



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้สูงอายุในการสมัครใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

Factors Influencing Elders to Apply for Internet Banking in Northeast Thailand

สิริธร อนุปันท์¹ และพงศธร ตันตระบัณฑิตย์²

Sireethorn Anupunt and Pongsatorn Tantrabundit²

นิสิตสาขาบริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล¹, คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม²

Student at Major of Business Administration and Digital Innovation¹,

Faculty of Accounting and Management at Mahasarakham University²

Corresponding author, E-mail: 63010987007@msu.ac.th¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง ศึกษาผลกระทบของทัศนคติต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง และศึกษาผลกระทบของการยอมรับการใช้งานต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงในกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่เกษียณอายุและมีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้ใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง 11-20 ครั้งต่อเดือนและมีประสบการณ์ใช้งานประมาณ 1-2 ปี และใช้ในการโอนเงินเป็นหลัก

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงประกอบไปด้วย การรับรู้ข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันท่วงที่เป็นสิ่งที่น่าสนใจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงประกอบด้วย ปัจจัยความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงประกอบด้วย ปัจจัยด้านการศึกษา ขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเองและสามารถใช้งานโดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ประกอบด้วย ปัจจัยการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิงในการทำธุรกรรมทางการเงินทุกครั้ง และเห็นว่าเหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวัน

คำสำคัญ: พฤติกรรมการใช้งาน, การรับรู้ประโยชน์, การใช้งานง่าย, การยอมรับการใช้งาน



ABSTRACT

The objectives of this study were to investigate the factors influencing the perceptions toward the benefits of internet banking, the factors influencing the ease of use of internet banking, the attitudes toward internet banking acceptance, and the intention to use internet banking among elderly people. The researchers used a questionnaire as an instrument to collect data from a group of 400 elderly people in northeastern Thailand. The results of the study found that the majority of the sample was female. The major level of education was a bachelor's degree or equivalent. Most of them were retired, had a monthly income between 10,000 and 20,000 baht, used internet banking 11 to 20 times per month, and had experience with internet banking for about 1 to 2 years. The main usage was transferring money.

From data analysis, it was found that the factors affecting the attitude toward using internet banking and the acceptance of using internet banking consisted of the appearance of money transaction information that was convenient, timely, and up-to-date. Factors influencing the perception of the benefits of internet banking were the greater conveniences of transactions. Factors influencing the ease of use of internet banking included learning how to use it step-by-step, and it can be used without much effort. Factors affecting the acceptance of internet banking had an effect on the decision to use internet banking at a significant level of 0.05. Those factors included the usage of internet banking in every financial transaction, and it was suitable for daily life.

Keywords: Attitude Toward Using, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Behavioral Intension to Use



บทนำ

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและการแข่งขันที่มากขึ้น ธนาคารพาณิชย์จึงเร่งปรับตัวในช่องทางการให้บริการแก่ลูกค้ามากขึ้น เพื่อให้ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและความพึงพอใจในการให้บริการ ทำให้ลูกค้าและบุคลากรรอบข้างหันมาใช้บริการมากขึ้นและขยายฐานลูกค้ารายใหม่ รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ต่างๆของธนาคาร เพื่อให้เกิดรายได้กับธนาคาร และทำให้ธนาคารมีผลประกอบการที่ดี ดังนั้นธนาคารจึงได้ทำการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการ โดยมุ่งเน้นการให้บริการแบบอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ 2 ช่องทาง ได้แก่ 1) อินเทอร์เน็ตแบงก์กิง (Internet Banking) และ 2) โมบายแบงก์กิงแอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) (จักรวาล อินทะปัญญ และพนมสิริ สอนประจักษ์, 2563)

ในปี 2566 จำนวนผู้ใช้โมบายแบงก์กิงเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ณ สิ้นไตรมาส 1 ปี 2566 บัญชีโมบายแบงก์กิงจำนวน 103 ล้านบัญชี เติบโตขึ้น ร้อยละ 29 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน สืบเนื่องจากธนาคารต่างๆ ได้พัฒนาแอปพลิเคชันที่ใช้งานง่ายสะดวกและรองรับธุรกรรมหลากหลายประเภทมากขึ้น โดยประชาชนนิยมทำธุรกรรมโอนเงินและชำระเงินผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงและโมบายแบงก์กิงมากขึ้น ประกอบกับธนาคารเน้นการประชาสัมพันธ์การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงและโมบายแบงก์กิงอย่างเด่นชัด ทำให้ธุรกรรมผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงและโมบายแบงก์กิงในไตรมาส 1 ปี 2566 มีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยการโอนเงินข้ามธนาคารเพิ่มขึ้นมากที่สุดร้อยละ 99.8 การโอนเงินภายในธนาคารเดียวกันรวมถึงการชำระค่าสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 45 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566)

ทั้งนี้ด้วยอิทธิพลของนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่มีความบริการที่หลากหลายรูปแบบที่แทรกซึมเข้าสู่ชีวิตประจำวันในทุกกลุ่มสังคมและทุกวัยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จึงส่งผลทำให้มีบุคคลกลุ่มหนึ่งในสังคมที่ต้องพบกับปัญหาและความยุ่งยากในการใช้ชีวิตประจำวันทำให้เกิดความวิตกกังวลในการยอมรับการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันซึ่งมีความรู้สึกถึงความยากต่อการเรียนรู้ความไม่ปลอดภัย

