากหลาย เช่น การฝากเงิน การถอนเงิน การโอนเงิน หรือ การสอบถามยอดเงิน เป็นต้น โดยในอนาคตการใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลของลูกค้านั้นมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (วรรณพร หวลมานพ, 2558)

ด้วยเหตุนี้ทำให้ธนาคารต้องเร่งพัฒนาลักษณะของบริการให้หลากหลายมากขึ้น เพื่อรองรับความต้องการในการใช้บริการของผู้ใช้บริการธนาคารผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหนึ่งในธุรกรรมที่สำคัญที่มีการทำผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล คือการเลือกใช้บริการธนาคารดิจิทัล (Digital banking) ผ่านทางแอปพลิเคชัน หรือโทรศัพท์ จึงทำให้ธนาคารต่างๆ สร้างแอปพลิเคชัน ธนาคารบนมือถือ (Mobile banking) ของสถาบันการเงินตนเองขึ้นมา เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยแอปพลิเคชันบนมือถือของแต่ละสถาบันการเงินอาจจะมี ลักษณะพิเศษเพิ่มเติมนอกเหนือจากการทำธุรกรรมทางการเงินที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งทั้งสองอย่างนี้ ล้วนเป็นธนาคารออนไลน์ (Online Banking) ทั้งนี้ เพราะต่างต้องใช้งาน Internet เพื่อเข้าถึงบริการ เพียงแค่อยู่บนแพลตฟอร์มดิจิทัลที่แตกต่างกัน (DIGITAL VENTURES, 2560) ตัวอย่างสถาบันการเงินที่ใช้ธนาคารบนมือถือ (Mobile banking) เช่น KTB Netbank ของธนาคารกรุงไทย K Mobile banking ของธนาคารกสิกรไทย SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นต้น

ซึ่งธนาคารดิจิทัล (Digital banking) นั้น ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว มีการซื้อขายสินค้าทางออนไลน์มากขึ้นในทุกเพศ ทุกวัย รวมถึงวัยผู้สูงอายุที่เริ่มใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินแบบดิจิทัลมากขึ้น เนื่องจากในวัยผู้สูงอายุมีกำลังซื้อสูง และมักจะหาความสุขให้กับตนเองโดยการซื้อของที่ถูกรใจ หรือการเดินทางไปพักผ่อนตามสถานที่ต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้สมาร์ตโฟน (Smartphone) ในการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น จองโรงแรม ซื้ออุปกรณ์กีฬา ซื้ออาหารสุขภาพ และซื้อสังหาริมทรัพย์ให้กับลูกหลาน ซึ่งใน 10 ปีข้างหน้า ประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นประมาณ 32.1% ของประชากรทั้งหมดหรือเกือบ 1 ใน 3 โดยกลุ่มผู้สูงอายุกลุ่มนี้ เป็นกลุ่มผู้สูงอายุใหม่ ที่มีความมั่งคั่ง และสุขภาพดี ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มเดิมอย่างสิ้นเชิง (SCB SME, 2559) อีกทั้งยังพบว่ากลุ่มผู้สูงอายุมากกว่า 80% ต้องการใช้บริการธนาคารบนมือถือ (Mobile banking) แต่ความไม่เข้าใจและความกลัวเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้ไม่ยอมใช้งาน การมีผู้ไปให้ความรู้และแนะนำวิธีการใช้งาน คุณสมบัติต่างๆ ภายในแอปพลิเคชัน จะทำให้ผู้บริโภคมั่นใจและกล้าที่จะลองใช้งานได้มากขึ้น (คาริน โขสูงเนิน, 2561)

อย่างไรก็ตามจากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมา พบว่ายังไม่มียานวิจัยใดที่มุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้สูงอายุอย่างจริงจัง ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญที่จะศึกษาเพื่อที่จะเป็นแนวทางในการหากลยุทธ์มาปรับใช้ให้ผู้สูงอายุเกิดความพึงพอใจและสามารถเข้าถึงการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารดิจิทัล (Digital banking) ได้ง่ายขึ้นอีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ความปลอดภัย และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่ส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจด้านความบันเทิงในการใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้สูงอายุ

2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ความปลอดภัย และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้สูงอายุ

3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง ที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้สูงอายุ

