

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของเบบี้บูมเมอร์เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ และเจนเนอเรชั่นวายในประเทศไทย

Factors Affecting Internet Banking Usage of Baby Boomers, Generation X and Generation Y in Thailand

มนัสนันท์ เกียรติสิน¹ นิตยา เจริญประเสริฐ^{2*} และ ศรัญญา กันตะบุตร³
Manussanun Kiattisin¹, Nittaya Jariangprasert^{2*} and Saranya Kantabutra³

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของเบบี้บูมเมอร์ เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ และเจนเนอเรชั่นวาย รวมทั้งศึกษาความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของทั้ง 3 เจนเนอเรชั่น โดยนำทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีมาเป็นโมเดลต้นแบบสำหรับการวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วยตัวแปรต้น 4 ตัวแปรได้แก่ ปัจจัยความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ปัจจัยความคาดหวังในความพยายามในการใช้เทคโนโลยี ปัจจัยอิทธิพลของสังคม และปัจจัยสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยี และตัวแปรตาม คือ การใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ได้แก่ผู้ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งอยู่ในปัจจุบันโดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มตัวอย่าง คือ เบบี้บูมเมอร์ จำนวน 100 คน เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ จำนวน 150 คน และเจนเนอเรชั่นวาย จำนวน 150 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของเบบี้บูมเมอร์ เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ และเจนเนอเรชั่นวายมีความแตกต่างกัน และมีเพียงปัจจัยเดียวที่มีผลต่อทั้ง 3 เจนเนอเรชั่นคือ ปัจจัยความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ โดยปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของเบบี้บูมเมอร์มี 2 ด้าน คือความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ และอิทธิพลของสังคม ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์มี 3 ด้าน คือความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายามในการใช้เทคโนโลยี และอิทธิพลของสังคม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของเจนเนอเรชั่นวายมี 2 ด้าน คือ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ และสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยี

คำสำคัญ: อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง เบบี้บูมเมอร์ เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ เจนเนอเรชั่นวาย UTAUT

*Corresponding Author: email: nitjamgt@hotmail.com

¹ นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

² รองศาสตราจารย์ประจำ ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำ ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Abstract

This study investigates factors influencing internet usage of Baby Boomers, Generation X, and Generation Y. Using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), this study examines the difference of such factors among three generations. The UTAUT model consists of four independent variables, which are performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating conditions, as well as one dependent variable, which is internet banking usage.

The sample consists of three groups of internet banking users, which are Baby Boomers (100), Generation X (150), and Generation Y (150). Descriptive statistics and regression analysis are used in the analysis.

The results reveal that factors influencing internet usage are different among three generations. In fact, performance expectancy is the only factor that influences internet banking usage of all three generations. Specifically, two factors influencing internet banking usage of Baby Boomers are performance expectancy and social influence. However, for Generation X, three factors influencing their internet banking usage are performance expectancy, effort expectancy, and social influence. In addition, two factors influencing internet banking usage of Generation Y are performance expectancy and facilitating conditions.

Keyword: Internet Banking, Baby Boomers, Generation X, Generation Y, UTAUT

บทนำ

ธนาคารพาณิชย์ คือ สถาบันการเงินภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทยที่ทำหน้าที่ในการให้บริการทางการเงินต่าง ๆ อาทิเช่น การรับฝากเงิน การถอนเงิน การโอนเงิน การให้สินเชื่อ การรับชำระเงิน รวมไปถึงการทำธุรกรรมทางการเงินอื่น ๆ ตามที่ได้รับอนุญาตให้แก่ลูกค้าไม่ว่าจะเป็นประชาชนทั่วไป บริษัท ห้างร้าน หรือหน่วยงานราชการ โดยในอดีตธนาคารพาณิชย์จะมีรูปแบบการดำเนินงานโดยเน้นกลยุทธ์การสร้างและขยายสาขาเข้าสู่ชุมชนเป็นหลัก เพื่อให้เกิดความสะดวกสบายและเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย แต่ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ได้มีการปรับปรุงรูปแบบกลยุทธ์และระบบให้สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตของคนในยุคปัจจุบันมากยิ่งขึ้น หรือที่เรียกกันว่ายุคไอที หรือเทคโนโลยีสารสนเทศ เนื่องจากปัจจุบันคนไทยทุกเพศทุกวัยมีการใช้งานและเข้าถึงไอทีในปริมาณที่เพิ่มสูงขึ้นจากอดีตเป็นอย่างมาก อ้างอิงได้จากผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ปี 2559 ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ ETDA (เอ็ตด้า) พบว่าผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านมือถือมีปริมาณเพิ่มขึ้น 9 เปอร์เซ็นต์ จากปี 2558 และเจนเนอเรชันวายใช้อินเทอร์เน็ตผ่านมือถือสูงสุด โดยอุปกรณ์หลักที่ผู้บริโภคนิยมใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต คือ มือถือสมาร์ทโฟน (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), 2559) จากผลการสำรวจจึงเป็นสิ่งที่สามารถยืนยันได้ว่าการปรับเปลี่ยนรูปแบบกลยุทธ์และระบบให้สอดคล้องกับยุคไอทีของธนาคารพาณิชย์เป็นสิ่งที่ถูกต้องและเหมาะสม