ในการยอมรับ การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ คือกลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่คุ้นเคยกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยได้รับผลกระทบอย่างมาก เช่น ไม่สามารถรับบริการของรัฐในหลายบริการ หรือเสียโอกาสจากการไม่สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน อีกทั้งยังมีความวิตกกังวลว่าผู้สูงอายุอีกจำนวนมากยังไม่สนใจเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้เนื่องจากความยากต่อการใช้งาน และผู้สูงอายุไม่มีประสบการณ์หรือมีประสบการณ์น้อยประกอบกับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่มีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วมาก ทำให้ผู้สูงอายุที่ยังล้าหลังและขาดทักษะความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์ที่จะทันต่อความก้าวหน้าในเทคโนโลยียุคปัจจุบัน (กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมเหตุ, 2564)

ทั้งนี้สังคมไทยกำลังจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ในประมาณปี 2562-2567 คือมีจำนวนผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 14 ของประชากรทั้งหมด และมีแนวโน้มจะเริ่มเข้าสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอดในอีกประมาณปี 2567-2572 คือ มีจำนวนผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด (สำนักงานปลัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2565) ในปี 2565 ประเทศไทยมีผู้สูงอายุโดยรวมถึง 11,627,130 คน คิดเป็นร้อยละ 17.57 ของประชากรทั้งหมด (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2566) โดยผู้สูงอายุหรือผู้สูงวัย เป็นคำที่บ่งบอกถึงบุคคลที่มีอายุมาก โดยนับตามอายุตั้งแต่แรกเกิด โดยผู้สูงอายุ มีลักษณะ 4 ประการ ได้แก่ 1. เป็นผู้มีอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป 2. เป็นผู้ที่มีความเสื่อมถอยตามสภาพมีกำลังถดถอยเชื่องช้า 3. เป็นผู้ที่สมควรให้ความอุปการะ และ 4. เป็นผู้ที่สมควรได้รับความช่วยเหลือ (มนัสสินี บุญมีศรีสง่า และมินตรา สดชื่น, 2560) จากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2563) เมื่อพิจารณาอายุของผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์ พบว่า ประชาชนอายุ 15-24 ปี ใช้โทรศัพท์มือถือสูงที่สุดคือ ร้อยละ 99.1 รองลงมาคือ อายุ 25-34 ปี ร้อยละ 99.0 ส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตมีการใช้สูงที่สุดในอายุ 15-24 ปี ร้อยละ 98.4 รองลงมาคือ อายุ 25-34 ปี ร้อยละ 97.3 และการใช้คอมพิวเตอร์มีการใช้สูงที่สุดในอายุ 6-14 ปี ร้อยละ 63.2 รองลงมาคืออายุ 15-24 ปี ร้อยละ 52.5 จักรวาล อินทะปัญญ และพนมสิริ สอนประจักษ์ (2563) กล่าวว่า กลุ่มสูงวัยที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไปถือเป็นฐานลูกค้ากลุ่มใหญ่

ของธนาคารในประเทศไทย ที่ปัจจุบันยังคงใช้งานโมบายแบงก์กิง แอปพลิเคชันในสัดส่วนน้อย ธนาคารจึงต้องมีการปรับกลยุทธ์เพื่อรับกับโอกาสที่เกิดขึ้นอย่างเร่งด่วน โดยปัจจุบันพบว่ากลุ่มผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 80 ต้องการใช้โมบายแบงก์กิงแอปพลิเคชันแต่ความไม่เข้าใจและความกลัวเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้กลุ่มผู้สูงอายุบางกลุ่มไม่ยอมใช้

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสาน เป็นภาคหนึ่งทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จากข้อมูลสถิติจำนวนผู้สูงอายุประเทศไทยปี 2563 พบว่า ภาคอีสานมีผู้สูงอายุรวม 3,684,395 คน หรือร้อยละ 16.86 ของประชากรทั้งหมดที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคนี้ ซึ่งเป็นภาคที่มีอัตราส่วนของประชากรผู้สูงอายุเป็นอันดับ 1 ของประเทศไทย (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2563) จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสนใจในการศึกษาปัจจัยที่จะช่วยแก้ไขปัญหามาให้กับกลุ่มผู้สูงอายุในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงได้ง่ายขึ้นโดยเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อจะได้นำผลการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลในการแก้ไขปัญหาให้กับกลุ่มผู้สูงอายุเพื่อนำไปสู่การใช้งานของกลุ่มผู้สูงอายุที่ง่ายขึ้น สะดวกสบายขึ้น และเป็นแนวทางในการปรับปรุงระบบอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงให้สามารถตอบสนองต่อการใช้งานของกลุ่มผู้สูงอายุให้ได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน
3. เพื่อศึกษาผลกระทบของทัศนคติในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน
4. เพื่อศึกษาผลกระทบของการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงมีผลต่อทัศนคติในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงมีผลต่อทัศนคติในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน
3. ทัศนคติในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน
4. การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีขอบเขตในการศึกษาด้านประชากรในการวิจัย ตัวอย่างในการวิจัย และตัวแปรในการวิจัย มีดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุที่มีแหล่งที่อยู่ตั้งอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยหรือที่เรียกกันว่าภาคอีสาน ซึ่งข้อมูลจากกรมกิจการผู้สูงอายุปี พ.ศ. 2566 ระบุว่าจำนวน 4,053,610 คน (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2566)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน ซึ่งจะต้องเป็นผู้ที่เกิดก่อนปี พ.ศ. 2505 และมีประสบการณ์ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงมาไม่น้อยกว่า 2 เดือน จำนวน 400 คน

พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย

ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุที่มีแหล่งที่อยู่ตั้งอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยหรือที่เรียกกันว่าภาคอีสาน ซึ่งมีทั้งหมด 20 จังหวัด



ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มที่ 1 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง และการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง

ตัวแปรตาม ได้แก่ การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง

กลุ่มที่ 2 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของการรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคิงและทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคิง

ตัวแปรตาม ได้แก่ ทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง

กลุ่มที่ 3 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของการรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคิงและทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคิง

ตัวแปรตาม ได้แก่ ทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง

กลุ่มที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงและการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง

ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดของการรับรู้ประโยชน์การใช้งานเป็นการอธิบายถึงการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ของบุคคล และได้รับการพิสูจน์ว่าการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีและการรับรู้ว่าเทคโนโลยีมีวิธีการใช้งานที่ เข้าใจได้ง่ายเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับและนำไปสู่การใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคล (Davis, 1989) ตัวกำหนดของทฤษฎีการยอมรับ

เทคโนโลยี Technology Acceptance Model (TAM) เป็นวิธีที่รวดเร็วและมีค่าใช้จ่ายไม่มากนักในการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ของแต่ละบุคคลเกี่ยวกับระบบ อย่างไรก็ตามข้อมูลที่ได้อาจจะไม่เพียงพอที่จะอธิบายถึงการยอมรับเทคโนโลยีของแต่ละบุคคลโดยใช้โครงสร้างที่สำคัญของ TAM เช่นการรับรู้ความสะดวกในการใช้งานและการรับรู้ประโยชน์ของการใช้งาน (Mathieson, 1991) ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้จะนำไปสู่ทัศนคติ (Attitude) ซึ่งเป็นความรู้สึกและความคิดโดยรวมของบุคคล ทั้งนี้ อาจจะเป็นได้ทั้งทางบวกหรือทางลบ เช่น ความชอบ ความมีอคติ ข้อคิดเห็น ความกลัว ความเชื่ออย่างมั่นคง ที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยทัศนคติจะแสดงออกมาทางความคิดเห็น (Opinion) ดังนั้น จึงถือได้ว่าความคิดเห็นของบุคคลเป็นสัญลักษณ์แสดงถึงทัศนคติของบุคคลนั่นเอง (Thurstone & Chave, 1966) โดยทัศนคติของผู้บริโภคนำไปสู่การยอมรับเทคโนโลยีว่า เป็นองค์ประกอบที่ทำให้บุคคลเกิดความเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี ใน 3 ด้าน คือ (1) พฤติกรรม (2) ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี และ (3) การใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น (สิงหะ จวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2555)

การศึกษาของบัญชา หมั่นกิจการ (2560) ได้ศึกษาแบบจำลองเชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ (e-payment) ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการใช้งานจริง คือ คุณภาพสารสนเทศ คุณภาพระบบ คุณภาพการบริการ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ส่วนการรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อการใช้งานจริง การรับรู้ความปลอดภัยและประสบการณ์ในอดีต มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อการใช้งานจริง

เฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ (2560) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ และผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ ได้แก่ ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ของแอปพลิเคชันไลน์ รองลงมาคือ ปัจจัยความบันเทิงในการใช้งานของแอปพลิเคชันไลน์ และปัจจัยความสะดวกสบายในการใช้งานของแอปพลิเคชันไลน์ตามลำดับ

จักรวาล อินทะปัญโญ และพนมสิทธิ์ สอนประจักษ์ (2563) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโมบาย แอปพลิเคชันของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุตั้งแต่ 50-70 ปี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร ผลการศึกษาแนะนำว่าธนาคารพาณิชย์จะต้องมีการพัฒนาแอปพลิเคชันให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น และกนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต (2564) ได้ศึกษา การวิเคราะห์รูปแบบนวัตกรรมที่เหมาะสมต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้สูงอายุ โดยศึกษาพฤติกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรม และความไว้วางใจเป็นตัวแปรส่งผ่านที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้สูงอายุ ผลการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างพบว่า การแพร่กระจายนวัตกรรมมีผลต่อความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตทั้งทางตรงและทางอ้อม จากการวิจัยครั้งนี้ได้ข้อค้นพบที่สำคัญว่า การแพร่กระจายนวัตกรรมเป็นปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนาการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้สูงอายุ อีกทั้งการแพร่กระจายนวัตกรรมยังช่วยเพิ่มความไว้วางใจในการใช้บริการ ซึ่งส่งผลต่อไปยังพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุ ทั้งนี้ผลลัพธ์จากงานวิจัยสามารถใช้เป็นตัวแบบสำหรับผู้บริหารในการกำหนดนโยบายหรือแผนกลยุทธ์เพื่อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน และการพัฒนาระบบธนาคาร อินเทอร์เน็ตสำหรับผู้สูงอายุ ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องตรงกับความต้องการของผู้สูงอายุในชีวิตประจำวัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ถูกนิยามว่า การที่คน ๆ หนึ่งมีความเชื่อและรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี (วิลสัน นาคสงวน, 2565) โดย Davis (1989) มีความเชื่อด้านการรับรู้ประโยชน์ว่า หากมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงานแล้ว จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของงานได้ดีขึ้น โดยการรับรู้ประโยชน์ถือเป็นตัวแปรหลักที่สำคัญของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ซึ่งหากมีความเชื่อว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้จะสามารถก่อให้เกิดประโยชน์ต่องานและทำให้สามารถผลิตผลงานออกมาได้ดียิ่งขึ้นจะส่งผลให้บุคคลนั้น ๆ มีทัศนคติที่ดีต่อ

เทคโนโลยีและนำไปสู่การใช้เทคโนโลยีดังกล่าว ในงานวิจัยของ Tantrabundit et al. (2020) ยังพบว่าผู้บริโภคมีความคิดว่าการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการทำงาน ทำให้ได้รับประโยชน์มากกว่าการที่ไม่มี เมื่อผู้บริโภคมีความคิดว่าเทคโนโลยีมีประโยชน์จึงนำไปสู่การใช้เทคโนโลยีดังกล่าว