ทบทวนวรรณกรรมและการพัฒนาสมมติฐาน

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้สูงอายุ ซึ่งทางผู้วิจัยได้นำทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT2) ของ Venkatesh et al.(2003) มาใช้ในการศึกษาพฤติกรรมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของมนุษย์ (Technology acceptance) เพื่อนำมาประกอบการอธิบายถึงปัจจัยและบริบทต่างๆ ที่ทำให้มนุษย์แต่ละคนเกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี อย่างกว้างขวาง โดยผู้วิจัยได้นำปัจจัยอิทธิพลของสังคม ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ความปลอดภัย การรับรู้ความสามารถของตนเอง และแรงจูงใจด้านความบันเทิงมาใช้ประกอบการศึกษาดังนี้

อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) หมายถึง ระดับการรับรู้ส่วนตัว ที่มีส่วนสำคัญที่ก่อให้เกิดความเชื่อแบบกลุ่ม ว่าควรจะต้องใช้ระบบแบบใหม่ (Venkatesh et al., 2003) ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับความคิดพื้นฐานในรูปแบบการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) แต่จากงานวิจัยของ Gu et al. (2009) พบว่าอิทธิพลทางสังคมนั้นเป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการแอปพลิเคชันบนมือถือ (Mobile Application) ของผู้ใช้บริการ

ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) หมายถึง ระดับความเชื่อส่วนบุคคลที่คิดว่าการใช้บริการธนาคารบนมือถือ (Mobile banking) จะช่วยให้การทำงานของบุคคลนั้นๆมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Venkatesh et al., 2012) ซึ่งจากบทความวิจัยของ AbuShanab and Pearson พบว่าความคาดหวังในประสิทธิภาพ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการทำการค้าผ่านโทรศัพท์มือถือ (AbuShanab & Pearson, 2007; Sun et al., 2010)

ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) หมายถึง ระดับการรับรู้ความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคล (Venkatesh et al., 2012) ซึ่งความสะดวกในการใช้เทคโนโลยีนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานและก่อให้เกิดแรงจูงใจ เนื่องจากบริการธนาคารบนมือถือ (Mobile Banking) เป็นเรื่องที่ใหม่สำหรับลูกค้า ดังนั้นธนาคารควรทำให้ลูกค้ามั่นใจว่า ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมออนไลน์ได้โดยง่ายผ่านโทรศัพท์มือถือของตนเอง (Gu, Lee, & Suh, 2009)

สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานที่ช่วยสนับสนุนให้สามารถใช้งานเทคโนโลยีได้ง่ายขึ้น (Venkatesh et al., 2012) แต่ไม่ใช่ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการยอมรับการใช้งานธนาคารบนอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) ของผู้ใช้งาน (AbuShanab & Pearson, 2007, Tan, Lau, & Young, 2016)

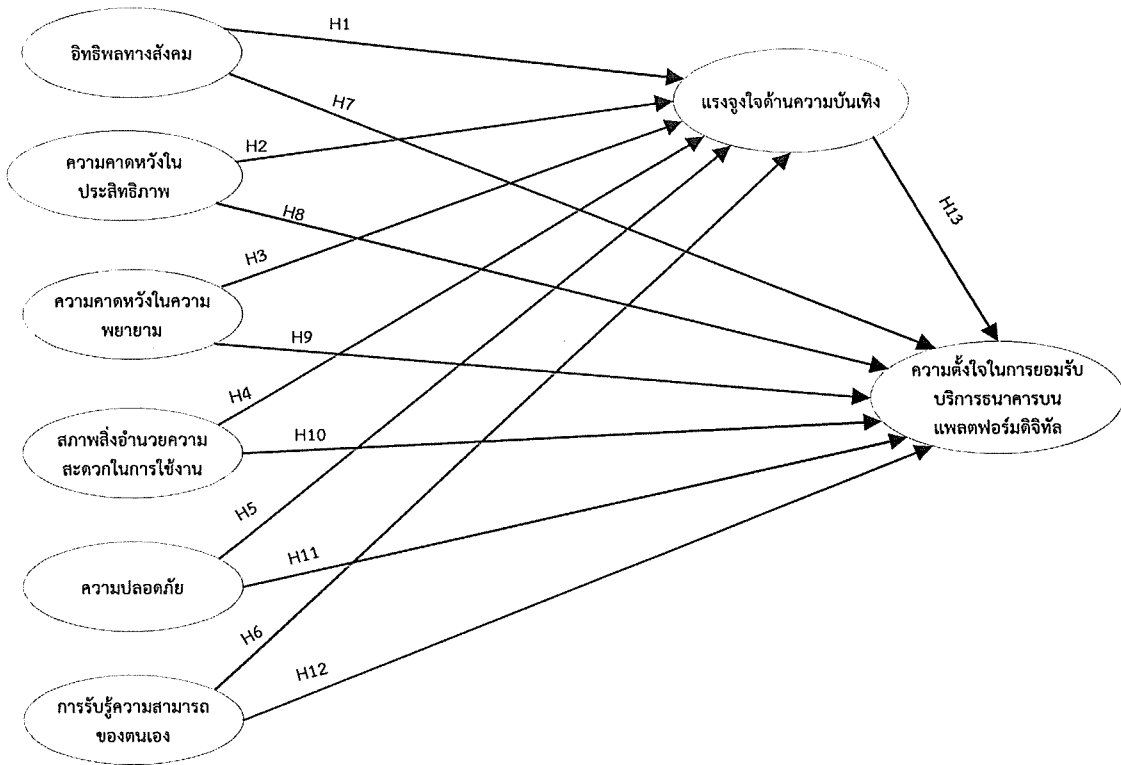
ความปลอดภัย (Security) หมายถึง ระบบรักษาความปลอดภัยที่ธนาคารจัดเตรียมไว้บนแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งในประเทศไทย ระบบรักษาความปลอดภัยนั้นถือเป็นปัญหาที่สำคัญที่สุดที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการยอมรับการใช้งานธนาคารบนมือถือ (Mobile banking) ของลูกค้า (Rotchanakitumnuai & Speece, 2003)

การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) หมายถึง โครงสร้างที่ใช้วัดความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย (Venkatesh et al., 2003) ในงานวิจัยนี้การรับรู้ความสามารถของตนเองคือ การวัดความสามารถในการใช้แอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือ (Mobile banking) ของแต่ละบุคคล ซึ่งส่งผลกระทบต่อความควบคุมพฤติกรรมในการรับรู้แทนที่จะส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนมือถือ (Mobile banking) (Yu, 2014)

แรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic Motivation) หมายถึง ความสนุกหรือความพึงพอใจที่แต่ละบุคคลได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น ธนาคารบนมือถือ (Mobile banking) (Wang & Scheepers, 2012) ซึ่งแรงจูงใจด้านความบันเทิงเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภคโดยตรง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้สูงอายุ โดยผู้วิจัยได้นำทฤษฎีที่เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวาง คือ Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT 2 (Venkatesh et al., 2003) มาทำการศึกษาร่วมในบริบทของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มของผู้สูงอายุ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองและปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง ซึ่งสามารถนำมาสร้างกรอบงานวิจัยได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานงานวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยข้างต้น สามารถนำมาสร้างสมมติฐานงานวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 1 ตารางที่ 1

สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐาน	รายละเอียด
H1	อิทธิพลทางสังคมเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจด้านความบันเทิง
H2	ความคาดหวังในประสิทธิภาพเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจด้านความบันเทิง
H3	ความคาดหวังในความพยายามเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจด้านความบันเทิง
H4	สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจด้านความบันเทิง
H5	ความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจด้านความบันเทิง
H6	การรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจด้านความบันเทิง

H7	อิทธิพลทางสังคมเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล
H10	สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล
H11	ความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล
H12	การรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล
H13	แรงจูงใจด้านความบันเทิงเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้สูงอายุ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์และเอกสาร เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้โปรแกรม G*Power (Version 3) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% ผลการคำนวณทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 153 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จากนั้นดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ และกระดาษ จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้สูงอายุที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งแบบสอบถามประกอบด้วยชุดคำถาม 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล จำนวน 25 ข้อคำถาม โดยใช้มาตราวัด 5 ระดับ ในการใช้วิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทั่วไปและเคยใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้โปรแกรม G*Power (Version 3) (Faul et al., 2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% ผลการคำนวณทำ

ให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 153 ตัวอย่าง และใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ และจัดหมวดหมู่ข้อมูลเพื่อนำมาสรุปและนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยชิ้นนี้ทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยใช้แบบสอบถามเอกสาร และออนไลน์ในการเก็บข้อมูล และส่งแบบสอบถามผ่านทางชุมชนเครือข่ายสังคมเฟซบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (Line) เป็นต้น โดยได้ทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงมีนาคม 2561

