

บทความวิจัย

การวิเคราะห์รูปแบบนวัตกรรมที่เหมาะสมต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้สูงอายุ

กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุด*

**ตริภาควิชา .บริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร*

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การวิเคราะห์รูปแบบนวัตกรรมที่เหมาะสมต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้สูงอายุ โดยศึกษาพฤติกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรม และความไว้วางใจเป็นตัวแปรส่งผ่าน ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บรวบรวมจากผู้สูงอายุที่มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์กับธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย จำนวน 213 คน ผลการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง พบว่า การแพร่กระจายนวัตกรรมมีผลต่อความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตทั้งทางตรงและทางอ้อม จากการวิจัยครั้งนี้ได้ข้อค้นพบที่สำคัญว่า การแพร่กระจายนวัตกรรมเป็นปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนาการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้สูงอายุ อีกทั้งการแพร่กระจายนวัตกรรมยังช่วยเพิ่มความไว้วางใจในการใช้บริการ ซึ่งส่งผลต่อไปยังพฤติกรรมการตั้งใจในการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุ ทั้งนี้ผลลัพธ์จากงานวิจัยสามารถใช้เป็นตัวแบบสำหรับผู้บริหารในการกำหนดนโยบายหรือแผนกลยุทธ์เพื่อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน และการพัฒนาระบบธนาคารอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้สูงอายุที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องตรงกับความต้องการของผู้สูงอายุในชีวิตประจำวัน

คำสำคัญ: การแพร่กระจายนวัตกรรม, ความไว้วางใจ, พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้, ธนาคารอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้สูงอายุ, นวัตกรรมผู้สูงอายุ, แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง

Research

*An Analysis of innovative models suitable for behavior intention to use
Internet banking for seniors*

*Kanokkarn Snae Namahoot**

*Dr. Department of Business Administration, Faculty of Business Economics and Communications,
Naresuan University*

Abstract

The purpose of this research is to analyze the appropriate Internet banking for seniors by using diffusion of innovation theory and trust as mediator variables. Online questionnaires were collected from 213 Thai seniors' people who had saving accounts with commercial banks in Thailand. The results of the Structural Equation Modeling (SEM) analysis indicated that diffusion of innovation does have a direct influence on trust and indirect influence on behavioral intention to use Internet banking. The results of this research significantly found that diffusion of innovation is a major factor in developing the Internet banking. It also increases trust in the service, which in turn affects the behavioral intention to use Internet banking services for seniors. Furthermore, the results of this research can be used as a model for executives in formulating relevant policies and strategies to achieve competitive advantages; and developing an efficient Internet banking system for seniors that is in accordance with the needs of seniors in everyday life.

Keyword: Diffusion of Innovation Theory, Trust, Behavioral Intention to Use, Internet banking for senior, Innovation for senior, Structural equation model



บทนำ

ปัจจุบันได้มีการนำเอาอินเทอร์เน็ตมาใช้ประโยชน์อย่างหลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การประยุกต์ใช้กับภาคธุรกิจบริการต่างๆ เพื่อประโยชน์ในการสื่อสารทางการตลาดให้กับธุรกิจ เช่น การติดตามข่าวสาร การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการค้นหาข้อมูล เป็นต้น หรือเป็นเครื่องมือในการเพิ่มช่องทางการให้บริการ การติดต่อสื่อสาร การทำธุรกรรมทางการเงิน การชำระสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยที่อินเทอร์เน็ตสามารถให้บริการได้ตลอด ชั่วโมง 24 ในสังคมผู้สูงอายุ จากการศึกษาของ Lena et. al (2009) ที่ศึกษาปัญหา ด้านสังคมของผู้สูงอายุในอินเดียมีประเด็น ที่สอดคล้องกับปัญหาของผู้สูงอายุดังกล่าวข้างต้น ซึ่งผลการศึกษาพบว่า เกือบครึ่งหนึ่งของผู้สูงอายุไม่สามารถอ่านเขียนได้ คิดเป็นร้อยละ 48 ทำให้ไม่มีความสุขในการใช้ชีวิต อีกทั้งทัศนคติของบุคคลทั่วไป คือ ไม่สนใจหรือละเลยต่อผู้สูงอายุ คิดเป็น ร้อยละ 5.68 อีกทั้งปัญหาหนึ่งในยุคปัจจุบันที่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วย คือ การปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีที่ทันสมัย แม้ผู้สูงอายุจะเริ่มปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์แต่ถือว่า ยังเป็นส่วนน้อย ยังพบว่าผู้สูงอายุอีกจำนวนมากยังไม่สนใจเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้อาจ เนื่องจากความยากต่อการใช้งาน และผู้สูงอายุไม่มีประสบการณ์หรือมีประสบการณ์น้อยอีกทั้งเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มีก้าวหน้าเร็วมาก ทำให้ผู้สูงอายุที่ยังล่าช้าและขาดทักษะความรู้ทางคอมพิวเตอร์ที่จะทันต่อความก้าวหน้าในเทคโนโลยียุคปัจจุบัน