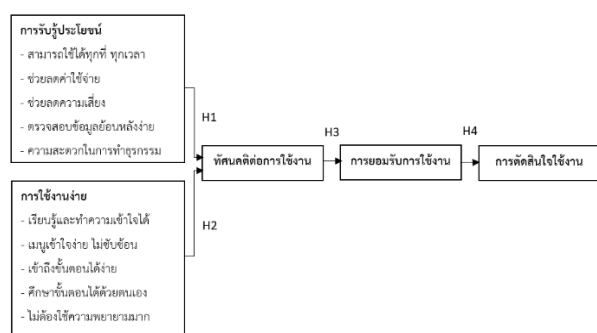
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน คือระดับความเชื่อส่วนตัวของบุคคลที่จะเกิดขึ้นหลังการทดลองใช้งานระบบสารสนเทศ และความคาดหวังของผู้บริโภคในการใช้ระบบสารสนเทศว่าระบบดังกล่าวเป็นระบบที่มีการใช้งานง่ายและสามารถเรียนรู้ได้ง่ายโดยไม่ต้องอาศัยความพยายามมากในการที่จะเรียนรู้การเริ่มต้นใช้งานระบบหรือการเข้าใจระบบ (Davis, 1989) ซึ่งการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน นิยามตามคำจำกัดความได้ว่า ความง่าย ปรากฏจากความยาก หรือ ปรากฏจากความพยายามการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และยังเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศด้วยระดับที่ผู้ใช้งานไม่จำเป็นต้องอาศัยความสามารถในการเรียนรู้เข้าใจระบบหรือเป็นการเข้าถึงระบบโดยไม่ต้องพึ่งไม่ต้องอาศัยความพยายาม (Free of Effort) ในการใช้งาน ความหมายคือ ถ้าผู้ใช้งานไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการใช้งานระบบผู้ใช้งานจะรับรู้ได้ว่าเทคโนโลยีนั้นมีความสะดวกง่ายต่อการใช้งาน (Montano & Kasprzyk, 2015)

Schiffman and Kanuk (2003) ได้ให้ความหมายของทัศนคติ (Attitude) ว่าหมายถึง ความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรืออาจหมายถึงการแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่า บุคคลมีความโน้มเอียง พพอใจ หรือไม่พอใจต่อบางสิ่งซึ่งสิ่งหะ ฌวิสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่า เป็นองค์ประกอบที่ทำให้บุคคลเกิดความเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีใน 3 ด้าน คือ (1) พฤติกรรม (2) ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี และ (3) การใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น

ศศิพร เหมือนศรีชัย (2555) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการใช้งานและอยู่ร่วมกับเทคโนโลยีจากการที่ได้ใช้เทคโนโลยีทำให้เกิดประสบการณ์ความรู้ ทักษะ และความต้องการใช้งานเทคโนโลยี



จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าการยอมรับเทคโนโลยีหมายถึง เป็นการนำเทคโนโลยีที่ยอมรับมาใช้งาน ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวบุคคลหรือการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทัศนคติและการใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น นอกจากนี้การนำเทคโนโลยีมาใช้งานทำให้แต่ละบุคคลมีประสบการณ์ความรู้และทักษะในการใช้งานเพิ่มเติม ซึ่งการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้สูงอายุในการสมัครใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยมีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ประชากรที่งานวิจัยชิ้นนี้นำมาใช้ในการศึกษาได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุที่มีแหล่งที่อยู่ตั้งอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ซึ่งข้อมูลจากกรมกิจการผู้สูงอายุปี พ.ศ. 2566 ระบุว่าจำนวน 4,053,610 คน (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2566) และกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน ซึ่งจะต้องเป็นผู้ที่เกิดก่อนปี พ.ศ. 2505 และมีประสบการณ์ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงมาไม่น้อยกว่า 2 เดือน จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยได้คำนวณตัวเลขกลุ่มตัวอย่างจากการใช้สูตร Taro Yamane (Yamane, 1973)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับปัจจัยที่ช่วย

สนับสนุนให้กลุ่มผู้สูงอายุใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้สูงอายุในภาคอีสาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นการเลือกตอบ (Checklist) ประกอบด้วย เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง ลักษณะแบบสอบถามเป็นการเลือกตอบ (Checklist) ประกอบด้วย ความถี่ ระยะเวลาที่ใช้งาน ช่วงเวลาที่ใช้งาน และลักษณะการทำธุรกรรม

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงของกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งประกอบไปด้วย การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง โดยตอนที่ 3 และ 4 เป็นคำถามประเภทมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ในรูปแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale) ที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ มีการให้คะแนนความสำคัญ ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ตามแนวทางของเบสท์ (Best 1977) ดังนี้

1.00-1.49	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด
1.50-2.49	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
2.50-3.49	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
3.50-4.49	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
4.50-5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด



และมีช่องว่างให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถนำเสนอข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในรูปแบบบรรยายข้อความเกี่ยวกับการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ต แบนด์วิธของกลุ่มผู้สูงอายุ

การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติที่ใช้ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

2.1 การหาค่าอำนาจจำแนกแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation เป็นวิธีการหาคุณภาพของข้อสอบด้านจำแนกอีกแบบหนึ่ง ด้วยวิธีหาสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนแต่ละข้อกับคะแนนรวมเมื่อหักคะแนนในข้อนั้นออก โดยค่า Item-total Correlation ของทุกตัวแปรในงานวิจัยนี้มีค่าระหว่าง 0.385 ถึง 0.885 ซึ่งเป็นช่วงค่า Item-total Correlation ที่ถือว่ายอมรับได้

2.2 การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) แสดงค่าความเชื่อมั่นของมาตราวัดทัศนคติแบบให้ผู้ตอบแสดงระดับความสนใจ (scaling)

