

การยอมรับนวัตกรรมทางการเงินของประชาชนกลุ่มเจนเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

Financial Innovation Acceptance of the Population of Baby Boomer Generation, Mueang District, Sisaket Province

ดรินทิพย์ มรรคา¹, พรพนา ศรีสถานนท์²

อนิรุทธิ์ ผ่องแผ้ว³ และ พุฒินันท์ คล้ายสุต⁴

Drinthip Makka¹, Pornpana Srisatanon²

Aniruth Phongpaew³, and Putthinun Khaysud⁴

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สถาบันรัชต์ภาคย์

Master of Business Administration, Rajapark Institute, Thailand

E-mail: assarin-226@hotmail.com

Received June 14, 2024; **Revised** December 4, 2024; **Accepted** December 25, 2024

Abstract

This quantitative research aimed to 1) study the financial technology factors related to financial transactions, 2) study the acceptance of financial innovations in financial transactions, and 3) study the financial technology factors and the acceptance of financial innovations in financial transactions among the baby boomer generation in Mueang District, Sisaket Province. The sample group was Bangkok Bank Public Company Limited, the baby boomer generation in Mueang District, Sisaket Province. The sampling method was purposive sampling. The data collection tool was a questionnaire. Data analysis was performed using percentages, means, standard deviations, t-tests, One-way ANOVA, and multiple regression. The research results found that 1) The financial technology factors related to financial transactions among the baby boomer generation in Mueang District, Sisaket Province, were the most regarding increased benefits, followed by compatibility. 2) The acceptance of financial innovations in financial transactions, the convenience aspect, had the highest average value, followed by perceived ease of use. 3) Financial technology factors, observability, compatibility, increased benefits, and trialability. There is a statistically significant acceptance level of financial innovation in financial transactions among the baby boomer generation in Mueang District, Sisaket Province, at 0.05.

Keywords: acceptance; financial innovation; generation group

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปริมาณนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยเทคโนโลยีทางการเงินด้านที่เกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางการเงิน 2) ศึกษาการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงิน และ 3) ศึกษาปัจจัยเทคโนโลยีทางการเงินกับการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงินของประชาชนกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, t-test, One-way ANOVA และการถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยเทคโนโลยีทางการเงินด้านที่เกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางการเงินของประชาชนกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ มากที่สุด คือ ด้านประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น รองลงมา คือ ด้านความเข้ากันได้ 2) การยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงิน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน และ 3) ปัจจัยเทคโนโลยีทางการเงิน ด้านการสังเกตเห็นผลได้ ด้านความเข้ากันได้ ด้านประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น ด้านการทดลองใช้ได้ มีการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงินของประชาชนกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การยอมรับ; นวัตกรรมทางการเงิน; เบบี้บูมเมอร์

บทนำ

ปัจจุบันหลายประเทศทั่วโลกกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) หรือกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรทั่วโลก มีผลให้ประชากรผู้สูงอายุมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เป็นผลอันเนื่องมาจากการพัฒนาทางการแพทย์และสาธารณสุขที่มีความเจริญก้าวหน้าไปอย่างมาก ซึ่งเกิดจากหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นอัตราการเกิดที่ลดลงอย่างรวดเร็วและอัตราการเสียชีวิตของประชากรที่มีการลดลง โดยส่วนใหญ่ประเทศที่พัฒนาแล้วและกำลังพัฒนาจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ทั้งประเทศฝั่งตะวันตก และประเทศในฝั่งเอเชีย (Population Reference Bureau, 2012) รวมถึงประเทศไทย ปัจจุบันผู้สูงอายุอยู่ในช่วงคนกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) เป็นกลุ่มคนที่เกิดช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 (พ.ศ. 2489-2507) ซึ่งเกิดมาในช่วงที่ยังไม่มีเทคโนโลยี จึงทำให้ผู้สูงอายุต้องการคำแนะนำ เรียนรู้และปรับตัวในการใช้เทคโนโลยีในปัจจุบัน โดยส่วนใหญ่พบว่า ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนและผู้มีความรู้ ผู้สูงอายุมีความสามารถในการทำกิจกรรมด้านการสืบค้นเนื้อหา ติดตามข่าวสาร หรือกิจกรรมด้านความบันเทิงและใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้เป็นจำนวนมาก แต่ในขณะเดียวกันกลับพบว่าผู้สูงอายุมีการใช้เทคโนโลยีด้านการเงิน การลงทุน และการใช้จ่ายออนไลน์น้อยที่สุด (Tirakoot & Polnigongit, 2018) เมื่อเทียบระหว่างคนที่อายุน้อยกว่า จึงส่งผลต่ออัตราการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีด้านการเงิน ในปี 2564 ประเทศไทยก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุเต็มรูปแบบ โดยมีการประมาณการว่ามีสัดส่วนผู้สูงอายุในช่วง 60 ปีขึ้นไปถึง 20% ของจำนวนประชากรทั้งหมด หรือไม่น้อยกว่า 13 ล้านคน และคาดว่า