สำหรับการให้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ต ในประเทศไทยนั้น พบว่าในเดือนธันวาคม มีจำนวน 2559 การเปิดบัญชีใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตประมาณ 15,095,29 บัญชี และมีมูลค่ารายการ 696,706 ธนาคารแห่งประเทศไทย) พันล้านบาท, 2560) โดยลูกค้าสามารถใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตในการชำระค่าบริการต่างๆ ได้ตลอด ชั่วโมง นอกจากนี้บาง 24 ธนาคารได้มีการเพิ่มการบริการพิเศษเพื่ออำนวยความสะดวก

สะดวกสำหรับลูกค้า เช่น ลูกค้าสามารถกำหนดวัน เวลา ชำระเงินล่วงหน้าได้เองเพื่อตัดบัญชีให้ตรงกับวันที่ครบกำหนดชำระเงิน ถึงแม้ว่าการบริการจะอำนวยความสะดวกและทำให้เกิดความพึงพอใจต่อลูกค้า เป็นอย่างมาก แต่ก็ส่งผลทำให้เกิดปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้เกิดความเสี่ยงที่มีผลต่อลูกค้าได้ จากการสำรวจแนวโน้มการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตในงานวิจัยของ Yang (1998) ได้คาดการณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีของการบริการทางด้านธนาคารอินเทอร์เน็ต มีการเติบโตอย่างรวดเร็วและคาดว่าเติบโตมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นควรให้ความสำคัญถึงข้อจำกัดในการนำเทคโนโลยีเหล่านี้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องทางด้านการจัดการธนาคารอินเทอร์เน็ตอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ahn et al. (2007) ที่ได้ทำการเพิ่มประสิทธิภาพของข้อมูลในการให้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ต อาทิเช่น ความรวดเร็วในการประมวลผลของข้อมูล ความถูกต้องแม่นยำ ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ และง่ายต่อการใช้งาน อีกทั้งยังมีการเพิ่มประสิทธิภาพทางด้านของความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูล การระบุตัวตนในการใช้บริการ และการสร้างความไว้วางใจในการทำธุรกรรม ที่สามารถทำให้ระบบธนาคารอินเทอร์เน็ต มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น (Martins et al., 2014)

ทั้งนี้ด้วยอิทธิพลของนวัตกรรมเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่มีความบริการหลากหลายรูปแบบที่แทรกซึมเข้ามาสู่ชีวิตประจำวันในทุกกลุ่มสังคมและทุกวัยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้นี้ จึงส่งผลทำให้มีบุคคลกลุ่มหนึ่งในสังคมที่ต้องพบกับปัญหาและความยุ่งยากในการใช้ชีวิตประจำวัน ทำให้เกิดการวิตกกังวลในการยอมรับการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน ซึ่งมีความรู้สึกถึงความยากต่อการเรียนรู้ ความไม่ปลอดภัย ในการยอมรับการใช้นวัตกรรม เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในส่วนต่างๆ คือ กลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่คุ้นเคยกับนวัตกรรมเทคโนโลยีอันทันสมัย โดยได้รับผลกระทบอย่างมาก เช่น ไม่สามารถรับบริการของรัฐในหลาย