นอกจากนี้ผลการสำรวจพบว่าปัจจุบันสัดส่วนประชากรไทยปี 2559 ประกอบด้วยเจนเนอเรชันเอ็กซ์มากที่สุดถึง 23 ล้านคน เป็นบุคคลที่เกิดในช่วงระหว่างปีพ.ศ. 2504 - 2523 เกิดและเติบโตมาพร้อมทั้งวัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมต่างชาติ จึงทำให้มีลักษณะพฤติกรรมที่เด่นชัดคือ เจ้าระเบียบ ให้ความสำคัญในเรื่องงานและครอบครัว มีวินัย มีความคิดเปิดกว้าง พร้อมรับฟังข้อติติงเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาตนเอง ใช้เทคโนโลยีเท่าที่จำเป็น ชอบการติดต่อสื่อสารจากบุคคลสู่บุคคลโดยตรงเป็นกลุ่มที่อยู่ในช่วงเริ่มต้นของวัยทำงาน การดำเนินชีวิตของเจนเนอเรชันเอ็กซ์จะมีความกระตือรือร้น มีความคิดสร้างสรรค์ ประชากรที่มีสัดส่วนเป็นอันดับสองคือ ประชากรในยุคเจนเนอเรชันวาย เป็นบุคคลที่เกิดในช่วงระหว่างปีพ.ศ. 2524 - 2543 อยู่ในยุคของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มีลักษณะนิสัยชอบการแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเองสูง เป็นกลุ่มคนที่ต้องการเรียนรู้ในประสบการณ์ที่หลากหลาย มีความพร้อมในการเรียนรู้ใหม่ๆตลอดเวลา และเนื่องจากอยู่ในช่วงของการพัฒนาเทคโนโลยีทำให้เจนเนอเรชันวายมีความสามารถในการทำงานหลายด้านที่เกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ๆ เช่น การใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงความสามารถในการใช้อุปกรณ์ที่มีความทันสมัย อีกทั้งยังมีความสามารถในการทำงานหลาย ๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน ประชากรที่มีสัดส่วนเป็นอันดับสามของประเทศไทยคือ ประชากรในยุคเบบี้บูมเมอร์ซึ่งเป็นบุคคลที่เกิดในระหว่างปีพ.ศ. 2486 - 2503 มีประสบการณ์ชีวิต การเรียนรู้ทางธุรกิจและความเชี่ยวชาญในอาชีพของตนเอง มักจะมีพฤติกรรมเคารพกติกาสังคมสูง ไม่ค่อยยอมรับความเปลี่ยนแปลงและความหลากหลาย (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2559; Zemke, Raines & Filipczak., 2000)

จากการสำรวจข้างต้นทำให้ทราบว่าประเทศไทยประกอบไปด้วยประชาชนหลากหลายช่วงอายุที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรม การยอมรับเทคโนโลยีหรือการเรียนรู้สิ่งใหม่ได้แตกต่างกัน และความจำเป็นในการแข่งขันของธุรกิจธนาคารที่มีการนำเสนอบริการผ่านอินเทอร์เน็ตแอดด็องกิ้ง อาจจะส่งผลทำให้ประชากรในแต่ละเจนเนอเรชันมีปัจจัยในการเลือกทำธุรกรรมทางการเงินที่แตกต่างกันโดยเฉพาะการทำธุรกรรมผ่านทางออนไลน์ เช่น

อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ดังนั้นการศึกษาคั้งนี้จึงต้องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของทั้ง 3 เจนเนอเรชั่น เพื่อดูว่ามีปัจจัยที่เหมือนหรือต่างกันอย่างไร อันจะนำไปสู่การแนะนำธนาคารพาณิชย์และผู้ที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ในการดำเนินการให้สอดคล้องกับปัจจัยเหล่านั้นในการส่งเสริมการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของทั้ง 3 เจนเนอเรชั่นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของเบบี้บูมเมอร์ เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ และเจนเนอเรชั่นวาย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาคั้งนี้ได้นำกรอบแนวคิดมาจากทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาโดย Venkatesh, Morris, Davis & Davis (2003) ซึ่งพัฒนามาจากการรวมกันของทฤษฎีด้านพฤติกรรม 8 ทฤษฎีที่ประกอบไปด้วย ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล (Theory of Reasoned action: TRA) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB) แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) แบบจำลองการใช้ประโยชน์เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (The Model of PC Utilization : MPCU) ทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม (The Diffusion of Innovation Theory : DOI) แบบจำลองทฤษฎีแรงจูงใจ (The Motivational Model : MM) ทฤษฎีปัญญาทางสังคม (The Social Cognitive Theory : SCT) และทฤษฎีผสมผสานระหว่าง TAM และ TPB (Combined Tam TPB : C-TAM-TAB) ซึ่งโครงสร้างของแต่ละทฤษฎีได้ถูกนำมาสนับสนุนและพัฒนาเป็นโมเดล UTAUT ดังแสดงในตารางที่ 1 (ศุภาสิริ ศรีปิ่นทกุล, 2553)

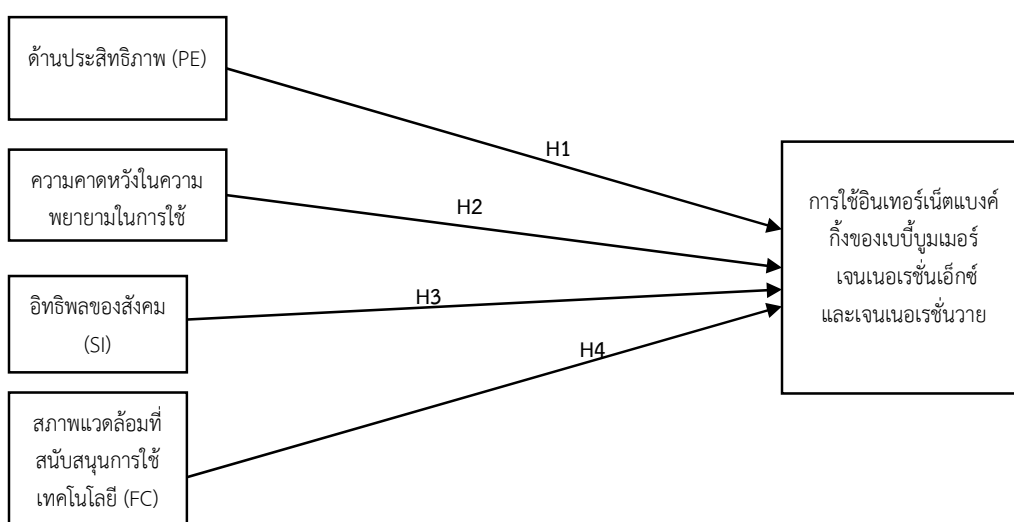
ตารางที่ 1 แสดงการรวมทฤษฎีทั้ง 8 ทฤษฎีเพื่อสนับสนุนโมเดล UTAUT