อีก 20 ปีข้างหน้าหรือปี 2583 ประเทศไทยจะมีผู้สูงอายุ 20 ล้านคน หรือ 1 ใน 3 ของคนไทยจะเป็นผู้สูงอายุ และผู้สูงอายุ 80 ปีขึ้นไปจะมีมากถึง 3.5 ล้านคน

จังหวัดศรีสะเกษ เป็น 1 ใน 10 จังหวัด ที่มีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุดของประเทศไทย (Department of Older Persons (DOP), 2023) โดยเจาะกลุ่มผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เนื่องจากสถานการณ์ในปี พ.ศ. 2565 มีสถาบันการเงินหลายแห่งปิดสาขาลง โดยเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2565 พบว่า จำนวนสาขาและจุดให้บริการธนาคารพาณิชย์ ยังคงลดสาขาลงอย่างต่อเนื่องรวม 310 แห่ง (ข้อมูลธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ณ วันที่ 20 ธันวาคม 2565) ในจำนวนนี้ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีอัตราการลดลงของสาขามากที่สุด 153 แห่ง จากต้นเดือนมกราคม พ.ศ. 2565 อยู่ที่ 1,055 แห่ง ลดเหลือ 902 แห่ง การลดจำนวนสาขาดังกล่าวเป็นผลสืบเนื่องมาจากธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งได้ปรับวิธีการดำเนินธุรกิจ โดยลดจำนวนสาขา เพิ่มการให้บริการผ่านสมาร์ทโฟน หรือเน้นการทำงานร่วมกับลูกค้ามากขึ้น รวมทั้งการเปิดตัวแทนธนาคาร (Banking Agent) ผ่านจุดให้บริการต่าง ๆ เช่น ที่ทำการไปรษณีย์ ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ ท่ามกลางการแข่งขันระหว่างธนาคารกับกลุ่มสตาร์ทอัพด้านการเงินและกลุ่มเทคโนโลยี ตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และมีต้นทุนการดำเนินงานที่ต่ำลง และผู้ใช้บริการทั่วไปหันไปใช้งานผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต แยกกันด้วยตัวเองมากขึ้นและในอนาคตก็มีแนวโน้มว่าจะปิดสาขาลงมากยิ่งขึ้น นั่นย่อมส่งผลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ เนื่องจากผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่ยังไม่ปรับตัวเข้าสู่สังคมดิจิทัล และยังคงทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางธนาคาร ดังนั้น หากทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินของประชาชนกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ก็น่าจะเป็นแนวทางในการวางแผนศึกษาและพัฒนานวัตกรรมทางการเงินหรือการใช้เทคนิคในการแนะนำการใช้งานนวัตกรรมทางการเงินสำหรับผู้สูงอายุที่จะต้องปรับตัวไปตามทิศทางการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในอนาคตต่อไป

ดังนั้น จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญและมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยทางเทคโนโลยีทางการเงินที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงินของประชาชนกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมืองศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ โดยเลือกศึกษา ลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer Generation)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศึกษาปัจจัยเทคโนโลยีทางการเงินด้านการทำธุรกรรมทางการเงินของประชาชนกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ
2. เพื่อศึกษาระดับการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงินของประชาชนกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยเทคโนโลยีทางการเงินกับการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงินของประชาชนกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินของประชาชนกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลการยอมรับนวัตกรรมทางการเงิน และ

ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของประชาชนกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมืองศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่จัดอยู่ในกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer Generation) ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 26,037 คน (Office of Registration Administration, Department of Provincial Administration, 2023)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้สูตรของทาโร ยามาเน (Yamane, 1973) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 394 คน จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

ขอบเขตด้านตัวแปร

1. ตัวแปรต้น ได้แก่

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ปัจจัยเทคโนโลยีทางการเงินที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเงิน ประกอบด้วย 1) ด้านประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น 2) ด้านความเข้ากันได้ 3) ด้านความสลับซับซ้อน 4) ด้านการทดลองใช้ได้ และ 5) ด้านการสังเกตเห็นผลได้

2. ตัวแปรตาม คือ การยอมรับนวัตกรรมทางการเงินของประชาชนกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ ประกอบด้วย 1) ด้านความคาดหวังจากการใช้งาน 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน 3) ด้านอิทธิพลของสังคม 4) ด้านความกังวล 5) ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ และ 6) ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้

ขอบเขตด้านระยะเวลา การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินของประชาชนกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยใช้เวลาในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2565 ถึง เดือนเมษายน พ.ศ.2566 รวมระยะเวลา 5 เดือน

ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

บททวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรม

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ กล่าวว่า นวัตกรรม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงแนวคิดให้ใหม่ขึ้นอย่างถาวร เพื่อบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ นวัตกรรมเป็นแนวความคิด การปฏิบัติหรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยใช้มาก่อนหรือเป็นการพัฒนาจากของเดิมที่มีอยู่ให้ทันสมัยยิ่งขึ้น เมื่อนำนวัตกรรมมาใช้จะช่วยให้การทำงานนั้นได้ผลดีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่าเดิม อีกทั้งช่วยประหยัดเวลาและแรงงานได้ด้วย นอกจากนี้คำว่า นวัตกรรมยังสามารถถูกนิยามในความหมายที่แตกต่างกันออกไปตามบริบทต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจงลงไป เช่น นวัตกรรมทางการศึกษา นวัตกรรมทางเทคโนโลยี นวัตกรรมทางการแพทย์ รวมทั้งนวัตกรรมการบริหารจัดการภาครัฐ เป็นต้น (Office of the Public Sector Development Commission, 2018)

สรุปได้ว่า การยอมรับนวัตกรรม หมายถึง กระบวนการที่บุคคลพิจารณาตัดสินใจเกี่ยวกับแนวคิดการปฏิบัติหรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ โดยอาศัยกระบวนการเรียนรู้จนทำให้เกิดการรับรู้ในสิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น และเกิดผลดีต่อผู้ที่ได้

กระทำ ซึ่งการจะทำให้เกิดการยอมรับในสิ่งเหล่านั้น ซึ่งลักษณะปัจจัยด้านเทคโนโลยีทางการเงินที่ทำให้เกิดการยอมรับ ประกอบด้วย 1) ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น (Relative advantage) คือ ผู้ยอมรับนวัตกรรมรู้สึกว่าการที่รับเข้ามานั้นดีกว่า มีประโยชน์กว่าความคิดเดิม 2) ความเข้ากันได้หรือความสอดคล้อง (Compatibility) คือ ผู้ยอมรับนวัตกรรมคิดว่านวัตกรรมนั้นมีลักษณะที่เข้ากันได้ หรือไปด้วยกันได้กับค่านิยม และบรรทัดฐานของสังคมในปัจจุบัน 3) ความสลับซับซ้อน (Complexity) หมายถึง การที่ผู้ยอมรับนวัตกรรมเห็นว่านวัตกรรมนั้นมีความสลับซับซ้อน ยากต่อการทำความเข้าใจและนำไปใช้ หากนวัตกรรมนั้นไม่ยากต่อการเข้าใจ สามารถเข้าใจได้และนำไปใช้ได้สะดวก นวัตกรรมนั้นก็จะได้รับการยอมรับได้อย่างรวดเร็ว 4) การทดลองใช้ได้ (Trial ability) คือ ผู้บริโภคได้เรียนรู้ด้วยตนเอง จะรู้สึกเสี่ยงภัยน้อยลง สามารถนำไปทดลองใช้ได้ ทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมนั้นได้เร็วขึ้น 5) การสังเกตเห็นผลได้ (Observe bility) คือ ผลการใช้นวัตกรรมที่สามารถสังเกตเห็นได้ง่ายจะได้รับการยอมรับมากกว่าและรวดเร็วกว่า นวัตกรรมที่มีแต่ส่วนที่เป็นแนวความคิด

Palaboon (2015) สรุปไว้ว่า การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ของรัฐบาลไทย ประกอบด้วย ความคาดหวังจากการใช้งาน (Performance expectancy) สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating conditions) อิทธิพลของสังคม (Social influence) ความกังวล (Anxiety) การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived usefulness resources) และการรับรู้ความง่ายต่อการใช้ (Perceive ease of use)

Abubakar and Ahmad (2014). ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการยอมรับการใช้งานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไนจีเรีย ผลการศึกษา ความตั้งใจในการยอมรับการใช้งานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไนจีเรียประกอบด้วย ความคาดหวังจากการใช้งาน (Performance expectancy) สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating conditions) อิทธิพลจากสังคม (Social intluence) และความกังวล (Anxiety)

Junadi and Sfenrianto (2015) ศึกษาปัจจัยส่งผลต่อความตั้งใจในการยอมรับการใช้งานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศอินโดนีเซีย ผลการศึกษาความตั้งใจในการยอมรับการใช้งานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไนจีเรียประกอบด้วย ความคาดหวังจากการใช้งาน (Performance Expectancy) สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) อิทธิพลจากสังคม (Social Influence) และความกังวล (Anxiety) ส่งผลต่อความตั้งใจในการยอมรับการใช้งานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศอินโดนีเซีย

สรุปได้ว่า การยอมรับนวัตกรรม ประกอบด้วย ความคาดหวังจากการใช้งาน ความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน อิทธิพลของสังคม ความกังวล การรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายต่อการใช้ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ด้านความคาดหวังจากการใช้งาน หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธนาคารออนไลน์ในการตรวจสอบข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว มีความสะดวกในการใช้งานเป็นบริการที่เหมาะสมสำหรับการดำเนินชีวิต เพิ่มความน่าเชื่อถือ ส่วนของข้อมูลส่วนบุคคล และการทำธุรกรรมทางการเงินที่ปลอดภัย