บริการที่จำเป็นต้องใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาในการบริการนั้นๆ หรือเสียโอกาสจากการไม่สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารทั้งของภาครัฐและภาคเอกชนด้วย การขาดศักยภาพและขาดความมั่นใจที่จะใช้บริการนวัตกรรม อุปกรณ์ที่ทันสมัย และโปรแกรมคอมพิวเตอร์โดยที่แนวโน้มในอนาคตบุคคลกลุ่มนี้จะยิ่งถูกผลกระทบให้ถอยห่างจากการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะไม่อาจใช้ช่องทางการสื่อสารของนวัตกรรมระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นและใช้เป็นทางเลือกเพื่อเพิ่มช่องทางการใช้บริการที่มีความสะดวกสบายในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาถึงการรับรู้ปัญหาในการยอมรับการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุแล้ว ซึ่งถือว่าเป็น จุดเริ่มต้นที่ดีสำหรับการพัฒนานวัตกรรมและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของศูนย์การเรียนรู้ให้สอดคล้องและเหมาะสมกับผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้นในอนาคต ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจทำการวิเคราะห์รูปแบบนวัตกรรมที่เหมาะสมต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้สูงอายุ โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง เพื่อให้ได้แบบจำลองที่เป็นต้นแบบนำไปสู่การวางมาตรการ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการวางแผนกลยุทธ์ของผู้บริหารและกำหนดนโยบายของรัฐบาล โดยสามารถนำมาพัฒนามาตรฐานในการให้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้สูงอายุ อีกทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ผู้สูงอายุเกิดความเชื่อมั่น ในการใช้บริการ พร้อมทั้งสร้างความไว้วางใจให้กับผู้สูงอายุที่มีความต้องการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตได้มากที่สุด ทำให้ผู้สูงอายุสามารถลดขั้นตอน และประหยัดเวลาในการที่ต้องเดินทางมาทำธุรกรรมที่ธนาคารด้วยตนเอง ในขณะที่เดียวกันธนาคารก็สามารถลดเวลา ค่าใช้จ่ายทางด้านบุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อีกทั้งยังสามารถใช้เป็นจุดแข็งทางการตลาดที่ทำให้เกิดการแข่งขันเชิงเทคโนโลยีที่สามารถดึงดูดค่าให้เข้ามาใช้บริ การธนาคารอินเทอร์เน็ตมาก

ยิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ของธนาคารดียิ่งขึ้นไป ด้วย เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการบริการ และสร้างความไว้วางใจของธนาคารอินเทอร์เน็ตได้ต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มและตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลอง การยอมรับนวัตกรรมที่เหมาะสมต่อพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้สูงอายุ
2. เพื่อศึกษา อิทธิพลของ ปัจจัย การแพร่กระจาย นวัตกรรม ที่ประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ของ การเข้ากันได้ การรับรู้ถึงประโยชน์ของ ความยุ่งยาก ซับซ้อน การทดลองใช้ การสังเกตได้ของนวัตกรรม และปัจจัย ความไว้วางใจที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้สูงอายุ
- 3.

ทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม ทฤษฎีการเผยแพร่ นวัตกรรม (Diffusion of innovation theory: DOI) เป็นทฤษฎีพื้นฐานทางสังคมวิทยา ซึ่ง Moore and Benbasat (Moore and Benbasat, 1991) ได้ปรับใช้แนวคิดคุณลักษณะของนวัตกรรม จากทฤษฎีการรับรู้ด้วยคุณสมบัติ ซึ่งเป็นหนึ่งในองค์ประกอบหลักที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของทฤษฎี DOI เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคล (Black et al., 2002 และ Cheung and Chan, 2000)

แนวคิด และทฤษฎี ของ Roger (2003) ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ คุณลักษณะที่เข้าถึงได้ คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ และคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ ผู้วิจัยนำมาดัดแปลงแบบสอบถาม เพื่อให้ใช้ในการเก็บข้อมูลทั้ง 5 ด้านที่กล่าวมาข้างต้น และข้อมูลที่ได้มาจะส่งผลต่อการ

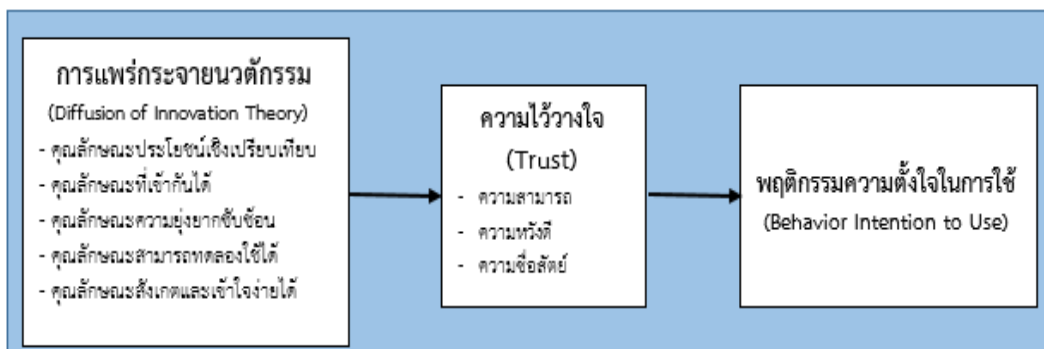


วิเคราะห์ความการยอมรับการใช้วัต กรรม ความ
ไว้วางใจ พฤติกรรมการ ใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ต
สำหรับผู้สูงอายุ เพื่อนำข้อมูลแบบจำลองที่ได้นั้นมา
วิเคราะห์ว่าสอดคล้องกับการตั้งสมมติฐานของผู้วิจัย
หรือไม่ พร้อมทราบถึงปัจจัย ยสำคัญที่ทำให้เกิดการ
ยอมรับการใช้ธนาคารอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้สูงอายุ