การวิจัยมีการทดสอบเครื่องมือ โดยทดสอบความเหมาะสม (Pre-Test) ของแบบสอบถามงานวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน เพื่อประเมินว่าข้อคำถามนั้นง่ายต่อความเข้าใจหรือไม่ หลังจากปรับปรุงแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว จะทำการเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้น (Pilot Test) กับกลุ่มประชากรตัวอย่างอีก 30 คน โดยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค (Cronbach's alpha) โดยใช้เกณฑ์ยอมรับที่ค่ามากกว่า 0.7 เพื่อทดสอบถึงความเที่ยงตรงของแต่ละ Construct และวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความเกี่ยวข้องกันให้อยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน เพื่อที่จะได้ลดจำนวนตัวแปรให้น้อยลง รวมทั้งทำการปรับปรุงข้อคำถามอีกครั้ง เพื่อให้แบบสอบถามครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา และปัจจัยทั้งหมดที่ต้องการศึกษา ก่อนการเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มประชากรตัวอย่างจำนวน 153 คน

วิธีวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

งานวิจัยนี้หลังจากได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว จะทำการตรวจสอบเพื่อให้คะแนน และทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาค่าสถิติและวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. ทำการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมากให้อยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน เพื่อให้ได้จำนวนตัวแปรที่น้อยลง
2. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค (Cronbach's alpha) เพื่อทดสอบความเที่ยงของแต่ละ Construct
3. การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) เพื่อวิเคราะห์หา ตัวแปรต้น 1 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีหลายๆ ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม 1 ตัว ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 ($\alpha = .05$) เป็นเกณฑ์ในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
4. การวิเคราะห์สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เช่น การคำนวณจำนวนร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย

สรุปผลการวิจัย

การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ

ข้อมูลที่จัดเก็บจากกลุ่มตัวอย่างถูกนำไปทดสอบข้อมูลขาดหาย (Missing data) และข้อมูลสุดโต่ง (Outliers) นอกจากนี้ยังทดสอบว่าข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ (Normal) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linearity) มีภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) และมีภาวะร่วมเส้นตรง (Singularity) หรือไม่ ผลการทดสอบพบว่าข้อมูลไม่มีปัญหาด้านข้อมูลขาดหาย ข้อมูลสุดโต่ง และข้อมูลมีการกระจายเป็นแบบปกติ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงและไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ และภาวะร่วมเส้นตรงดังกล่าว

งานวิจัยนี้ได้ทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค พบว่าทุกตัวแปรมีความมากกว่า 0.7 จึงถือว่ามีความเชื่อถือได้สำหรับงานวิจัยแบบ Basic research (Hair et al., 1998) นอกจากนี้ยังได้ทดสอบความตรงของแบบสอบถาม ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) โดยใช้เกณฑ์ที่ข้อคำถามที่จับกลุ่มกันเป็นแต่ละตัวแปรต้องมีค่า Factor loading ไม่น้อยกว่า 0.5 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบได้จำนวนปัจจัยทั้งหมด 8 องค์ประกอบ ได้แก่ อิทธิพลทางสังคม ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ความปลอดภัย การรับรู้ความสามารถของตนเอง แรงจูงใจด้านความบันเทิง และความตั้งใจในการยอมรับบริการ

ตารางที่ 2

ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค
อิทธิพลทางสังคม	0.755
ความคาดหวังในประสิทธิภาพ	0.689
ความคาดหวังในความพยายาม	0.719
สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	0.746
ความปลอดภัย	0.751
การรับรู้ความสามารถของตนเอง	0.791
แรงจูงใจด้านความบันเทิง	0.766
ความตั้งใจในการยอมรับบริการ	0.897

ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง คิดเป็นร้อยละ 58.30 ช่วงอายุตั้งแต่ 50-54 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.90 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.60 ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 34.60 มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนในช่วง 20,001 บาทขึ้นไป เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 34.00

การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple regression) การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) และการทดสอบสมการถดถอยด้วย ANOVA ซึ่งจากการทดสอบพบว่าค่า $b=0$ โดยใช้ค่า p-value ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 เป็นตัวกำหนดนัยสำคัญทางสถิติ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่ายืนยันสมมติฐานที่ 3 สมมติฐานที่ 4 สมมติฐานที่ 6 สมมติฐานที่ 10 สมมติฐานที่ 11 สมมติฐานที่ 12 และสมมติฐานที่ 13 ด้วยค่า p-value ที่น้อยกว่า 0.05 อีกทั้งค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อน (Residual Mean) ถ้วนเป็น 0 นั่นคือ ค่าความคลาดเคลื่อนนั้นคงที่ ซึ่งจะไม่เกิด Heteroscedasticity และไม่มีความสัมพันธ์ร่วมเชิงพหุเส้น (Multicollinearity) ด้วยค่า Tolerance ที่เข้าใกล้ 1 และค่า VIF ไม่เข้าใกล้ 10 ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3

ผลการทดสอบของปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจด้านความบันเทิง

สมมติฐาน	p-value	Beta	R ²	Tolerance	VIF	Residual Mean
1. อิทธิพลทางสังคม	0.705	-0.021	0.724	0.815	1.227	0.000
2. ความคาดหวังในประสิทธิภาพ	0.187	0.122	0.724	0.557	1.794	0.000
3. ความคาดหวังในความพยายาม	0.042*	0.182	0.724	0.527	1.897	0.000
4. สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	0.025*	0.165	0.724	0.597	1.675	0.000
5. ความปลอดภัย	0.623	0.039	0.724	0.825	1.213	0.000
6. การรับรู้ความสามารถของตนเอง	0.000*	0.496	0.724	0.571	1.752	0.000

หมายเหตุ: * คือ p-value < 0.05 และ Adjust R Square = 0.505

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่าอิทธิพลทางสังคมไม่เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจด้านความบันเทิง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพไม่เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจด้านความบันเทิง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ความคาดหวังในความพยายามเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจด้านความบันเทิง เป็น 0.182 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Gu et al. (2009) ที่ชี้ให้เห็นว่า ความคาดหวังในความพยายามส่งผลให้ผู้สูงอายุที่ใช้บริการเกิดแรงจูงใจที่จะใช้บริการมากขึ้น โดยธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล มีการออกแบบที่ง่ายต่อการใช้งาน สามารถทำธุรกรรมทางการเงินตามขั้นตอนได้อย่างถูกต้องเมื่อเกิดปัญหาสามารถแก้ไขด้วยตนเองได้ จึงมีความสัมพันธ์ที่สำคัญกับเจตนาสมัครหรือแรงจูงใจ เนื่องจากการให้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นเรื่องที่น่าตื่นเต้น และใหม่สำหรับลูกค้าในการใช้บริการ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่า สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจด้านความบันเทิง เป็น 0.165 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับการงานวิจัยของ Venkatesh et al. (2012) ที่ชี้ให้เห็นว่าสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีมีการใช้งานที่ไม่ซับซ้อน เมื่อเกิดปัญหาจะมีพนักงานคอยตอบคำถาม และให้ความช่วยเหลือตลอดเวลา เมื่อสิ่งอำนวยความสะดวกดีขึ้น ก็จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดแรงจูงใจในการใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลมากขึ้น

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 พบว่า ความปลอดภัยไม่เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจด้านความบันเทิง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6 พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจด้านความบันเทิง เป็น 0.496 ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Yu (2014) ที่ชี้ให้เห็นว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลกระทบต่อการควบคุมพฤติกรรมในการรับรู้ในการปรับใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

ตารางที่ 4

ผลการทดสอบของปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

สมมติฐาน	p-value	Beta	R ²	Tolerance	VIF	Residual Mean
7. อิทธิพลทางสังคมเป็น	0.421	-0.045	0.767	0.814	1.228	0.000
8. ความคาดหวังในประสิทธิภาพ	0.223	0.112	0.767	0.551	1.815	0.000
9. ความคาดหวังในความพยายาม	0.704	0.034	0.767	0.513	1.951	0.000
10. สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	0.015*	0.181	0.767	0.577	1.733	0.000
11. ความปลอดภัย	0.003*	0.237	0.767	0.823	1.215	0.000
12. การรับรู้ความสามารถของตนเอง	0.000*	0.433	0.767	0.461	2.171	0.000

หมายเหตุ: * คือ p-value < 0.05 และ Adjust R Square = 0.569

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 7 พบว่า อิทธิพลทางสังคมไม่เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 8 พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพไม่เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 9 พบว่า ความคาดหวังในความพยายามไม่เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 10 พบว่า สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล เป็น 0.181 ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tan et al. (2016) ที่ชี้ให้เห็นว่า หากธนาคารสร้างแอปพลิเคชันธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ทำงานอย่างถูกต้องมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และใช้งานง่ายไม่ซับซ้อนจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความตั้งใจในการใช้บริการมากขึ้น

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 11 พบว่า ความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล เป็น 0.237 ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Viriyarungsarit (2017) ที่ชี้ให้เห็นว่า ความปลอดภัยเกี่ยวข้องกับการใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยธนาคารจะมีระบบรักษาความปลอดภัยโดยการส่ง SMS เพื่อเป็นหลักฐานยืนยันการทำธุรกรรมต่างๆ ส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความตั้งใจในการใช้บริการมากขึ้น