UTAUT constructs	Sub-construct	Model	UTAUT Model
Performance expectancy	Perceived usefulness	TAM	
	Extrinsic motivation	MM	
	Job-fit	MPCU	
	Relative advantage	DOI	
	Outcome expectations	SCT	
Effort Expectancy	Perceived ease of use	TAM	
	Complexity	MPCU	Venkatesh, Morris, Davis and Davis (2003)
	Ease of use	DOI	
Social Influence	Subjective norm	TRA,TPB, C-TAM-TPB	
	Social factors	MPCU	
	Image	DOI	
	Facilitating Condition	Perceived behavioral control	TPB,C-TAM-TPB
Facilitating conditions		MPCU	
Compatibility		DOI	

ดังนั้นทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี หรือ โมเดล UTAUT จึงประกอบไปด้วยปัจจัยหลัก 4 ปัจจัย ได้แก่ Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence และ Facilitating Condition ซึ่งทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี หรือ โมเดลUTAT เหมาะสำหรับการใช้ในการศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีที่ได้รับแรงขับเคลื่อนจากความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม โดยความตั้งใจนั้นมาจากหลายๆ ปัจจัยดังที่กล่าวมาแล้ว จึงนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของทั้ง 3 เจเนอเรชั่น โดยแต่ละปัจจัยมีคำอธิบายดังนี้

1. ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) คือ ความเชื่อของแต่ละบุคคลว่าเทคโนโลยีสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับผู้ใช้เทคโนโลยี
2. ความคาดหวังต่อความพยายามในการใช้เทคโนโลยี (Effort Expectancy) คือ ความง่ายของการใช้งานเทคโนโลยี
3. อิทธิพลของสังคม (Social Influence) คือ การรับรู้ของแต่ละบุคคลว่ากลุ่มบุคคลอื่นที่มีความสำคัญได้ให้ความคาดหวังหรือเชื่อว่าแต่ละบุคคลควรใช้เทคโนโลยีใหม่
4. สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Condition) คือ ความเชื่อของแต่ละบุคคลว่าโครงสร้างพื้นฐานที่มีจะช่วยส่งเสริมหรืออำนวยความสะดวกให้เกิดการใช้งานได้

นอกจากนี้ยังมีตัวแปรรองจำนวน 4 ตัวแปร ที่มีผลต่อปัจจัยหลัก ได้แก่ เพศ (Gender) เจเนอเรชั่น (Age) ประสบการณ์ (Experience) และความสมัครใจในการใช้เทคโนโลยี (Voluntariness of Use) อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้ได้เลือกศึกษาตัวแปรรองเพียง 1 ตัว คือ กลุ่มอายุ ได้แก่ เจเนอเรชั่นทั้ง 3 เจเนอเรชั่น (เบบี้บูมเมอร์ เจเนอเรชั่นเอ็กซ์ เจเนอเรชั่นวาย) เนื่องจากมีลักษณะพฤติกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะเรื่องการใช้เทคโนโลยีที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน ดังแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บททวนวรรณกรรม

บังอรรัตน์ สำเนียงเพราะ (2554) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสำนักงานเสมือน กรณีศึกษา: หน่วยงานปฏิบัติการภาคสนามองค์กรผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีการนำแบบจำลองทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) มาประยุกต์ใช้ในงานวิจัย และมีการพิจารณาถึงความสำคัญของแต่ละปัจจัยได้แก่ ความคาดหวังจากประสิทธิภาพ ความคาดหวังจากความพยายาม อิทธิพลของสังคม และความพร้อมของอุปกรณ์ที่สนับสนุน ที่มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจใช้ โดยมีปฏิสัมพันธ์ตามอายุ ประสบการณ์การใช้เทคโนโลยี และความสนใจในการใช้เทคโนโลยีผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังจากประสิทธิภาพส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการใช้งานซึ่งไม่เกี่ยวกับเรื่องของอายุ ขณะที่ความคาดหวังจากความพยายามใช้งานก็ส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการใช้งาน โดยไม่เกี่ยวกับเรื่องของอายุและประสบการณ์การใช้เทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้อง สำหรับอิทธิพลของสังคมส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการใช้งาน โดยความตั้งใจในการใช้งานจะขึ้นอยู่กับความสนใจในการใช้งานด้วย สำหรับด้านความพร้อมของอุปกรณ์สนับสนุนก่อให้เกิดพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีซึ่งไม่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับอายุและประสบการณ์การใช้เทคโนโลยี และยังพบว่าความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีอย่างมีนัยสำคัญ

สงวนศักดิ์ แก้วมุงคุณ (2554) ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาชุมชนในภูมิภาคกรณีศึกษาเว็บไซต์หมู่บ้าน โดยการใช้ทฤษฎี UTAUT และทัศนคติที่เกี่ยวกับการใช้งานเว็บไซต์มาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา งานวิจัยนี้มีกลุ่มประชากรคือ ผู้ดูแลเว็บไซต์หมู่บ้าน จำนวน 1,111 คน โดยมีการรวบรวมข้อมูลผ่านการเก็บแบบสอบถามผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาชุมชนในภูมิภาค กรณีศึกษาเว็บไซต์หมู่บ้านไทย ประกอบด้วย 4 ปัจจัยคือ อิทธิพลของสังคมในการพัฒนาเว็บไซต์หมู่บ้าน มีอิทธิพลเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานเว็บไซต์หมู่บ้าน ด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการพัฒนาเว็บไซต์หมู่บ้าน และด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพจากเว็บไซต์หมู่บ้านตามลำดับ