ความไว้วางใจ Mayer *et al.* (1999) ได้
อธิบายแนวคิดความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อการบริการ
โดยประกอบด้วย 3 ปัจจัย)1) ความสามารถ
(Competence) คือ ทักษะ ความรู้ ความสามารถของการ
บริการหรือผู้ให้บริการ และพฤติกรรมของบุคคลที่แสดง
ถึงความสามารถในการโน้มน้าวให้เกิดสิ่งต่างๆ หรือการ
โน้มน้าวผู้อื่น)2) ความหวังดี (Benevolence) คือ
ความรู้สึกที่อยากจะทำสิ่งที่ดีมีคุณค่าให้กับผู้ที่ไว้วางใจเรา
และ)3) ความตรงไปตรงมา หรือความซื่อสัตย์(Integrity)
คือ ความส ม่าเสมอในการปฏิบัติตนด้วยความจริงใจ
ตรงไปตรงมาโดยทั้ง 3 ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิด
ความไว้วางใจ และเป็นลักษณะที่ปรากฏอยู่ในตัวของผู้ที่
ได้รับความไว้วางใจ มักจะเป็นผู้ที่มีความตั้งใจจริง จริงใจ
มีความเสมอต้นเสมอปลาย และมีความซื่อสัตย์ ในการ
ให้บริการ ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ว่ามีระดับความ
ไว้วางใจมากน้อยเพียงใด (เช่น ในเชิงบวก ความสามารถ
ของระบบธนาคารอินเทอร์เน็ต ความเอาใจใส่ การรักษา
สัญญาและให้ข้อมูลอย่างตรงไปตรงมาของผู้ให้บริการ
ธนาคารอินเทอร์เน็ต และในเชิงลบ การขาดความ

สม่ำเสมอในการให้บริการ ก ารปฏิบัติไม่เป็นไปตาม
หลักการ เป็นต้น)

พฤติกรรมการใช้บริการ จาก การทบทวน
วรรณกรรมเกี่ยวกับ พฤติกรรมในการใช้บริการธนาคาร
อินเทอร์เน็ต พบว่า มีปัจจัยที่ หลากหลายที่มีผลต่อ
พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ต(Luo *et al.*,
2010; Zhao *et al.*, 2010 และYoon and Steege,
2013) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะบุคคล สังคม
เศรษฐกิจ การเมือง และเทคโนโลยี (Montazemi and
Qahri-Saremi, 2015) สำหรับปัจจัยการเมืองและ
เศรษฐกิจนั้น พบว่า ธนาคารอินเทอร์เน็ตของธนาคาร
เอกชนได้รับความประสบความสำเร็จมากกว่าธนาคาร
ภาครัฐ เนื่องจากธนาคารเอ กชนมีการส่งเสริมการ
พัฒนาการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตให้กับลูกค้าอย่าง
สม่ำเสมอ (Mirza *et al.*, 2009)อีกทั้งจะเห็นได้ว่า
ผู้บริโภคมีความคาดหวังและพฤติกรรม การใช้ธนาคาร
อินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มเพิ่มมากยิ่งขึ้น (Im *et al.*, 2011)
อย่างไรก็ตาม แม้ว่าพฤติกรรม การใช้บริการของแต่ละ
บุคคลมีความซับซ้อนและยากต่อการคาดการณ์ แต่ถือว่าเป็น
สิ่งที่จำเป็นอย่างมากที่ทางธนาคารควรมีการ
พัฒนาการบริการอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของ
คุณภาพการบริการ โครงสร้างเชื่อมั่นและความ
ไว้วางใจ ของธนาคารอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นการเพิ่ม
ประสิทธิภาพการทำงานและเป็นเครื่องมือช่วยในการ
ตัดสินใจการใช้บริการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี(Xue *et al.*, 2011)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ในประเทศไทยที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งหมด 200 ตัวอย่าง (Hair et al., 2010) หมายเหตุ: เพื่อเป็นการพัฒนาแบบจำลองให้รองรับจำนวนผู้สูงอายุ ซึ่งจากการศึกษาแนวโน้มผู้สูงอายุในประเทศไทยพบว่า อีก 5-10 ปี ข้างหน้าจะมีจำนวน ผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นจำนวนมาก (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2560)

2. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ได้จากการทดลองใช้ศึกษานำร่อง (Pilot Study) จำนวน 50 ชุด ในการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น พบว่าค่าแอลฟาของครอนบาชในแบบสอบถามทั้งหมด 25 ข้อคำถาม ได้ใช้ค่าความเชื่อมั่นระหว่าง 0.71-1.00 ตามเกณฑ์มาตรฐานในการพิจารณาคัดเลือกข้อคำถาม และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมดเท่ากับ 0.895 แสดงว่าข้อมูลมีความเหมาะสมดีของคำถามที่มีความสอดคล้องและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และค่าที่ได้อยู่ในระดับที่ยอมรับแบบสอบถามได้ ดังนั้นแบบสอบถามชุดนี้จึงสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลสำหรับดำเนินงานวิจัยจริงได้ (Kline, 2005)

3. การเก็บข้อมูลและการรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถามออนไลน์สู่ กลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยเทคนิคการสุ่มแบบบอกต่อ (Snowball Sampling) ซึ่งเป็นวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างในลักษณะแบบต่อเนื่อง ผ่านกลุ่มเพื่อนหรือบุคคลที่รู้จัก ด้วย ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์และเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Couto et al., 2013) โดยที่กลุ่มตัวอย่างที่ถูกสอบถามเป็นกลุ่มแรกโดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

แบบจำลองที่มีองค์ประกอบเต็มรูปแบบนั้น ต้องประกอบด้วยตัวแปรภายนอก (Exogenous

Variables) และตัวแปรภายใน (Endogenous Variable) ทั้งนี้ตัวแปรภายนอกและตัวแปรภายในประกอบไปด้วย ตัวแปรแฝง (Latent Variable) และตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable) โดยแบ่งออกเป็นแบบจำลองย่อยที่สำคัญ 2 แบบจำลอง (Burnette and Williams, 2005) คือ แบบจำลองการวัด (Measurement Model) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factors Analysis) และแบบจำลองเชิงโครงสร้าง (Structural Model) เป็นการวิเคราะห์อิทธิพลหรือการวิเคราะห์เส้นทางหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรแฝงภายนอกและตัวแปรแฝงภายใน (Byrne, 1998)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 55 เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 41.1 มีช่วงอายุ 45-50 ปี ซึ่งส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.10 ประกอบอาชีพ ข้าราชการ พนักงานของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 32.50 และโดยส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.70

การพิจารณาค่าดัชนีบ่งชี้การมีอิทธิพลของวิธีการวัดแบบ Common-Method Bias (CMB) เพื่อให้ได้ ผลการศึกษาที่มีความน่าเชื่อถือไม่มีความลำเอียงเกิดขึ้น ด้วยเทคนิค Harman Single โดยการพิจารณาจากค่าความแปรปรวนของตัวแปร Common Method Variance (CMV) กล่าวคือ หากปัจจัยสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้มากกว่า 50% แสดงว่า ข้อมูลมีค่าความแปรปรวนเกิดขึ้นและ คำถามตัวแปรต้นไม่ชักนำให้ตอบคำถามตัวแปรตาม ซึ่งทำให้แบบสอบถามขาดความน่าเชื่อถือมีความลำเอียงเกิดขึ้น ผลการตรวจสอบพบว่า 40.14 % ดังนั้น ในการวิจัยนี้จึงไม่นำมาซึ่งปัญหา CMV (Eichhorn, 2014)

การตรวจสอบการแจกแจงแบบปกติ ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมนำมาวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบ



ความแจกแจง โดยในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้พิจารณาจาก ความเบ้ (Skewness) และความโด่ง (Kurtosis) โดย กำหนดค่ามาตรฐาน การแจกแจงของตัวแปรสังเกตที่เป็นแบบปกติควรมีค่าความเบ้ระหว่าง - 2.0 ถึง + 2.0 และความโด่งสามารถมีค่าอยู่ระหว่าง - 7.0 ถึง + 7.0 (Curran et al., 1996) พบว่า ทุกข้อคำถามมีค่าความเบ้อยู่ระหว่าง .1-543 ถึง 0.209 และมีค่าความโด่งอยู่ระหว่าง -0.248 ถึง 1.497 ซึ่งถือว่าเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน

การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้และตรวจสอบภาวะเส้นตรง โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ หากตัวแปรมีความสัมพันธ์เกินกว่า 0.90 จะเกิดปัญหาภาวะร่วมกันของเส้นตรง (Multicollinearity) (Tabachnick and Fidell, 2007) นั่นคือ ภาวะที่ตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กันสูงมากเกินกว่าปกติ จากผลการตรวจสอบ พบว่า ตัวแปรสังเกตทุกตัวแปรไม่มีปัญหาภาวะร่วมกันของเส้นตรง

ตารางที่ 1 ผลวิเคราะห์องค์ประกอบมาตรฐานและความเที่ยงตรง

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน	CR	ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก			
			AVE	BI	DOI	TRS
BI	0.80 – 0.94	0.91	0.78	0.88		
DOI	0.82 – 1.01	0.98	0.91	0.63	0.95	
TRS	0.91- – 1.01	0.98	0.94	0.77	0.70	0.97

จากตารางที่ 1 ผลวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของตัวแปรสังเกต พบว่า ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน อีกทั้งพบว่า ค่า CR ของตัวแปรแฝงของการแพร่กระจายนวัตกรรม ความไว้วางใจ และพฤติกรรมในการใช้ มีค่ามากกว่า ค่า AVE ทุกตัวแปรแฝง ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรแฝงของการแพร่กระจายนวัตกรรม ความไว้วางใจ และพฤติกรรมการใช้บริการ มีความเที่ยงตรงเชิงเหมือน นั่น

คือ ตัวแปรสังเกตทุกตัวที่อยู่ในตัวแปรแฝงแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันภายในเป็นอย่างดี จากนั้นทำการพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงจำแนก พบว่า ค่า AVE ของตัวแปรแฝงทั้งหมด 3 ตัว (DOI, TRUST และ BI) มีค่ามากกว่า ค่า MSV และ ค่า ASV ของตัวแปรแฝงทั้งหมด ดังนั้นสรุปได้ว่า ตัวแปรแฝงของการแพร่กระจายนวัตกรรม ความไว้วางใจ และพฤติกรรมในการใช้ มีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก นั่นคือ ตัวแปรสังเกตทุกตัวมีความสัมพันธ์ภายในตัวแปรแฝงเดียวกันมากกว่าที่จะมีความสัมพันธ์กับตัวแปรสังเกตของตัวแปรแฝงตัวอื่นๆ

การตรวจสอบ แบบจำลองเชิงโครงสร้าง (Structural Model) เป็นการวิเคราะห์หือทธิพลหรือการวิเคราะห์เส้นทางหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรแฝงภายนอกและตัวแปรแฝงภายใน รวมถึงการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของแบบจำลอง (Hair et al., 2010) ผลการตรวจสอบความสอดคล้องแบบจำลองเชิงโครงสร้างสรุปได้ว่า แบบจำลองเชิงโครงสร้าง ในงานวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ดัชนีความสอดคล้องของแบบจำลองเชิงโครงสร้าง

ค่าดัชนี	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าสถิติ
Chi Square (X ²)		483.06
Degrees of freedom		178
CMIN (X ²)/DF	< 3.00	2.714
CFI	≥ 0.9	0.906
TLI	≥ 0.9	0.901
IFI	≥ 0.9	0.907
PNFI	≥ 0.5	0.729



ที่สูงขึ้นต่อการใช้บริการธนาคารดิจิทัล ในทางตรงกันข้ามหากการแพร่กระจายนวัตกรรมที่ไม่ดีส่งผลทำให้เกิดความไว้วางใจที่ลดลงต่อการใช้บริการธนาคารดิจิทัลเช่นกัน