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 12 พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล เป็น 0.433 ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Venkatesh et al. (2003) ที่ชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ความสามารถตนเอง เป็นการสร้างมาตรการความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเพื่อให้บรรลุผลตามต้องการ จึงส่งผลให้ผู้ใช้งานมีความตั้งใจในการใช้บริการและยอมรับธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

ตารางที่ 5

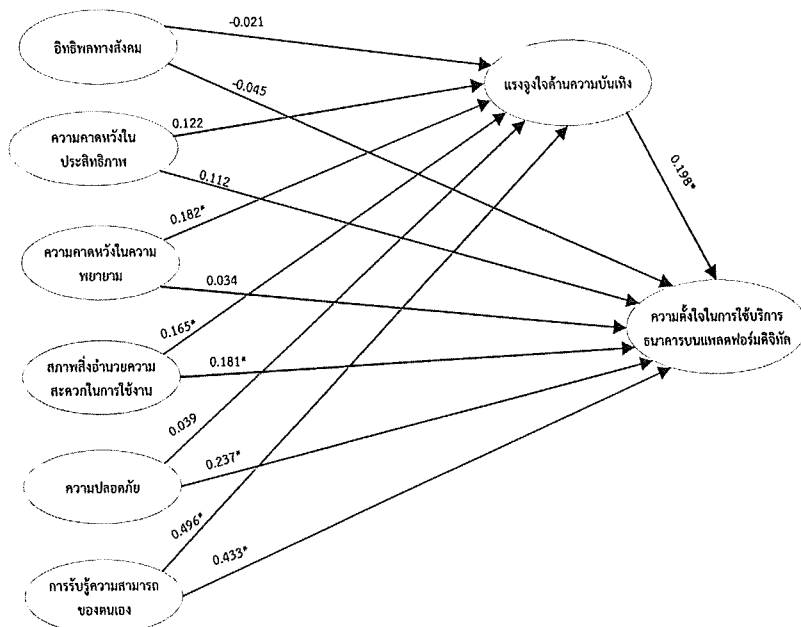
ผลการทดสอบของปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

สมมติฐาน	p-value	Beta	R ²	Tolerance	VIF	Residual Mean
13. แรงจูงใจด้านความบันเทิง	0.015*	0.198	0.767	0.476	2.103	0.000

หมายเหตุ: * คือ p-value < 0.05 และ Adjust R Square = 0.569

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 13 พบว่า แรงจูงใจด้านความบันเทิงเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล เป็น 0.198 ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kumar and Lim (2008) ที่ชี้ให้เห็นว่า ความเพลิดเพลิน และความรู้สึกสนุกสนานในการใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีการออกแบบที่น่าใช้งาน ทำงานได้สะดวกรวดเร็วจึงมีผลต่อความตั้งใจในการใช้งานธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

จากผลการวิจัยข้างต้น สามารถสร้างตัวแบบของผลการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 2



หมายเหตุ: * คือ ตัวแปรอิสระมีผลต่อตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญ p < 0.05

ภาพที่ 2 ตัวแบบของผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้สูงอายุ

เมื่อพิจารณาตัวแปรตาม คือ ปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง พบว่าตัวแปรอิสระ ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิงในการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ และปัจจัยด้านความปลอดภัย เป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิงในการใช้บริการ

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาตัวแปรตาม คือ ปัจจัยด้านความตั้งใจในการใช้บริการ พบว่าตัวแปรอิสระ ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง และปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิงเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ และปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม เป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการ

การอภิปรายผล

ผลการวิจัย พบว่าปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้สูงอายุ มีดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านความปลอดภัย เช่น การที่ธนาคารมีการส่ง SMS เพื่อเป็นหลักฐานในการทำธุรกรรมไปยังผู้สูงอายุที่ใช้บริการ จะส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของความตั้งใจในการยอมรับการใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้สูงอายุ
2. ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง เช่น การแสดงให้ผู้สูงอายุเกิดการรับรู้ว่าการใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลนั้นมีประโยชน์ สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างเข้าใจและถูกต้อง ก็จะส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลเพิ่มขึ้นตามไปด้วย
3. ปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง ซึ่งให้เห็นว่าเมื่อผู้สูงอายุที่ใช้บริการ ได้เข้าไปใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีการออกแบบที่ง่ายต่อการใช้งาน สามารถรับรู้การทำงานได้อย่างถูกต้องตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานและไม่ต้องใช้ความพยายามมารวมถึงสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกที่มามีการทำงานที่ไม่ซับซ้อนสามารถตอบสนองและประมวลผลการทำรายการได้อย่างรวดเร็วและมีพนักงานคอยตอบคำถามให้ความช่วยเหลือเสมอจึงส่งผลเชิงบวกให้ผู้สูงอายุที่ใช้บริการรู้สึกว่าการใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลมีความสะดวก รวดเร็วและก่อให้เกิดแรงจูงใจด้านความบันเทิงจนนำไปสู่ความตั้งใจยอมรับการใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในที่สุด