จิฎาตา แก้วแทน (2557) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน: กรณีศึกษา ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี โดยใช้ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ประกอบไปด้วยตัวแปรต้น 4 ตัวแปรได้แก่ ทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ความเชื่อมั่นในการออนไลน์ และการรับรู้ความเสี่ยง ตัวแปรตาม 3 ตัวแปรได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความยากง่ายในการใช้งาน และการตั้งใจใช้งาน มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก จำนวนทั้งสิ้น 550 คน ผลจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้สมาร์ตโฟนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี จำนวนมากที่สุด รองลงมาคืออายุ 31-40 ปี จากการทดสอบโดยใช้สมการการถดถอยพหุคูณ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่ามีเพียงปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเท่านั้นที่ไม่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน ส่วนตัวแปรปัจจัยด้านทัศนคติ ความเชื่อมั่นในการออนไลน์ และการรับรู้ความเสี่ยง เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน ตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ทัศนคติ รองลงมาคือ ความเชื่อมั่นในการออนไลน์ และการรับรู้ความเสี่ยงตามลำดับ นอกจากนี้พบว่าอิทธิพลของตัวแปรที่นำมาพิจารณามีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ 51.6% อีก 49.4% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นๆที่ไม่ได้นำมาพิจารณา

AbuShanab & Pearson (2007) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกกิ้งในประเทศจอร์แดน โดยนำทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีหรือโมเดล UTAUT มาเป็นต้นแบบสำหรับการวิจัย ประกอบไปด้วยตัวแปรต้น 3 ตัวแปร ได้แก่ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายามในการใช้เทคโนโลยี และอิทธิพลของสังคม ตัวแปรตามคือ ความตั้งใจในการใช้งาน โดยมีการเก็บข้อมูลจากลูกค้าของธนาคาร จำนวน 869 คน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกกิ้งในประเทศจอร์แดนประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายามในการใช้เทคโนโลยี และอิทธิพลของสังคม โดยมีตัวแปรรองด้านอายุที่ส่งผลต่อปัจจัยหลัก 2 ปัจจัยคือ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ และความคาดหวังในความพยายามในการใช้เทคโนโลยี ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากจะให้ความสำคัญกับความคาดหวังด้านประสิทธิภาพมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายามสูงกว่าผู้ที่มีอายุมาก

Foon & Fah (2011) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับอินเทอร์เน็ตแบบคึกกิ้งในกัวลาลัมเปอร์ โดยนำทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีหรือโมเดล UTAUT มาเป็นต้นแบบสำหรับการวิจัย ประกอบไปด้วยตัวแปรต้น 5 ตัวแปร ได้แก่ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายามในการใช้เทคโนโลยี อิทธิพลของสังคม สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยี และความเชื่อมั่น ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจใช้งาน โดยมีการเก็บข้อมูลจากประชาชนที่มีอายุในช่วง 21 – 50 ปี จำนวนทั้งสิ้น 200 คน ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีอายุอยู่ในช่วง 21 – 31 ปี และจากการวิเคราะห์พบว่าความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ อาทิเช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ไม่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกกิ้ง และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกกิ้งของประชากรในกัวลาลัมเปอร์มากที่สุด คือ อิทธิพลของสังคม รองลงมาคือ ความคาดหวังในความพยายามในการใช้เทคโนโลยี สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยี ความเชื่อมั่น และคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ตามลำดับ

Tsai (2013) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยนำทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีหรือโมเดล UTAUT มาเป็นต้นแบบสำหรับการวิจัย ประกอบไปด้วยตัวแปรต้น 4 ตัวแปร ได้แก่ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายามในการใช้เทคโนโลยี อิทธิพลของสังคม และการรับรู้ความเสี่ยง ตัวแปรตามได้แก่ ความตั้งใจในการใช้งาน โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้บริการธนาคารภายในประเทศไต้หวัน จำนวน 371 คน ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุในช่วง 26 - 35 ปี และปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการยอมรับในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต คือ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายามในการใช้เทคโนโลยี อิทธิพลของสังคมและการรับรู้ความเสี่ยง นอกจากนี้ยังพบว่าตัวแปรรองที่มีอิทธิพลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้แก่ เพศ อายุ และประสบการณ์

ระเบียบวิธีวิจัย

ขอบเขตเนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกซ์ของเบบี้บูมเมอร์ เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ และเจนเนอเรชั่นวาย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่มีสมมุติฐานดังนี้

- H1: ปัจจัยความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ (PE) มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกซ์ของทั้ง 3 เจนเนอเรชั่น
- H2: ปัจจัยความคาดหวังในความพยายามในการใช้เทคโนโลยี (EE) มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกซ์ของทั้ง 3 เจนเนอเรชั่น
- H3: ปัจจัยอิทธิพลของสังคม (SI) มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกซ์ของทั้ง 3 เจนเนอเรชั่น
- H4: ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้งานเทคโนโลยี (FC) มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกซ์ของทั้ง 3 เจนเนอเรชั่น