จากผลงานวิจัยนี้ได้ข้อค้น พบที่สำคัญว่า คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน เป็นปัจจัยหลักที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุดของการแพร่กระจายนวัตกรรม ซึ่งประกอบไปด้วย ความสามารถในการเรียนรู้การใช้บริการ ธนาคารดิจิทัล ด้วยตนเองได้ โดยง่ายแม้ว่าจะไม่เคยใช้บริการมาก่อน และ ความสะดวกสบายและมี ประโยชน์ในการใช้บริการ ธนาคารดิจิทัล ซึ่งถือเป็น 2 ปัจจัยที่สำคัญ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็น หลักสำคัญของกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรมต่อผู้ใช้บริการ ยิ่งถ้าสามารถลดความยุ่งยากซับซ้อนในการใช้บริการได้มากเท่าไร ความไว้วางใจในการใช้บริการ จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นทางธนาคารจึงจำเป็นต้องหาวิธีการที่ทำให้ผู้ใช้มีความไว้วางใจในตัวระบบว่าสามารถทำงานได้อย่างถูกต้องไม่มีความผิดพลาดในระหว่างการทำธุรกรรม โดยมีการบริการที่เป็นไปอย่างถูกต้อง และสามารถบันทึกข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินของธนาคารตามลำดับขั้นตอนก่อนหลัง สิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้ใช้รู้สึกถึงความโปร่งใส และหากเกิดข้อผิดพลาดผู้ใช้สามารถตรวจสอบหาข้อมูลได้อย่างครบถ้วน จึงก่อให้เกิดความไว้วางใจต่อการใช้ธนาคารดิจิทัลโดยที่สามารถจัดการการเงินของตนเองได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ ส่งผลทำให้ชื่อเสียงของระบบการบริการไปในทิศทางที่ดีและมีความน่าเชื่อถือสูงขึ้น ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกถึงความน่าเชื่อถือและสามารถให้ความไว้วางใจในการใช้ระบบต่อไปได้

ประการสอง ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการ หมายความว่า หากผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความไว้วางใจเป็นปัจจัยหลัก ส่งผลทำให้ผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการมากยิ่งขึ้น

จากผลงานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบที่สำคัญว่า ด้านความหวังดี เป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุดของความไว้วางใจ เช่น ความโปร่งใส การตรวจสอบได้ และการไว้วางใจในการให้ความช่วยเหลือผู้ใช้เป็นอย่างดี ดีที่สุดของการใช้บริการ ธนาคารดิจิทัล ดังนั้นหากธนาคารสามารถทำให้ผู้ใช้รู้สึกถึงความหวังดีต่อผู้ใช้บริการก็จะทำให้เกิดการบอกต่อและแนะนำผู้อื่นให้ใช้บริการธนาคารดิจิทัล ได้เป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตามผลการศึกษานี้มีความแตกต่างจากงานวิจัยของ Luo et al., 2010 ที่ได้ศึกษาภาพรวมของความไว้วางใจและได้ระบุว่า การทำธุรกรรมผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต เป็นการใช้บริการได้ทุกสถานที่ขอเพียงแต่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต ซึ่งถ้าหากผู้ใช้บริการได้ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบในพื้นที่ภายนอกธนาคาร โดยที่ต้องทำรายการเพียงลำพังผ่านระบบเคี อข่ายอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้รู้สึกถึงความไม่ปลอดภัยในการใช้บริการ ซึ่งทำให้ผู้ใช้เกิดความไม่มั่นใจในตัวเองว่าทำถูกต้องหรือไม่ ข้อมูลรั่วไหลไปทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือไม่ จึงทำให้เกิดความไม่ไว้วางใจ และไม่เชื่อมั่นต่อการใช้ระบบธนาคารดิจิทัลได้

ประการสาม จากการศึกษาตัวแปรส่งผ่านของผลงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ข้อค้นพบที่สำคัญว่า ตัวแปรส่งผ่านความไว้วางใจมีอิทธิพลระหว่างการแพร่กระจายนวัตกรรมกับพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการ หมายความว่า ถ้าสามารถแก้ไขความยุ่งยากซับซ้อนในการให้บริการของระบบให้ดียิ่งขึ้นส่งผลทำให้เกิดความไว้วางใจในความสามารถของระบบและส่งผลทำให้ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการใช้บริการมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทางทฤษฎี
จากงานวิจัยก่อนหน้านี Tomasz Stanislaw Szopiński (2016) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตในประเทศโปแลนด์ โดยใช้ตัวแปรความไว้วางใจ อายุ รายได้ พบว่า สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร



ทางอินเทอร์เน็ตได้เพียง 35.4 %แต่อย่างไรก็ตาม จากผลวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรส่งผ่านของปัจจัยความไว้วางใจ สามารถเพิ่มการพยากรณ์ของแบบจำลองและสามารถอธิบาย ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมในการใช้บริการธนาคารดิจิทัลของผู้สูงอายุได้ โดยจากการศึกษานี้ สรุปได้ว่า การแพร่กระจายนวัตกรรม ความไว้วางใจ สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารดิจิทัล ได้ 60.6% ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยก่อนหน้านี้ พบว่า การศึกษาของเราสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงได้แข็งแกร่งกว่า