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบคุณลักษณะของตัวแปร ได้แก่ การแจกแจงแบบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : Anova) การแจกแจงไคสแควร์ (Chi-Square) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้สูงอายุในภาคอีสาน จำนวน 400 คน

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	142	35.50
	หญิง	258	64.50

(ต่อ)

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ	เกษียณอายุ (รับเงินบำนาญ)	224	56.00
	พนักงานบริษัทเอกชน	9	2.25
	ธุรกิจส่วนตัว	54	13.50
	เกษตรกร	74	18.50
	รับจ้างทั่วไป	39	9.75
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	132	33.00
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	222	55.50
	สูงกว่าปริญญาตรี	46	11.50
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	32	8.00
	10,000-20,000 บาท	175	43.75
	20,001-30,000 บาท	131	32.75
	30,001-40,000 บาทขึ้นไป	62	15.50

จากตารางที่ 1 พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 64.5 เกษียณอายุ ร้อยละ 56.5 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 55.5 และมีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 43.75

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมการใช้งาน

อินเทอร์เน็ตแบบพกพาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบพกพา		จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน	น้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน	6	1.50
	5-10 ครั้งต่อเดือน	32	8.00
	11-20 ครั้งต่อเดือน	293	73.25
	มากกว่า 20 ครั้งต่อเดือน	69	17.25
ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้งาน	น้อยกว่า 1 ปี	25	6.25
	1-2 ปี	226	56.50
อินเทอร์เน็ตแบบพกพาถึงปัจจุบัน	มากกว่า 2 ปี	149	37.25

(ต่อ)



ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมการใช้งาน

อินเทอร์เน็ตแบบคิงของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลพฤติกรรมการใช้งาน อินเทอร์เน็ตแบบคิง		จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเวลาการทำ ธุรกรรมบน อินเทอร์เน็ตแบบคิง ที่นิยมใช้งาน	ในเวลาทำการ ของธนาคาร	0	0.00
	นอกเวลาทำการ ของธนาคาร	151	37.75
	ทุกเวลาที่ต้องการใช้	249	62.25
ลักษณะการทำ ธุรกรรมที่ใช้บริการ บนอินเทอร์เน็ต แบบคิง	เช็คยอดเงิน	28	7.00
	โอนเงิน	260	65.00
	ชำระค่าสินค้า และบริการ	54	13.50
	จ่ายค่าสาธารณูปโภค	58	14.50

จากตารางที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง ส่วนใหญ่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบบคิง 11-20 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 73.25 เริ่มใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง มา 1-2 ปี ร้อยละ 56.5 นิยมใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง ทุกเวลาที่ต้องการใช้ ร้อยละ 62.25 และมีลักษณะการทำธุรกรรม คือ ใช้โอนเงิน ร้อยละ 65

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคิง ที่มีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.551	.238		10.712	.000**	
	1) สามารถใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา	-.007	.045	-.008	-.152	.879	.718
	2) ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	.068	.051	.095	1.334	.183	.425
	3) ช่วยลดความเสี่ยงจากการพกพาเงินสด	-.043	.053	-.060	-.816	.415	.395

(ต่อ)

ตารางที่ 3 (ต่อ)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
4) สามารถตรวจสอบข้อมูลธุรกรรมทางการเงินได้อย่างง่ายดาย	-.040	.070	-.041	-.567	.571	.414	2.417
5) สะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น	.372	.054	.414	6.939	.000**	.601	1.664

R = .397, R² = .158, Adj R² = .147, Std Error = .508, Durbin-Watson = 1.490, Sig of F = .000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณพบว่า การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคิง ประกอบด้วย ความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น (Sig. = .000) มีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงได้ดังนี้

$$Y = 2.551 + 0.372X_5$$

โดย Y หมายถึง ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง

X₅ หมายถึง ความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น

จากสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณดังกล่าว หมายความว่า ถ้าตัวแปรอื่นคงที่ ระดับความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้นเพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะมีผลทำให้ระดับทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงเพิ่มขึ้น 0.372 หน่วย ถ้าตัวแปรอื่นคงที่ โดยสมการดังกล่าวสามารถทำนายได้ร้อยละ 15.8 (R² = .158) โดยการรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคิงที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงมากที่สุด (มีค่า Beta มากกว่า .2 ขึ้นไปถือว่ามีความสำคัญ) คือ ความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น (Beta = .414) หมายถึง ความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้นจะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงมากขึ้น



ตารางที่ 4 การวิเคราะห์การรับรู้การใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคึกกิง
ที่มีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกกิง

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.271	.087		26.190	.000**		
	4) ศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเอง	.751	.045	.960	16.602	.000**	.253	3.951
	5) สามารถใช้งานโดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก	-.161	.054	-.172	-2.984	.003**	.253	3.951

R = .815, R² = .664, Adj R² = .663, Std Error = .319, Durbin-Watson = 1.617, Sig of F = .000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณพบว่า การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคึกกิง ประกอบด้วย ศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเอง (Sig. = .000) และสามารถใช้งานโดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก (Sig. = .003) มีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกกิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกกิงได้ดังนี้

$$Y = 2.271 + 0.751X_4 - 0.161X_5$$

โดย Y หมายถึง ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกกิง

X₄ หมายถึง ศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเอง

X₅ หมายถึง สามารถใช้งานโดยไม่ต้องใช้

ความพยายามมากนัก

จากสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณดังกล่าว หมายความว่า ถ้าตัวแปรอื่นคงที่ ระดับการศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเองมากยิ่งขึ้นเพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะมีผลทำให้ระดับทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกกิงเพิ่มขึ้น 0.751 หน่วย ถ้าตัวแปรอื่นคงที่ โดยสมการดังกล่าวสามารถทำนายได้ร้อยละ 66.4 (R² = .664)

โดยการรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคึกกิงที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกกิงมากที่สุด