ประโยชน์ที่ได้รับ

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยแบ่งเป็นด้านทฤษฎีและด้านการนำไปปฏิบัติดังนี้

1. ประโยชน์ในด้านทฤษฎี

ผลของงานวิจัยทำให้เกิดการสร้างตัวแบบที่ใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้สูงอายุ โดยสามารถนำทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT2) และทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) มาเป็นกรอบทางการศึกษาและสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต อีกทั้งผลของงานวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อต่อยอดงานวิจัยในภายภาคหน้าได้ เช่น ศึกษาปัจจัยอื่นๆที่ไม่ได้ทำการศึกษาในงานวิจัยนี้

2. ประโยชน์ด้านการนำไปปฏิบัติ

ประโยชน์ในภาคปฏิบัติจากงานวิจัยนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้เข้ากับธุรกิจได้ โดยแยกออกเป็นมุมมองต่างๆ ดังนี้

1. ธนาคารที่ให้บริการบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

สถาบันทางการเงินที่มีความมุ่งหวังในการสร้างบริการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สามารถช่วยสร้างโอกาสในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรให้ความสำคัญกับการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้จากการใช้บริการ การออกแบบให้ใช้งานได้ง่าย โดยการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ผู้ใช้บริการเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น การโฆษณาให้เห็นถึงความรวดเร็ว ความสะดวกในการใช้งานและความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการ ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ตัวเองได้รับ อันจะส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจด้านความบันเทิงและเกิดความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในที่สุด

2. ผู้พัฒนาและออกแบบการบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

2.1 ด้านความคาดหวังในความพยายามนั้น ผู้พัฒนาและออกแบบการบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบแอปพลิเคชันให้ง่ายต่อผู้สูงอายุที่ใช้บริการ สามารถเข้าใจได้โดยง่าย ซึ่งทำให้ผู้สูงอายุที่ใช้บริการเกิดแรงจูงใจด้านความบันเทิงและได้รับประโยชน์ต่อตนเอง จนนำไปสู่การยอมรับการใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในที่สุด

2.2 ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นอีกปัจจัยที่สำคัญต่อการยอมรับการใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้สูงอายุ โดยผู้ออกแบบและพัฒนาต้องมีการปรับปรุงข้อมูลสารสนเทศให้เอื้ออำนวยต่อผู้สูงอายุที่ใช้บริการให้มากที่สุด เช่น พัฒนาให้แอปพลิเคชันทำงานได้ง่าย ไม่ซับซ้อนและจัดให้มีพนักงานคอยตอบคำถามหรือให้ความช่วยเหลือผ่าน call center ตลอดเวลา

2.3 ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ผู้พัฒนาและออกแบบการบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันให้ผู้สูงอายุที่ใช้บริการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อให้ผู้สูงอายุได้รับแรงจูงใจด้านความบันเทิงและเกิดการยอมรับการใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น รับรู้ว่าใช้ที่ไหนเมื่อไหร่ก็สะดวก ประหยัดเวลาในการเดินทาง และไม่ต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการใช้บริการ

2.4 ด้านความปลอดภัย เป็นอีกปัจจัยที่สำคัญสำหรับผู้สูงอายุที่ใช้บริการ เนื่องจากผู้สูงอายุส่วนใหญ่เกิดความกลัวและความกังวลในการใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ผู้พัฒนาและออกแบบการบริการจึงต้องใส่ใจ และพัฒนากระบวนการส่ง SMS เพื่อเป็นหลักฐานยืนยันการทำธุรกรรมทางการเงินทุกครั้ง