ข้อเสนอแนะทางปฏิบัติ

ธนาคารควรสร้างรูปแบบการบริการของธนาคารอินเทอร์เน็ตให้สามารถใช้งานสะดวกสบาย และสามารถตอบสนองเข้ากันได้กับวิถีชีวิต (Life Style) ของผู้สูงอายุ โดยเน้นการเข้าใช้ระบบ ที่ใช้งานง่าย ลดความยุ่งยากและซับซ้อน รวมทั้งธนาคารควรมีนโยบายในการส่งเสริมการบริการ โดยการเพิ่มงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ตามสื่อ โฆษณาต่างๆ เพื่อสร้างความคุ้นเคยให้กับผู้ใช้บริการ ทำให้รู้สึกถึงความไว้วางใจพร้อมทั้งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อการใช้บริการธนาคารดิจิทัล ซึ่งเมื่อผู้ใช้ได้ใช้บริการเหล่านี้แล้วทำให้เกิดความคุ้นเคยและรู้สึกถึงความสะดวกสบาย โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปทำธุรกรรมที่สาขาของธนาคารด้วยตนเองที่ส่งผลทำให้ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการเดินทางและการเสียเวลารอคอยในการทำธุรกรรมแบบ เผชิญหน้า สิ่งเหล่านี้ที่กล่าวมาข้างต้น จะสามารถทำให้ผู้ใช้รู้สึกถึงการบริการที่เข้าถึงได้ง่าย สะดวกสบาย ส่งผลทำให้ผู้ใช้เกิดความไว้วางใจในการใช้บริการมากขึ้น อีกทั้งมีการพัฒนาลักษณะการใช้งาน ที่ผู้ใช้บริการสามารถเรียนรู้การใช้งานด้วยตนเองได้อย่างง่ายแม้ว่าจะไม่เคยใช้บริการมาก่อน เช่น มีวิดีโอสาธิตขั้นตอนการให้บริการอย่างละเอียด หรืออาจใช้วิธีการแนะนำการให้บริการด้วยเสียงแบบที่ละขั้นตอนง่ายๆ ซึ่งเน้นการพัฒนาารูปแบบให้มีความใกล้เคียงกับที่ผู้ใช้เคย

ทำธุรกรรมแบบเผชิญหน้าของธนาคารสาขา เพื่อผู้ใช้บริการจะได้รู้สึกถึงความคุ้นเคยในการใช้บริการ **เอกสารอ้างอิง**

- Byrne, B.M. 1998. "Structural Equation Modeling with LISREL, PRELIS and SIMPLIS." **Basic Concepts, Applications and Programming.** Mahwah, New Jersey.
- Couto, J.P., Tiago, T. and Tiago, F. 2013. "An analysis of Internet Banking in Portugal: the antecedents of mobile banking adoption." **International Journal of Advanced Computer Science and Applications** 4(11): 117-123.
- Curran, P.J., West, S.G., and Finch, G.F. 1996. "The robustness of test statistics to nonnormality and specification error in confirmatory factor analysis." **Psychological Methods** (1): 16–29.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. 2010. "**Multivariate Data Analysis: A Global Perspectives.**" (7th ed) Pearson Prentice Hall, New York.
- Im, I. , Hong, S. and Kang, M.S. 2011. "An international comparison of technology adoption: testing the UTAUT model." **Information and Management** 48(1): 1-8.
- Luo, X., Li, H., Zhang, J. and Shim, J. 2010. "Examining multi-dimensional trust and multi-faced risk in initial acceptance of emerging technologies: An empirical study of mobile banking services."



- Decision Support Systems** 49: 222-234.
- Mayer, R.C. and Davis, J.H. 1999. “The effect of the performance appraisal system on trust for management: A field quasi-experiment.” **Journal of Applied Psychology** 84: 123–136.
- Montazemi, A. R. and Qahri-Saremi, H. 2015. “Factors affecting adoption of online banking: A meta-analytic structural equation modeling study.” **Information & Management** 52(2): 210–226.
- Rogers, E. (2003). *Diffusion of Innovations*, New York, Free Press.
- Tabachnick, B. G. and Fidell, L. S. 2007. “Using Multivariate Statistics.” **Boston: Pearson/Allyn & Bacon (5)**.
- Xue, M., Hitt, L. M., & Chen, P. Y. 2011. “Determinants and outcomes of internet banking adoption.” **Management Science** 57(2): 291-307.
- Yoon, S.H. and Steege, B. M. L. 2013. “Development of a quantitative model of the impact of customers’ personality and perceptions on Internet banking use.” **Computers in Human Behavior** 29(3): 1133-1141
- Zhao, L.A., Lewis, K.N., Lloyd, H.S. & Ward, P. (2010). Adoption of internet banking service in China: is it all about trust. **International Journal of Information Management**, 28, 7-26.