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธนาคารออนไลน์ในการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น โอนเงิน/รับเงิน/ชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ต้องพกเงินสดติดตัวจำนวนมาก เป็นการลดความเสี่ยงจากการถูกโจรกรรมหรือสูญหาย ทำให้เข้าถึงการใช้งานได้อย่างสะดวก เช่น มีการจัดแคมเปญที่กว้างขวาง ได้รับการส่งเสริมการใช้งานอยู่เสมอ และติดตั้งแอปพลิเคชันได้ง่าย

ด้านอิทธิพลของสังคม หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธนาคารออนไลน์ในประเด็นบุคคลรอบตัวที่ใช้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ กลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ดารา นักแสดงที่อยู่ในโฆษณา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการและการส่งเสริมของรัฐบาลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ

ด้านความกังวล หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธนาคารออนไลน์ในประเด็นไม่มีข่าวที่ทำให้เกิดความกังวลในการใช้บริการ มีภาพลักษณ์ที่ดีด้านความปลอดภัย จึงลดความกังวลในการใช้บริการ มีระบบรักษาความปลอดภัยโดยต้องยืนยันตัวตนของผู้ใช้ทุกครั้ง ทำให้ลดความกังวลในการใช้บริการ และมีความปลอดภัยสูงตามมาตรฐานสากล และอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย

ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธนาคารออนไลน์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ที่บ้านหรือที่ทำงาน ไม่ต้องเดินทางไปธนาคาร มีประโยชน์อย่างมากในชีวิตประจำวัน และทำให้การซื้อขายทางออนไลน์มีความปลอดภัยรวดเร็ว สะดวกมากขึ้น

ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้ หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธนาคารออนไลน์ในประเด็นสามารถเรียนรู้การทำงานของระบบได้อย่างง่ายดาย สามารถทำธุรกรรมที่ต้องการได้ง่ายยิ่งขึ้น และมีฟังก์ชันการใช้งานที่ง่ายต่อการใช้งาน มองเห็นชัดเจน

วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามเรื่องการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินของประชาชนกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือโดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาถึงรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้

2. สร้างแบบสอบถามเพื่อการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน โดยมีเนื้อหาของแบบสอบถาม ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยเทคโนโลยีทางการเงิน มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า (Rating scale) ตามแนวของลิเคิร์ท (Likert) ประกอบด้วย 1) ด้านประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น 2) ด้านความเข้ากันได้ 3) ด้านความสลับซับซ้อน 4) ด้านการทดลองใช้ได้ และ 5) ด้านการสังเกตเห็นผลได้

ส่วนที่ 2 การยอมรับนวัตกรรมทางการเงินของประชาชนกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ ประกอบด้วย 1) ด้านความคาดหวังจากการใช้งาน 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน 3) ด้านอิทธิพลของสังคม 4) ด้านความกังวล 5) ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ และ 6) ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า (Rating scale) ตามแนวของลิเคิร์ท (Likert)

3. นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 3 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์ความสอดคล้องในความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item-objective congruence: IOC) โดยค่า IOC ของแบบสอบถามที่ได้ทั้งฉบับเท่ากับ 0.94

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try – out) กับกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภออื่นของจังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพเครื่องมือโดยการตรวจสอบความเชื่อมั่นของ

แบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's coefficient Alpha) (Cronbach, 1970) ผลการทดสอบ พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมทางการเงิน เท่ากับ 0.954 และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินของประชาชนกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ เท่ากับ 0.929

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยติดต่อขอหนังสือจากคณะบริหารธุรกิจ สถาบันรัชต์ภาคย์ เพื่อขอความร่วมมืออนุเคราะห์จากนายอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์และเก็บข้อมูลผ่านทาง Google form ให้ได้จำนวนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด
3. เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อมูลเรียบร้อยแล้วส่งกลับคืนผู้วิจัยทางไปรษณีย์ และส่งข้อมูลผ่านทาง Google form
4. รวบรวมข้อมูลโดยการบันทึกและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละฉบับ จากนั้นดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลตามขั้นตอนการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างไปวิเคราะห์ โดยคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS for Windows) โดยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-Test ค่า F-Test และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ปัจจัยเทคโนโลยีทางการเงินด้านที่เกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางการเงินของประชาชนกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยเทคโนโลยีทางการเงินด้านที่เกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางการเงินของประชาชนกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

Table 1 Mean and standard deviation of financial technology factors related to financial transactions of baby boomer generation people in Mueang District, Sisaket Province