(มีค่า Beta มากกว่า .2 ขึ้นไป ถือว่ามีความสำคัญ) คือ ศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเอง (Beta = .960) หมายถึง สามารถศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเองมากยิ่งขึ้น จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกกิงมากขึ้น

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกกิง
มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกกิง
ของกลุ่มผู้สูงอายุ

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.886	.182		4.876	.000**		
	1) มีความตั้งใจจะใช้งานต่อไป	.015	.041	.022	.377	.707	.301	3.320
	2) พึงพอใจในประสิทธิภาพ	.059	.047	.085	1.260	.208	.222	4.508
	3) ยินดีที่จะแนะนำให้คนอื่นรู้จักใช้งาน	.090	.063	.084	1.426	.155	.290	3.444
	4) จะใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกกิงในการทำธุรกรรมทางการเงินทุกครั้ง	.100	.045	.153	2.198	.029*	.207	4.820
	5) เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวัน	.470	.048	.508	9.744	.000**	.371	2.694

R = .776, R² = .602, Adj R² = .597, Std Error = .427, Durbin-Watson = 1.472, Sig of F = .000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณพบว่า การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกกิงประกอบด้วย เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวัน (Sig. = .000) มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกกิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และจะใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกกิงในการทำธุรกรรมทางการเงินทุกครั้ง (Sig. = .029) มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกกิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สามารถเขียนสมการพยากรณ์การตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกกิงได้ดังนี้



$$Y = 0.886 + 0.100X_4 + 0.470X_5$$

โดย Y หมายถึง การตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก

X_4 หมายถึง จะใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกในการทำ
ธุรกรรมทางการเงินทุกครั้ง

X_5 หมายถึง เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวัน

จากสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณดังกล่าว หมายความว่า ถ้าตัวแปรอื่นคงที่ ระดับการจะใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกในการทำธุรกรรมทางการเงินทุกครั้งเพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะมีผลทำให้ระดับการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกเพิ่มขึ้น 0.100 หน่วย ถ้าตัวแปรอื่นคงที่ ระดับความเหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวันเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ระดับการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกเพิ่มขึ้น 0.470 หน่วย เป็นต้น โดยสมการดังกล่าวสามารถทำนายได้ร้อยละ 60.2 ($R^2 = .602$)

โดยการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกมากที่สุด (มีค่า Beta มากกว่า .2 ขึ้นไป ถือว่ามีความสำคัญ) คือ เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวัน ($Beta = .508$) และจะใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกในการทำธุรกรรมทางการเงินทุกครั้ง ($Beta = .153$) หมายถึง ความเหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวัน และการจะใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกในการทำธุรกรรมทางการเงินทุกครั้ง จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 1 การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคึกมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุ ในการวิเคราะห์สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้สถิติถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อวิเคราะห์ว่าการรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคึกข้อใดบ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยเชิงเส้นพหุคูณพบว่า การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคึกประกอบด้วย ความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น ($Sig. = .000$) มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยการรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคึกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกมากที่สุด (มีค่า Beta มากกว่า .2 ขึ้นไป ถือว่า

มีความสำคัญ) คือ ความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น ($Beta = .414$) หมายถึง ความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคึกมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุ ในการวิเคราะห์สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้สถิติถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อวิเคราะห์ว่าการรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคึกข้อใดบ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยเชิงเส้นพหุคูณพบว่า การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคึก ประกอบด้วย ศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเอง ($Sig. = .000$) และสามารถใช้งานโดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก ($Sig. = .003$) มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยการรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคึกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกมากที่สุด (มีค่า Beta มากกว่า .2 ขึ้นไป ถือว่ามีความสำคัญ) คือ ศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเอง ($Beta = .960$) หมายถึง สามารถศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเองมากยิ่งขึ้น จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 3 ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก ของกลุ่มผู้สูงอายุ ในการวิเคราะห์สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้สถิติถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อวิเคราะห์ว่าทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกข้อใดบ้างที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยเชิงเส้นพหุคูณพบว่า ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก ประกอบด้วย ทำให้รับรู้ข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันทั่วทั้งที่ ($Sig. = .000$) และเป็นสิ่งที่ทันสมัย ($Sig. = .000$) มีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกที่มีอิทธิพล

ต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งมากที่สุด (มีค่า Beta มากกว่า .2 ขึ้นไป ถือว่ามีความสำคัญ) คือ การทำให้รับรู้ข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันทั่วทั้งที่ (Beta = .284) และความเป็นสิ่งที่ทันสมัย (Beta = .353) หมายถึง การทำให้รับรู้ข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันทั่วทั้งที่ และความเป็นสิ่งที่ทันสมัยของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 4 การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ของกลุ่มผู้สูงอายุ ในการวิเคราะห์สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้สถิติถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อวิเคราะห์ว่าการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งข้อใดบ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ของกลุ่มผู้สูงอายุ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยเชิงเส้นพหุคูณพบว่า ทิศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ประกอบด้วย เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวัน (Sig. = .000) มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และจะใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งในการทำธุรกรรมทางการเงินทุกครั้ง (Sig. = .029) มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง มากที่สุด (มีค่า Beta มากกว่า .2 ขึ้นไป ถือว่ามีความสำคัญ) คือ เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวัน (Beta = .508) และจะใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งในการทำธุรกรรมทางการเงินทุกครั้ง (Beta = .153) หมายถึง ความเหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวัน และการจะใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งในการทำธุรกรรมทางการเงินทุกครั้ง จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งมากขึ้น

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ สามารถดำเนินการสำเร็จได้เป็นไปตามความมุ่งหมายในการทำวิจัย โดยผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยดังนี้