2.5 ด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิงนั้น ผู้พัฒนาและออกแบบการบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาข้อมูลและระบบให้เสถียรอยู่เสมอ ทำให้มีรูปแบบที่ใช้งานง่าย มีการอัปเดตกิจกรรมต่างๆอย่างสม่ำเสมอ อาจจะมีการจัดโปรโมชั่นการใช้งานเพื่อดึงดูดให้ผู้สูงอายุที่ใช้บริการได้มีส่วนร่วม ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจด้านความบันเทิงและเกิดการยอมรับการใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในที่สุด

งานวิจัยในอนาคต

การต่อยอดการวิจัยสามารถทำได้ในหลายๆ แนวทางดังนี้

1. ในการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้สูงอายุ นั้นมีกลุ่มตัวอย่างที่แคบเกินไป ดังนั้นในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรมีการขยายกลุ่มตัวอย่างให้กว้างขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่กว้าง และสมบูรณ์ยิ่งขึ้น
2. ศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆเพิ่มเติมที่อาจส่งผลต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้สูงอายุ เช่น ชื่อเสียงของธนาคารที่ให้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลหรือสิทธิพิเศษที่ได้จากการใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นต้น เพื่อใช้ในการศึกษาเพิ่มเติมในกรอบการวิจัยของงานวิจัยชิ้นนี้
3. ศึกษาและเปรียบเทียบให้เห็นถึงความแตกต่างของการให้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ต (Internet banking) ของแต่ละธนาคารว่าจะส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมยิ่งขึ้น
4. ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยทำการศึกษาจากผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยตรง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน และหลากหลายมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- คาริน โขสูงเนิน. (2018). แข่งคู Digital Banking เจาะชุมชนทรัพย์“สูงวัย”. ค้นเมื่อ (30 มีนาคม 2018), จาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/788656>
- วรรณพร หวลมานพ. (2017). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเค โบบายแบงก์ กิ่งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- A. Kumar, H. Lim. (2008). Age differences in mobile service perceptions: Comparison of generation Y and baby boomers. *Journal of Services Marketing*, 22 (7), 568-577.
- C.S. Yu. (2012). Factors affecting individuals to adopt mobile banking: Empirical evidence from the UTAUT model. *Journal of Electronic Commerce Research*, 13 (2), 104-121.
- C.S. Yu. (2014). Consumer switching behavior from online banking to mobile banking *International Journal of Cyber Society and Education*. 7 (1), 1-28.
- DIGITAL VENTURES. (2016). เข้าใจเทรนด์ Digital Banking – เมื่อการธนาคารต้องรวมเป็นส่วนหนึ่งของไลฟ์สไตล์คนยุค Millennial. ค้นเมื่อ (31 มีนาคม 2018), จาก <http://dv.co.th/blog-th/digital-banking-trend/>
- E. AbuShanab, J. Pearson. (2007). Internet banking in Jordan: The unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) perspective. *Journal of Systems and Information Technology*, 9 (1), 78-97.
- E. Tan, J.L. Lau, B. (2016). Young Behavioural intention to adopt mobile banking among the millennial generation Young Consumers. 17 (1), 18-31.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., and Tatham, R. L. (1998). *Construct Validity and Reliability*. Accessed June 9. Available from <http://wallaby.vu.edu.au/adt-VVUT/uploads/approved/adtVVUT20080416.115505/public/05Chapter4.pdf>.
- J.C. Gu, S.C. Lee, Y.H. Suh. (2009). Determinants of behavioral intention to mobile banking. *Expert Systems with Applications*, 36 (9), 11605-11616.
- Q. Sun, H. Cao, J. You. (2010). Factors influencing the adoption of mobile service in China: An integration of tam. *Journal of Computers*, 5 (5), 799-806
- SCB SME. (2016). ส่องธุรกิจ SME นำจับตา ตลาดผู้สูงอายุ (Aging Society). ค้นเมื่อ (31 มีนาคม 2018), จาก https://scbsme.scb.co.th/sme-inspiration-detail/SCB_Aging

S. Rotchanakitumnuai, M. Speece. (2003). Barriers to internet banking adoption: A qualitative study among corporate customers in Thailand *International Journal of Bank Marketing*, 21 (6/7), 312-323.

S. Viriyarungsarit. (2017). Bank of the year 2017. *Money and Banking Magazine*, 35, 24-28.

V. Venkatesh, J. Y. Thong, X. Xu. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36 (1), 157-178.

V. Venkatesh, M.G. Morris, G.B. Davis, F.D. Davis. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27, 425-478.

Z. Wang, H. Scheepers. (2012). Understanding the intrinsic motivations of user acceptance of hedonic information systems: Towards a unified research model *Communications of the Association for Information Systems*, 30 (1), 255-274.