ปัจจัยเทคโนโลยีทางการเงิน (Financial technology factors)	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Mean and Standard Deviation)		ระดับความคิดเห็น (Opinion level)
	$\bar{X}$	SD	
1. ด้านประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น (Increased Benefits)	4.24	.472	มาก (Very)
2. ด้านความเข้ากันได้ (Compatibility)	4.17	.490	มาก (Very)
3. ด้านความสลับซับซ้อน (Complexity)	4.14	.498	มาก (Very)
4. ด้านการทดลองใช้ได้ (Trial Available)	4.11	.475	มาก (Very)
5. ด้านการสังเกตเห็นผลได้ (Observation of Results)	4.16	.461	มาก (Very)
ค่าเฉลี่ยรวม (Total Average)	4.16	.403	มาก (Very)

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยเทคโนโลยีทางการเงิน โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.16, SD=.403) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.24, SD=.472) รองลงมา คือ ด้านความเข้าใจกันได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.17, SD=.490) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการทดลองใช้ได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.11, SD=.475)

2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงินของประชาชนกลุ่มเจนเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงินของประชาชนกลุ่มเจนเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

Table 2 Mean and standard deviation of acceptance of financial innovations in financial transactions among people of the baby boomer generation in Mueang District, Sisaket Province.

การยอมรับนวัตกรรมทางการเงิน (Acceptance of Financial Innovation)	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Mean and Standard Deviation)		ระดับความคิดเห็น (Opinion level)
	$\bar{X}$	SD	
1. ด้านความคาดหวังจากการใช้งาน (Performance Expectancy)	4.23	.505	มาก (Very)
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Condition)	4.25	.450	มาก (Very)
3. ด้านอิทธิพลของสังคม (Social Influence)	4.13	.460	มาก (Very)
4. ด้านความกังวล (Anxiety)	4.15	.465	มาก (Very)
5. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness Resources)	4.17	.477	มาก (Very)
6. ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้ (Perceived Ease of Use)	4.24	.538	มาก (Very)
ค่าเฉลี่ยรวม (Total Average)	4.19	.432	มาก (Very)

จากตารางที่ 2 พบว่า การยอมรับนวัตกรรมทางการเงิน โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.19, SD=.432) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.25, SD=.450) รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.24, SD=.538) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านอิทธิพลของสังคม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.13, SD=.460)

3. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 ศึกษาปัจจัยเทคโนโลยีทางการเงินที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงินของประชาชนกลุ่มเจนเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยเทคโนโลยีทางการเงินที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงินของประชาชนกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

Table 3 Multiple Regression Analysis of Financial Technology Factors that Affect the Acceptance of Financial Innovations in Financial Transactions Among People of the BaBy Boomer Generation in Mueang District, Sisaket Province.

แหล่งความแปรปรวน (Source of Variation)	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	62.065	4	15.516	527.416	.000
Residual	11.444	389	.029		
Total	73.509	393			

ตัวแปรที่ได้รับการเข้าเลือกสมการ (The variables that have been entered into the equation are selected)					
ตัวแปร (Variable)	B	SE	Beta	T	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	.228	.909		2.535	.012
แสดงรายละเอียดปัจจัย (Show Details of Factors)					
ด้านการสังเกตเห็นผลได้ (Observation of Results)	.579	.034	.617	16.994	.000
ด้านความเข้ากันได้ (Compatibility)	.124	.027	.140	4.623	.000
ด้านประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น (Increased Benefits)	.135	.026	.148	5.218	.000
ด้านการทดลองใช้ได้ (Trial Available)	.114	.036	.126	3.197	.002
R = .919 R Square = .844 F = 10.221					
Adjusted R Square = .843 SEE = .17152 Sig = .002					

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ด้วยวิธีแบบขั้นตอน (Stepwise) พบว่ามีตัวแปรอิสระทั้งหมด 5 ตัวแปร แต่มีตัวแปรอิสระ 4 ตัวแปร ที่เข้าสู่สมการถดถอยพหุคูณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยเทคโนโลยีทางการเงิน ด้านการสังเกตเห็นผลได้ ด้านความเข้ากันได้ ด้านประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น และด้านการทดลองใช้ได้ โดยมีค่าประสิทธิภาพในการทำนายที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) เท่ากับ 0.843 หมายถึง ปัจจัยการแสดงรายละเอียดยอมรับนวัตกรรมทางการเงิน ด้านการสังเกตเห็นผลได้ ด้านความเข้ากันได้ ด้านประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น และด้านการทดลองใช้ได้ สามารถใช้เพื่อทำนายการยอมรับนวัตกรรมทางการเงิน ได้ร้อยละ 84.30 ในลักษณะนี้แสดงว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีทางการเงินด้านการสังเกตเห็นผลได้ ด้านความเข้ากันได้ ด้านประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น และด้านการทดลองใช้ได้ มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ปัจจัยเทคโนโลยีทางการเงินด้านการเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางการเงินของประชาชนกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ตระหนักถึงความสำคัญของนวัตกรรมทางการเงินในการให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ เพราะ ปัจจุบันเทคโนโลยีมีความเติบโตอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้วิถีชีวิตเปลี่ยนไป และสมาร์ตโฟนได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้คนมากขึ้น ทำให้ธุรกิจทุกประเภทต้องปรับตัวตามผู้บริโภค รวมถึงธนาคารที่ต้องมีนวัตกรรมบริการใหม่ ๆ ขึ้นมา เพื่ออำนวยความสะดวกกับลูกค้า และการ