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกซ์ของธนาคารใดก็ได้ในประเทศไทยที่อยู่ในช่วงอายุแยกตาม 3 เจนเนอเรชั่น คือ เบบี้บูมเมอร์ เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ และเจนเนอเรชั่นวาย ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดจำนวนตัวอย่างโดยอ้างอิงจาก Sudman (1976 อ้างใน กุณพิศ เวชสาร, 2545) ที่แนะนำการกำหนดจำนวนตัวอย่าง 200-500 ราย ในการศึกษาครั้งนี้จึงกำหนดตัวอย่างแบบโควต้า โดยแบ่งเป็นกลุ่มที่ 1. เบบี้บูมเมอร์หรือผู้ที่เกิดในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2486 – 2503 จำนวน 100 คน กลุ่มที่ 2. เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์หรือผู้ที่เกิดในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2504 – 2523 จำนวน 150 คน และกลุ่มที่ 3. เจนเนอเรชั่นวายหรือผู้ที่เกิดในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2524 – 2543 จำนวน 150 คนรวมจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ราย โดยเก็บข้อมูลแบบออนไลน์ด้วยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ แล้วดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามผ่านทางสื่อออนไลน์ต่างๆ อาทิเช่น เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ เป็นต้น

การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมด้วยแบบสอบถามที่ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกซ์ซึ่งพัฒนามาจากของ Venkatesh, Morris, Davis and Davis (2003) ด้วย Likert Scale 5 ระดับ คือ เห็นด้วยน้อยที่สุด = 1 จนถึง เห็นด้วยมากที่สุด = 5

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกซ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งใช้ Rating Scale คือ ระดับการใช้น้อยที่สุด = 1 จนถึงระดับการใช้นามากที่สุด = 5

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตแบบคึกซ์

การสร้างแบบสอบถามที่เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ใช้วิธีการแปลแบบสอบถามจากต้นฉบับของ Venkatesh, Morris, Davis & Davis (2003) จากนั้นมีการปรับคำถามให้เข้ากับบริบทของการวิจัยครั้งนี้ แล้วให้ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษและภาษาไทย ทำการพิจารณาแบบสอบถามฉบับที่แปลมาพร้อมกับต้นฉบับ เพื่อการปรับปรุงแก้ไข ซึ่งพบว่ามิมีข้อคำถามบางข้อไม่ตรงกับต้นฉบับจึงได้ปรับแก้ไข หลังจากนั้นได้นำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน เพื่อทดสอบความเข้าใจในคำถามของกลุ่มตัวอย่าง โดยพบว่ามิมีข้อคำถามบางข้อจำเป็นต้องปรับเพื่อให้สามารถสื่อสารภาษาไทยกับผู้ตอบแบบสอบถามได้เข้าใจมากขึ้น

เมื่อเก็บแบบสอบถามครบแล้ว ได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability Test) ของสเกลที่ใช้ในการวัดค่าของตัวแปรด้วยครอนบาคแอลฟา (Cronbach Alpha) รวมทั้งการใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability Test) ของแบบสอบถามพบว่าค่าครอนบาคแอลฟา (Cronbach Alpha) ของตัวแปรต้นทั้ง 4 ตัว ได้แก่ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายามในการใช้เทคโนโลยี อิทธิพลของสังคม และสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยี มีค่าระหว่าง 0.757-0.905 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2005) ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach Alpha) ของตัวแปร

ตัวแปร (4 ปัจจัย)	Cronbach Alpha
ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ(Performance Expectancy)	0.859
ความคาดหวังต่อความพยายามในการใช้เทคโนโลยี (Effort Expectancy)	0.891
อิทธิพลของสังคม (Social Influence)	0.905
สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยี (Facilitating Condition)	0.757

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.0 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 21.3 มีประสบการณ์ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคั้ง 1 – 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.3 มีความนิยมใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบคั้งของธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 49.5 และนิยมใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบคั้งผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 79.8

ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคั้ง

จากการศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคั้งพบว่าเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อทั้ง 4 ปัจจัยเหมือนกัน กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังต่อความพยายามในการใช้เทคโนโลยี และสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยี อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง แต่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยอิทธิพลของสังคมอยู่ในระดับเห็นด้วย ขณะที่เบบี้บูมเมอร์มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อทั้ง 4 ปัจจัยอยู่ในระดับเห็นด้วย (ดังแสดงในตารางที่ 3) โดยมี 3 ปัจจัยย่อยที่ทั้ง 3 เจเนอเรชันมีระดับความคิดเห็นเป็นอันดับแรกเหมือนกัน คือ “การใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบคั้งช่วยให้ฉันทำธุรกรรมธนาคารเสร็จรวดเร็วยิ่งขึ้น” ในปัจจัยความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ “ฉันคิดว่าอินเทอร์เน็ตแบบคั้งใช้งานง่าย” ในปัจจัยความคาดหวังต่อความพยายามในการใช้เทคโนโลยี และ “ฉันมีทรัพยากร (คอมพิวเตอร์ มือถือ) ที่เพียงพอในการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคั้ง” ในปัจจัยสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยี

ตารางที่ 3 แสดงระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกกิ้งของเบบี้บูมเมอร์ เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ และเจนเนอเรชั่นวาย

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกกิ้ง	เบบี้บูมเมอร์	เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์	เจนเนอเรชั่นวาย
ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)	3.99 (เห็นด้วย)	4.53 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.71 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ความคาดหวังต่อความพยายามในการใช้เทคโนโลยี (Effort Expectancy)	3.56 (เห็นด้วย)	4.22 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.42 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
อิทธิพลของสังคม (Social Influence)	3.75 (เห็นด้วย)	3.36 (เห็นด้วย)	3.41 (เห็นด้วย)
สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยี (Facilitating Condition)	3.79 (เห็นด้วย)	4.32 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.44 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกกิ้งของเบบี้บูมเมอร์ เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ และเจนเนอเรชั่นวาย

จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในการทดสอบสมมติฐานเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกกิ้งของแต่ละเจนเนอเรชั่น ทั้ง 4 ด้าน (ดังแสดงในตารางที่ 4) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกกิ้งของเบบี้บูมเมอร์ประกอบด้วยปัจจัย 2 ด้าน คือ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ และอิทธิพลของสังคม โดยปัจจัยความคาดหวังด้านประสิทธิภาพมีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกกิ้งของเบบี้บูมเมอร์มากกว่าปัจจัยอิทธิพลของสังคม ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์การใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกกิ้งของเบบี้บูมเมอร์ได้ 61.1% (Adjusted R² = 0.611) ส่วนที่เหลือ 38.9% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น และนำมาเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\hat{y} = -b_0 + b_1x_1 + b_3x_3$$

การใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกกิ้งของเบบี้บูมเมอร์ = -2.025 + 0.479 (ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ) + 0.324 (อิทธิพลของสังคม)

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกกิ้งของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ประกอบด้วยปัจจัย 3 ด้าน คือ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายามในการใช้เทคโนโลยี และอิทธิพลของสังคม โดยปัจจัยความคาดหวังด้านประสิทธิภาพมีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกกิ้งของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความคาดหวังต่อความพยายามในการใช้เทคโนโลยี และปัจจัยอิทธิพลของสังคมมีผลในทางลบต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกกิ้งของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ หมายถึงถ้าอิทธิพลของสังคมมากการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกกิ้งของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์จะลดลง ซึ่งทั้ง 3 ปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์การใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกกิ้งของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ได้ 31.4% (Adjusted R² = 0.314) ส่วนที่เหลือ 68.6% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นและนำมาเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\hat{y} = -b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

การใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งของเงินออเรชั่นเอ็กซ์ = -1.451 + 0.628 (ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ) + 0.395 (ความคาดหวังต่อความพยายามในการใช้เทคโนโลยี) - 0.173 (อิทธิพลของสังคม)

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งของเงินออเรชั่นวายประกอบด้วยปัจจัย 2 ด้าน คือ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ และสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยี โดยปัจจัยความคาดหวังด้านประสิทธิภาพมีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งของเงินออเรชั่นวายมากกว่าสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยี ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์การใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งของเงินออเรชั่นวายได้ 20.7% (Adjusted R² = 0.207) ส่วนที่เหลือ 79.3% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น และนำมาเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\hat{y} = b_1x_1 + b_4x_4$$

การใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งของเงินออเรชั่นวาย = 0.633(ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ) + 0.386 (สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยี)

ตารางที่ 4 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งกับการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งของเบปู้มเมอร์เงินออเรชั่นเอ็กซ์ และเงินออเรชั่นวาย

	เบปู้มเมอร์		เงินออเรชั่นเอ็กซ์		เงินออเรชั่นวาย	
	Sig.	B	Sig.	B	Sig.	B
(Constant)	0.000*	-2.025	0.046*	-1.451	0.176	-1.078
ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ	0.009*	0.479	0.001*	0.628	0.000*	0.633
ความคาดหวังในการใช้งาน	0.086	0.287	0.021*	0.395	0.282	0.171
อิทธิพลของสังคม	0.015*	0.324	0.017*	-0.173	0.171	-0.105
สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยี	0.135	0.256	0.171	0.284	0.043*	0.386
Adjusted R ²	0.611		0.314		0.207	

จากผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่า มีเพียง H1 เท่านั้นที่ยอมรับได้ กล่าวคือ ปัจจัยด้านความคาดหวังด้านประสิทธิภาพมีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งของทั้ง 3 เงินออเรชั่นและปฏิเสธ H2 H3 และ H4 เนื่องจากปัจจัยอีก 3 ด้าน ได้แก่ ความคาดหวังในความพยายามในการใช้เทคโนโลยี อิทธิพลของสังคม และสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยี มีผลต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งของเบปู้มเมอร์ เงินออเรชั่นเอ็กซ์ และเงินออเรชั่นวาย แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายามในการใช้เทคโนโลยี อิทธิพลของสังคม และสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบคิงของเบบี้บูมเมอร์ เจนเนอเรชันเอ็กซ์ และเจนเนอเรชันวาย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคิงมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านความคาดหวังด้านประสิทธิภาพซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยส่วนใหญ่ที่ผ่านมาทั้งงานวิจัยในประเทศและต่างประเทศ (บังอร สำเนียงเพราะ, 2554; AbuShanab & Pearson (2007); Foon & Fah, 2011; Tsai, 2013)

นอกจากนี้การศึกษาครั้งนี้ยังพบว่าอิทธิพลของสังคมมีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคิงเฉพาะกลุ่มเบบี้บูมเมอร์และเจนเนอเรชันเอ็กซ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยอื่นที่ผ่านมามีทั้งงานวิจัยในประเทศและต่างประเทศ (บังอร สำเนียงเพราะ, 2554; สงวนศักดิ์ แก้วมุงคุณ, 2554; AbuShanab & Pearson (2007); Foon & Fah, 2011; Tsai, 2013) แต่อิทธิพลทางสังคมกลับไม่มีผลต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของเจนเนอเรชันวายในการศึกษานี้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิฎาดา แก้วแทน (2557) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี (ซึ่งสอดคล้องกับช่วงอายุของเจนเนอเรชันวาย) และผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มไม่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนงค์ณัฐ ทาอินตะ นิตยา เจริญประเสริฐ ใจรัตน์ จตุรภัทรพร และวรรณัย สายประเสริฐ (2560) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อสติ๊กเกอร์ไลน์ประเภทไลน์ครีเอเตอร์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายในประเทศไทยกลับพบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมมีความสำคัญอันดับสุดท้าย จึงแสดงให้เห็นว่าสำหรับเจนเนอเรชันวายที่มีการใช้งานเทคโนโลยีต่าง ๆ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตค่อนข้างสูง อิทธิพลของสังคมอาจมีผลต่อความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีไม่มากนัก

สำหรับปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายามในการใช้เทคโนโลยีนั้น จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าไม่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบคิงของเจนเนอเรชันเอ็กซ์เท่านั้น ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Tsai (2013) ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 26-35 ปี (ซึ่งสอดคล้องกับช่วงอายุของเจนเนอเรชันเอ็กซ์) และพบว่า ความคาดหวังในความพยายามในการใช้เทคโนโลยีมีความสำคัญต่อการยอมรับในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต

จากการศึกษาครั้งนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีมีผลต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบคิงของเจนเนอเรชันวายเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Foon & Fah (2011) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 21-31 ปี (ซึ่งสอดคล้องกับช่วงอายุของเจนเนอเรชันวาย) ที่พบว่าสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีมีผลต่อการยอมรับอินเทอร์เน็ตแบบคิงในกัวลาลัมเปอร์

กล่าวโดยสรุปคือผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าจากปัจจัยทั้ง 4 ด้านมีเพียงบางปัจจัยเท่านั้นที่มีผลต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของทั้งเบบี้บูมเมอร์ เจนเนอเรชันเอ็กซ์ และเจนเนอเรชันวาย และมีความแตกต่างกันของปัจจัยที่มีผลในแต่ละเจนเนอเรชันด้วย ซึ่งไม่สอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีหรือโมเดล UTAUT ที่กล่าวว่าทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อการใช้เทคโนโลยี (Venkatesh, Morris, Davis & Davis, 2003) และทั้ง 4 ปัจจัยยังสามารถอธิบายหรือพยากรณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของทั้ง 3 เจนเนอเรชันได้ไม่มากนัก แสดงว่ายังมีปัจจัยอื่น ๆ อีกที่มีผลต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง เช่น ปัจจัยด้านความไว้วางใจในระบบ ซึ่งจาก

งานวิจัยของ ชลธิชา ศรีแสง (2555) เรื่องการยอมรับการใช้งานของระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา พบว่า ความไว้วางใจในระบบมีความสัมพันธ์ในแง่บวกต่อความตั้งใจที่จะนำระบบมาใช้ หรือปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้งาน ซึ่งจากงานวิจัยของ ธิติรัตน์ ปสนันศิริคุณ และจิราภา พึ่งบางกรวย (2560) เรื่องทัศนคติการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ของประชาชนในจังหวัดชลบุรี พบว่าทัศนคติมีความสำคัญสำหรับพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของแบงก์บีเอ็มเมอร์ เจเนอเรชันเอ็กซ์ และเจเนอเรชันวายในประเทศไทย ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

1. เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งผ่านทางโทรศัพท์มือถือมากที่สุด ดังนั้นธนาคารไม่ควรที่จะมุ่งเน้นการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์เท่านั้น แต่ธนาคารจะต้องพัฒนาไปถึงแอปพลิเคชันที่สามารถรองรับกับทุกระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์มือถือ

2. เนื่องจากปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของแบงก์บีเอ็มเมอร์ คือ ปัจจัยความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ดังนั้นหากธนาคารต้องการให้แบงก์บีเอ็มเมอร์เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ธนาคารควรมีการพัฒนาประสิทธิภาพการใช้งานให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้กลุ่มดังกล่าวรู้สึกถึงความสะดวกสบาย และรู้สึกปลอดภัยจากการใช้งาน อาทิเช่น การยืนยันรหัสก่อนการทำธุรกรรมออนไลน์ และอีกปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของแบงก์บีเอ็มเมอร์ คือ ปัจจัยอิทธิพลของสังคม ธนาคารจะต้องให้ความสำคัญในการเลือกบุคคลที่น่าจะมีอิทธิพลต่อลูกค้า อาทิเช่น การทำโฆษณาโดยการเลือกฟรีเซนต์เตอร์ที่อยู่ในช่วงวัยเดียวกันเพื่อโน้มน้าวให้กลุ่มลูกค้าแบงก์บีเอ็มเมอร์รู้สึกว่า การทำธุรกรรมออนไลน์ไม่ใช่เรื่องยาก และน่ากลัวสำหรับคนในช่วงวัยเดียวกัน

3. เนื่องจากปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของเจเนอเรชันเอ็กซ์ คือ ปัจจัยความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ดังนั้น ธนาคารควรมีการพัฒนาแอปพลิเคชันให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถช่วยลดระยะเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงินให้แก่ผู้ใช้งานได้อย่างมาก แต่ทั้งนี้จะต้องประกอบไปด้วยความปลอดภัยในทุกขั้นตอน อาทิเช่น การพัฒนา Application Mobile Banking เพื่อลดระยะเวลาในการเข้าทำธุรกรรมผ่านทางเว็บไซต์ การติดตั้งระบบการล็อกอินผ่านการสแกนลายนิ้วมือเพื่อลดระยะเวลาในการเข้าใช้งาน การยืนยันรหัสก่อนการชำระเงินหรือทำธุรกรรมต่าง ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและความปลอดภัยในการใช้งาน อีกปัจจัยหนึ่งคือ ปัจจัยความคาดหวังในความพยายามในการใช้เทคโนโลยี ธนาคารควรมีการจัดทำคำแนะนำเพิ่มเติมสำหรับวิธีการใช้งานให้ผู้ใช้งานสามารถศึกษาได้ด้วยตนเอง โดยคำแนะนำดังกล่าวจะต้องครอบคลุมทุกข้อสงสัย มีความละเอียด หรือมีรูปประกอบบาสิตการใช้งานเพื่อให้เข้าใจได้ง่ายจนนำไปสู่ความชำนาญในการใช้งานในที่สุด และปัจจัยสุดท้าย คือ ปัจจัยอิทธิพลของสังคม เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวจะส่งผลในทิศทางตรงกันข้าม ดังนั้นธนาคารไม่ควรที่จะออกโครงการ หรือนโยบายเพื่อนชวนเพื่อน เนื่องจากหากมีการเชิญชวนมากเกินไปจะทำให้บุคคลในเจเนอเรชันเอ็กซ์มีพฤติกรรมที่ปฏิเสธการใช้งานได้

4. ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของเจเนอเรชันวาย คือ ปัจจัยความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ดังนั้นธนาคารควรมีการพัฒนาแอปพลิเคชัน ให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถช่วยลดระยะเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงินให้แก่ผู้ใช้งานได้ เพื่อเป็นการดึงดูดใจลูกค้าเจเนอเรชันวายให้

ตัดสินใจใช้งานเช่นเดียวกับเจนเนอเรชันเอ็กซ์และอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง คือ ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยี ดังนั้นธนาคารควรมีการให้คำแนะนำการใช้งานอย่างละเอียด และเข้าใจได้ง่ายสำหรับอุปกรณ์ทุกรูปแบบ โดยจัดทำสื่อชนิดต่าง ๆ หรือทำเป็นข้อความเตือนภายในแอปพลิเคชันที่จะแสดงบริเวณหน้าจอก่อนการล็อกอินเข้าระบบในครั้งแรกของการใช้งาน เพื่อให้ผู้ใช้งานได้ทำการศึกษาและทำความเข้าใจเบื้องต้นก่อนการเริ่มต้นใช้งาน และภายในแอปพลิเคชันดังกล่าวจะต้องมีคำแนะนำเพิ่มเติมที่สามารถศึกษาเพิ่มเติมอย่างละเอียดได้ตลอดเวลาเมื่อเกิดข้อสงสัย รวมไปถึงควรมีเจ้าหน้าที่คอยช่วยเหลือและให้คำแนะนำลูกค้าเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้งานส่วนปัจจัยด้านอิทธิพลของสังคมพบว่าไม่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของเจนเนอเรชันวาย ดังนั้นการทำโฆษณาจึงไม่จำเป็นต้องมุ่งเน้นที่ตัวบุคคลหรือการใช้ฟรีเซ็นเตอร์ แต่ควรมุ่งเน้นที่การแสดงออกถึงวิธีการใช้งานที่ง่ายและสะดวก รวมไปถึงผลประโยชน์ที่ผู้ใช้งานจะได้รับหลังจากใช้งาน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กฤษที เวชสาร. (2545). *การวิจัยการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิณาตา แก้วแทน. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน : กรณีศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี*. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, วิชาเอกการบัญชี, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ชลธิชา ศรีแสง. (2555). การยอมรับการใช้งานของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย*, 4(1). 35-51.
- ธิดารัตน์ ปสนันศิริคุณ และจิราภา พึ่งบางกรวย (2560). ทศนคติการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ของประชาชนในจังหวัดชลบุรี. *วารสารการจัดการธุรกิจมหาวิทยาลัยบูรพา*, 6(2), 30-42.
- บังอรรัตน์ สำเนียงเพราะ. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสำนักงานเสมือน กรณีศึกษา : หน่วยงานปฏิบัติการภาคสนามองค์กรผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่*. การค้นคว้าแบบอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี, วิทยาลัยนวัตกรรม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สงวนศักดิ์ แก้วมุงคุณ. (2554). *การยอมรับเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาชุมชนในภูมิภาค กรณีศึกษาเว็บไซต์หมู่บ้าน*. การค้นคว้าแบบอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี, วิทยาลัยนวัตกรรม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2559). *ETDA เผยพฤติกรรมผู้ใช้เน็ตปี 59 ชี้เทรนด์ใหม่มาแรง ชงรัฐ-เอกชน จับตา 3G/4G ยังต้องปรับปรุง*, สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2559, สืบค้นจาก <https://www.etcha.or.th/content/thailand-internet-user-profile-2016-conference.html>.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2559). *มหิตลกระตุกต่อมสำนึก Gen Y*. สืบค้นเมื่อ 31 ตุลาคม 2559, สืบค้นจาก <https://bit.ly/2B0mMkU>.



- ศุภาสิริ ศรีปิ่นทกุล. (2553). *ปัจจัยที่นำไปสู่การยอมรับและตั้งใจใช้ระบบการจัดการความรู้ กรณีศึกษา ธนาคารกสิกรไทย. ปทุมธานี. การค้นคว้าแบบอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี, วิทยาลัยนวัตกรรม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- อนงค์ณัฐ ทาอินตะ, นิตยา เจริญประเสริฐ, ใจรัตน์ จตุรภัทรพร และวราภรณ์ สายประเสริฐ (2560). ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อสติกเกอร์ไลน์ประเภทไลน์ครีเอเตอร์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในประเทศไทย. *วารสารการจัดการธุรกิจมหาวิทยาลัยบูรพา*, 6(2), 15-29.
- AbuShanab, E., & Pearson, J. M. (2007). Internet banking in Jordan. *Journal of Systems and Information Technology*, 9(1), 78-97.
- Foon, Y. S. & Fah, B.C.Y. (2011). Internet Banking Adoption in Kuala Lumpur: An Application of UTAUT Model. *International Journal of Business and Management*, 6(4), 161-167
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E & Tatham, R.L. (2005). *Multivariate Data Analysis with Readings*, 4th Edition. New Jersey: Prentice Hall International.
- Tsai, Chung-Hung. (2013). A Study on the Consumer Adoption Behaviors of Internet Bank. *Journal of networks*, 8(12), 2956-2963.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G.B, Davis, F.D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Zemke, R., Raines, C. & Filipczak, B. (2000). *Generations at Work: Managing the Clash of Veterans, Xers, and Nexters in Your Workplace*. NewYork: AMACOM.