แข่งขันกับธนาคารคู่แข่ง ดังนั้นธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จึงมีการพัฒนาธนาคารออนไลน์บนแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ (Mobile application) ก็คือ Bualuang mBanking ที่ให้บริการลูกค้าทำรายการธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเองผ่านสมาร์ทโฟนบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่ ทุกเวลา ใช้งานง่ายโดยที่ลูกค้าแทบจะไม่ต้องติดต่อสาขาเลย ทำให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านเทคโนโลยีทางการเงินส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงิน อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chuchuen et al. (2017) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี และปัจจัยด้านคุณภาพของระบบสารสนเทศในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการให้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) Bualuang mBanking ทำให้ลูกค้าทำธุรกรรมด้านการเงินได้สะดวกสบายรวดเร็วมากขึ้น เป็นการเพิ่มทางเลือกในการโอนและรับเงิน อีกทั้งยังลดความเสี่ยงในการถือเงินสดที่อาจสูญหายได้และไม่เสียค่าธรรมเนียมในการโอนเงินอีกด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของ Rogers (1983) กล่าวว่า ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น คือ ผู้ยอมรับนวัตกรรมรู้สึกว่าการที่รับเข้ามานั้นดีกว่าความคิดเดิม การวัดความดีกว่านั้นอาจวัดได้หลายทาง และเมื่อพิจารณาด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการทดลองใช้ได้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ลูกค้าบางกลุ่มยังไม่สามารถตรวจสอบการทำธุรกรรมทางการเงินได้ง่ายในแอปพลิเคชัน Bualuang mBanking หรือธนาคารอาจยังไม่มี การดูแลให้ลูกค้าได้รับทราบข้อมูลการให้บริการที่ครบถ้วนถูกต้อง และมีความเข้าใจก่อนการตัดสินใจใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Ngamkaiwan (2014) สามารถทดลองใช้ได้ (Trial ability) การนำนวัตกรรมไปทดลองใช้ในระยะเวลายาวนาน เมื่อนำไปทดลองใช้แล้วประสบความสำเร็จตามที่ต้องการก็จะทำให้เกิดการยอมรับในนวัตกรรมมากขึ้น

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงินโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะแอปพลิเคชัน Bualuang mBanking ช่วยให้ลูกค้าบรรลุวัตถุประสงค์ในการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ แอปพลิเคชัน Bualuang mBanking ยังมีระบบรักษาความปลอดภัยโดยต้องยืนยันตัวตนของผู้ใช้ทุกครั้งทำให้ลูกค้าลดความกังวลในการใช้บริการไปอย่างมาก ทำให้ลูกค้ามีการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงินอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Palaboon (2015) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีการใช้เทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPAY) ของรัฐบาลไทย พบว่า การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานแรงจูงใจด้านอารมณ์ อิทธิพลของสังคม การรับรู้ถึงประโยชน์ สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ของรัฐบาลไทย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการทำธุรกรรมทางการเงิน ในแอปพลิเคชัน Bualuang mBanking ทำให้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น โอนเงิน/รับเงิน/ชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้อย่างง่าย ไม่ต้องพกเงินสดติดตัวจำนวนมาก เป็นการลดความเสี่ยงจากการถูกโจรกรรมหรือสูญหาย และยังทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงการใช้งานภาครัฐได้อย่างสะดวก สอดคล้องกับแนวคิดของ Venkatesh et al. (2003 cited in Waroonkun & Waenkaeo, 2017) ที่กล่าวว่า สภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในระบบ (Facilitating condition) คือ ระดับความเชื่อของบุคคลว่า องค์กรและสิ่งอำนวยความสะดวก/อุปกรณ์ทางเทคโนโลยีที่มีอยู่ มีส่วนช่วยสนับสนุนต่อการใช้ระบบนั่นเอง และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ

ด้านอิทธิพลของสังคม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ อิทธิพลของสังคม เช่น ดารา นักแสดงที่อยู่ในโฆษณา และการส่งเสริมของรัฐบาลอาจมีอิทธิพลในบางกลุ่มคนเท่านั้น

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ปัจจัยเทคโนโลยีทางการเงิน ด้านการสังเกตเห็นผลได้ ด้านความเข้าใจกันได้ ด้านประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น และด้านการทดลองใช้ได้มีความสัมพันธ์และมีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ด้านการสังเกตเห็นผลได้ ลูกค้าสังเกตเห็นได้ว่าช่วยลดขั้นตอนในการทำธุรกรรมทางการเงินได้เป็นอย่างดี ด้านความเข้าใจกันได้ ผู้ยอมรับนวัตกรรมรู้สึกว่าการวัดกรรมนั้นมีลักษณะที่เข้าใจกันได้ ซึ่งนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าก็เป็นวิถีชีวิตของคนในปัจจุบัน ด้านประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น ผู้ยอมรับนวัตกรรมทางการเงินรู้สึกว่าการวัดกรรมที่รับเข้ามานั้นดีกว่าความคิดเดิม และด้านการทดลองใช้ได้ ผู้ที่นำไปใช้จะรู้สึกเสี่ยงภัยน้อยลง ก็จะทำให้การวัดกรรมนั้นมีการยอมรับได้เร็วขึ้น เพราะมีโอกาสและความเป็นไปได้ในการเรียนรู้ ดังนั้นคุณลักษณะของนวัตกรรมเหล่านี้ก็จะทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมที่ดีได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sawangsang (2016) เรื่องการยอมรับนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์ Apple Watch ของกลุ่มผู้บริโภค Gen Y เขตพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ คุณลักษณะที่เข้าใจกันได้ คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน ส่งผลต่อการยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์ (Y) อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สรุปผล

ลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษที่มีเพศต่างกันยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงินแตกต่างกัน โดยด้านการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินที่ลูกค้ากลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ยอมรับมากที่สุด คือ ด้านความสลับซับซ้อน เพราะขั้นตอนการสมัครเข้าใช้งานไม่ยุ่งยาก รองลงมาคือ ด้านการทดลองใช้ได้ เพราะทำให้เกิดความมั่นใจในการทำธุรกรรมทางการเงินมากยิ่งขึ้น และลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษที่มีสถานภาพต่างกันมีการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงินแตกต่างกัน โดยด้านการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินที่ลูกค้ากลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ยอมรับมากที่สุด คือ ด้านอิทธิพลของสังคม เพราะกลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเป็นอย่างมาก รองลงมาคือการยอมรับในด้านความกังวล เพราะมีระบบรักษาความปลอดภัยโดยต้องยืนยันตัวตนของผู้ใช้ทุกครั้ง ทำให้ลดความกังวลในการใช้บริการได้เป็นอย่างดี จึงส่งผลให้ลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงิน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด มาจัดทำข้อเสนอแนะดังนี้

1. ปัจจัยเทคโนโลยีทางการเงิน ด้านการทดลองใช้ได้ เป็นปัจจัยที่มีการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงินน้อยที่สุด คือ ธนาคารควรลดข้อผิดพลาดของลูกค้า เช่นเดียวกับการดูแลลูกค้าที่ใช้บริการ อื่น ๆ

ดังนั้น ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ควรมีการดูแลรับผิดชอบต่อลูกค้าที่ใช้บริการนวัตกรรมทางการเงิน ในแอปพลิเคชัน Bualuang mBanking เช่นเดียวกับการดูแลลูกค้าที่ใช้บริการ อื่น ๆ

2. ปัจจัยเทคโนโลยีทางการเงิน ด้านความลับซับซ้อน เป็นปัจจัยที่มีการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงินน้อยที่สุด คือ แอปพลิเคชันเข้าใช้งานได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นธนาคารควรบอกขั้นตอนและวิธีการเข้าใช้งานแอปพลิเคชันอย่างละเอียดที่เว็บไซต์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

3. การยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงินน้อยที่สุด คือ ด้านอิทธิพลของสังคม ซึ่งการส่งเสริมจากธนาคารมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ดังนั้น ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ควรพัฒนาการบริการอยู่เสมอเพื่อส่งเสริมให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินต่อไป

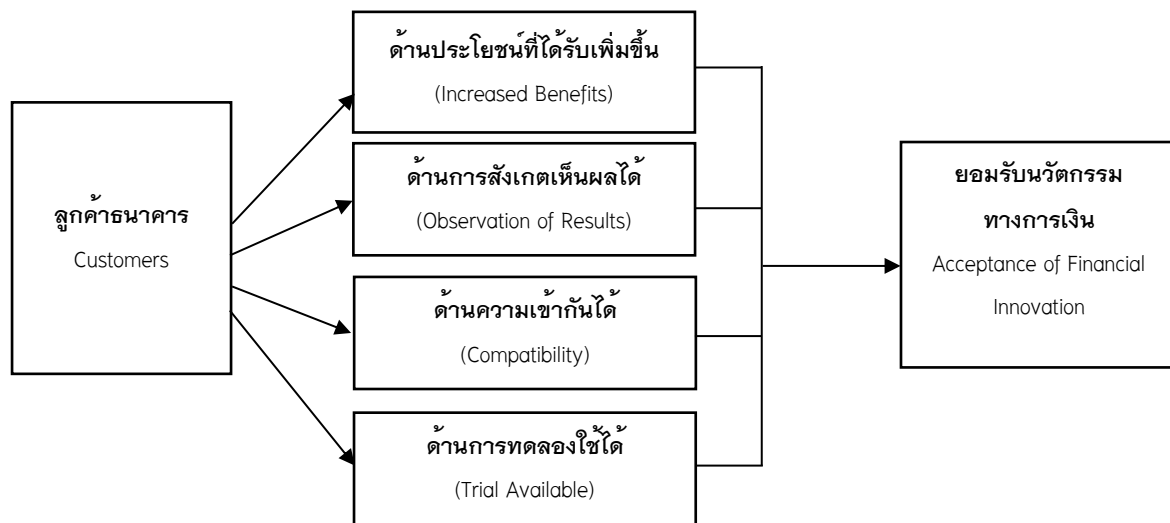
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในสาขาอื่นของจังหวัดศรีสะเกษ หรือจังหวัดใกล้เคียง เพื่อสามารถนำผลการวิจัยไปเปรียบเทียบและไปพัฒนาปรับปรุงระบบธนาคารออนไลน์ในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

2. ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านเทคโนโลยีทางการเงินส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในด้านอื่น ๆ เช่น ด้านเทคโนโลยี ด้านบุคลากร ด้านพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี ด้านความพร้อมของอุปกรณ์ เป็นต้น

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบว่าปัจจัยเทคโนโลยีทางการเงินที่ทำให้ลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กลุ่มเจนเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ ยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงินมากที่สุด คือ ด้านประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น เป็นเพราะสามารถเพิ่มทางเลือกในการโอนและรับเงินได้เป็นอย่างดี นอกจากนั้นยังพบปัจจัยด้านการสังเกตเห็นผลได้ ด้านความเข้ากันได้ และด้านการทดลองใช้ได้ ที่ทำให้ลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กลุ่มเจนเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ เกิดการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินในการทำธุรกรรม



ภาพที่ 1 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กลุ่มเจนเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

Figure 1 Shows the factors affecting the acceptance of financial innovation by customers of Bangkok Bank Public Company Limited, the baby boomer generation group, in Mueang District, Sisaket Province.

References

- Abubakar, F.M., & Ahmad, H. (2014). Determinants of behavioural intention to use e-payment system in Nigerian retail industry: A conceptual extension of UTAUT with concern for customers. *International Journal of Contemporary Business Management*, 1(1), 87–93.
- Chuchuen, N., Kunasupakul, R., & Chummuangpak, P. (2017). Factors affecting the use of financial transactions via mobile phones (Mobile Banking) of commercial banks in Thailand. *Journal of Management Science Review*, 19(2), 37–46.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of psychological testing*. Harper & Row.
- Department of Older Persons (DOP). (2023). *Statistics on the elderly in Thailand, 77 provinces as of December 31, 2023*. <https://www.dop.go.th/th/know/1>
- Junadi, J., & Sfenrianto, S. (2015). A model of factors influencing consumer's intention to use E-payment system in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 59, 214–220.
- Palaboon, P. (2015). *Innovation and technology acceptance, technology usage, and customer behavior affecting people's intention to use PromptPay financial service of Thai government*[Independent studies, Master of Business Administration, Bangkok University]. <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/2482>

- Population Reference Bureau. (2012). *2012 World Population Data Sheet*.
https://www.prb.org/wp-content/uploads/2012/07/2012-population-data-sheet_eng.pdf
- Ngamkaiwan, W. (2014). Factor affecting the acceptance to innovative electronic book of Thai consumers. *Journal of Business Administration the Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 3(2), 61–69. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/apheitvu/article/view/95115>
- Office of Registration Administration, Department of Provincial Administration. (2023). *Population statistics by civil registration*. <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMenu/newStat/home.php>
- Office of the Public Sector Development Commission. (2018). *Innovation in the Thai public sector*. <http://psicthai.com>
- Rogers, E. (1983). *Diffusion of innovation* (3rd ed.). Free Press.
- Sawangsaeng, P. (2016). *Acceptance of innovations that affect acceptance of the Apple Watch product among Gen Y consumers in the Bangkok area*. In *The 12th NU Research and innovation for national development*. 21–22 July 2016. Naresuan University.
- Tirakoot, S., & Polnigongit, W. (2018). Internet usage behaviors, literacy, and attitude towards utilization of wellness content on the internet among Thai elderly. *Journal of Nursing and Health Care*, 36(1), 72–80. <https://he01.tci-thaijo.org/index.php/jnat-ned/article/view/127046>
- Venkatesh, V. et al. (2003). User acceptance of information technology: towards a unified view. *MIS Quarterly*, 27, 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Waroonkun, S., & Waenkaeo, K. (2017). *Culture and application of e-tax invoice in Thailand: a case study of companies in the stock exchange of Thailand*. Faculty of Business Administration, Maejo University.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper and Row.