1. ปัจจัยด้านลักษณะประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของกลุ่มผู้สูงอายุในการศึกษาผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (Independent Sample t-Test) เพื่อวิเคราะห์ว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของกลุ่มผู้สูงอายุแตกต่างกันหรือไม่ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และใช้สถิติ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ว่า อาชีพ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ของกลุ่มผู้สูงอายุแตกต่างกันหรือไม่ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากรประกอบด้วย เพศ อาชีพ ระดับการศึกษาและระดับรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของกลุ่มผู้สูงอายุไม่แตกต่างกัน

1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของกลุ่มผู้สูงอายุไม่แตกต่างกัน (ค่า Sig. = .622) โดยเพศชายมีการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (ค่าเฉลี่ย 3.965) มากกว่าเพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.926) เพียงเล็กน้อย จึงไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้เพศชายอาจจะมีความสนใจในเรื่องเทคโนโลยีมากกว่าเพศหญิง ผลการวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ จักรพงษ์ ลีลาธนาศิริ และฉัตรวิรัตน์ สุวรรณะ (2561) ที่ทำการศึกษายกย่องที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาเป็นเพศหญิงจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 ทั้งนี้ผลลัพธ์ของงานวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาของณัฐชยานันท์ เฟิงภา (2561) ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้ Internet Banking ของผู้ใช้บริการ Application "BUALUANG M BANKING" ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการ Application "BUALUANG M BANKING" ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่มีเพศต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้บริการโดยรวมไม่ต่างกัน

1.2 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของกลุ่มผู้สูงอายุไม่แตกต่างกันอย่างมี



นัยสำคัญ (ค่า Sig. = .506) โดยธุรกิจส่วนตัวมีการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก (ค่าเฉลี่ย 4.078) มากที่สุด รองลงมา คือ ข้าราชการ (ค่าเฉลี่ย 3.997) พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.980) พนักงานบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 3.978) เกษียณอายุ (ค่าเฉลี่ย 3.930) และเกษตรกร (ค่าเฉลี่ย 3.800) ทั้งนี้อาจจะมีผลเนื่องจากผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีการทำธุรกรรมทางการเงินที่มากกว่า ทั้งการสั่งซื้อเพื่อหมุนเวียนในธุรกิจรวมถึงการจ่ายค่าจ้างพนักงาน รวมถึงค่าใช้จ่ายโฆษณาอื่น ๆ ส่งผลให้อาชีพธุรกิจส่วนตัวมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นัฐพล รักษา (2560) ที่ศึกษาการรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึก ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สาขาเอ็กเซลเลนท์ ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าธนาคารกรุงเทพ ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูง อายุไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (ค่า Sig. = .280) โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก (ค่าเฉลี่ย 4.104) มากที่สุด รองลงมา คือ ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า (ค่าเฉลี่ย 3.928) และต่ำกว่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 3.902) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นัฐพล รักษา (2560) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี Mobile Banking ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการ ศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะมีค่าเฉลี่ยของการรับรู้ถึงประ โยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี (Perceived Usefulness) การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use)

1.4 ระดับรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (ค่า Sig. = .197) โดยระดับรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 4.074) มากที่สุด รองลงมา คือ 10,000-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.938) 20,001-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.931) และต่ำกว่า 10,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.719) สอดคล้องกับการศึกษาของ นุชรี จินดาวรรณ (2559) ที่ศึกษา การทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการอินเทอร์เน็ต

แบบคึก กรณีศึกษาลูกค้าธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดพัทลุง ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้ต่อเดือนที่แตก ต่างกัน มีระดับการตั้งใจใช้บริการ อินเทอร์เน็ตแบบคึกไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญและสอดคล้อง กับงานวิจัยของ Rogers (2003) พบว่า ปัจจัยรายได้จะมีผลกระทบ น้อยต่อการยอมรับเทคโนโลยี

2. ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก ประกอบด้วย ทำให้รับรู้ ข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันท่วงที (Sig. = .000) และเป็นสิ่งที่ทันสมัย (Sig. = .000) มีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ .01 เป็น ไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยทัศนคติต่อการใช้งาน อินเทอร์เน็ตแบบคึก ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก มากที่สุด (มีค่า Beta มากกว่า .2 ขึ้นไปถือว่ามีความสำคัญ) คือ การทำให้รับรู้ข้อมูลการทำธุรกรรมทาง การเงินได้ อย่างสะดวกและทันท่วงที (Beta = .284) และความเป็นสิ่งที่ ทันสมัย (Beta = .353) หมายถึง การทำให้รับรู้ข้อมูลการทำ ธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันท่วงที และความเป็นสิ่ง ที่ทันสมัยของอินเทอร์เน็ตแบบคึกจะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีการ ยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกมากขึ้น สอดคล้องกับ การศึกษาของ บัณฑิต สันเสน (2559) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ทัศนคติกับการยอมรับ รับในระบบธนาคารออนไลน์ของลูกค้า ธนาคารออมสิน ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่าทัศนคติ ของลูกค้าธนาคารออมสินที่มีต่อระบบธนาคาร ออนไลน์โดยภาพรวมนั้น มีความสัมพันธ์กับระดับการยอมรับ ระบบธนาคารออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกันในระดับสูง

3. การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคึกมีผลต่อ ทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุพบว่า การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคึก ประกอบด้วยความสะดวก ในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น (Sig. = .000) มีผลต่อทัศนคติการใช้ งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 เป็นไปตาม สมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยการรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคึก

ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบกึ่งมากที่สุด (มีค่า Beta มากกว่า .2 ขึ้นไปถือว่ามีความสำคัญ) คือ ความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น (Beta = .414) หมายถึงความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบกึ่งมากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของชุดิมา เรืองกระโทก (2564) ที่ศึกษาการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการชำระเงินผ่านระบบ Internet Banking สำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งานอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือการชำระเงินผ่าน ระบบ Internet Banking เป็นช่องทางที่สะดวก มากกว่าการชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร เคาน์เตอร์เซอร์วิส หรือชำระเป็นเงินสด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 สามารถอธิบายได้ว่าธนาคารหรือผู้ให้บริการในปัจจุบันมีการพัฒนาระบบสารสนเทศหรือการชำระเงินผ่านระบบ Internet Banking ที่มีประสิทธิภาพ มีความเสถียรต่อการใช้งานเพื่อทำให้ผู้ใช้ บริการรับรู้ประโยชน์การใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ Internet Banking และมีแนวโน้มที่จะปรับเปลี่ยนมาใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ Internet Banking มากขึ้น

4. การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบกึ่ง มีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบกึ่ง ของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบกึ่ง ประกอบด้วย ศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเอง (Sig. = .000) และสามารถใช้งานโดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก (Sig. = .003) มีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบกึ่ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยการรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบกึ่งที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบกึ่งมากที่สุด (มีค่า Beta มากกว่า .2 ขึ้นไปถือว่ามีความสำคัญ) คือ ศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเอง (Beta = .960) หมายถึงสามารถศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเองมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของนัฐพล รักษา (2560) ที่ศึกษาการรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตแบบกึ่ง

ของลูกค้านาคาการกรุงเทพ สาขาเอ็กเซนทาวเวอร์ ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบบกึ่งของลูกค้านาคาการกรุงเทพสาขา เอ็กเซนทาวเวอร์ ประเด็นที่ลูกคามีระดับการรับรู้สูงสุด 3 อันดับแรก คือ รับรู้ความสามารถใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตแบบกึ่งได้ด้วยตนเอง รับรู้ว่ามีระบบการทำธุรกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่เรียกกันว่าอินเทอร์เน็ตแบบกึ่ง และรับรู้ว่าระบบอินเทอร์เน็ตแบบกึ่ง สามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ ทุกเวลาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตตามลำดับแสดงให้เห็นว่าลูกคามีการรับรู้ถึงคุณลักษณะที่สำคัญของการทำธุรกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ตแบบกึ่ง ซึ่งมุ่งเน้นการทำธุรกรรมด้วยตนเองเพื่ออำนวยความสะดวกและสามารถทำธุรกรรมได้อย่างรวดเร็ว

สรุปผล

จากผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบกึ่ง มีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบกึ่งของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่าการทำให้รับรู้ข้อมูลการทำ ธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันท่วงที่ (Beta = .284) และความเป็นสิ่งที่ทันสมัย (Beta = .353) หมายถึง การทำให้รับรู้ข้อมูลการทำ ธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันท่วงที่และความเป็นสิ่งที่ทันสมัยของอินเทอร์เน็ตแบบกึ่ง จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบกึ่งมากขึ้น

จากผลการวิเคราะห์การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบกึ่งมีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบกึ่งของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่าความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น (Beta = .414) หมายถึง ความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบกึ่งมากขึ้น ดังนั้นควรมีการแนะนำและแสดงการใช้งานในการทำธุรกรรมต่าง ๆ เช่น การโอนเงิน การซื้อสลากออมสิน การชำระค่าน้ำค่าไฟหรือบิลต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานเห็นประโยชน์และความสะดวกในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบกึ่ง

จากผลการวิเคราะห์การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบกึ่งมีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบกึ่งของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า ศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเอง (Beta = .960) หมายถึง สามารถศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วย



ตนเองมากยิ่งขึ้น จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกคักมากขึ้น

ดังนั้น ในขั้นตอนการสมัครใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกคักควรมีการแนะนำก่อนการใช้งานเพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถศึกษาการใช้งานได้ด้วยตนเอง

ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้ ทำการศึกษาปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้กลุ่มผู้สูงอายุใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกคักในภาคอีสาน โดยมีปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกคัก ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกคัก การตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกคัก ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกคักมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกคักของกลุ่มผู้สูงอายุ ด้านการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคึกคักมีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกคัก ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มปัจจัยหรือตัวแปรอิสระอื่น ๆ เช่น ปัจจัยด้านการให้บริการ หรือปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนในการศึกษาเกี่ยวกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกคัก รวมถึงควรมีการวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ใช้ข้อมูลสำคัญ เพื่อให้ได้ข้อมูลมุมมอง และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการศึกษารวมถึงเป็นการสนับสนุนข้อมูลในเชิงปริมาณอีกด้วย

ทั้งนี้ในงานวิจัยในอนาคต นักวิจัยสามารถเพิ่มตัวแปรจากวิธีที่เป็นสากลในการพิสูจน์การวิจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี โดยอาจจะประยุกต์ใช้มากกว่า TAM, UTAUT หรือ UTAUT2 ซึ่งจะทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกต และตัวแปรแฝงทุกตัว รวมถึงการเกิดขึ้นของโมเดลที่ชัดเจนตรวจสอบได้ตามวิธีการสากล ซึ่งหากผู้วิจัยต้องการทราบผลที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น อาจนำ TAM+UTAUT มาบูรณาการร่วมกัน รวมถึงตัวแปรอื่นนอกเหนือมาสร้างเป็นโมเดลการยอมรับเทคโนโลยีเพื่อทราบตัวแปรที่เกิดขึ้นทั้งหมด และเกิดอัตลักษณ์ในงานวิจัยด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต. (2564). การบูรณาการทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมกับการรับรู้ความเสี่ยงและทัศนคติเพื่อวัดความตั้งใจในการใช้บริการโมบายแบงก์กิงของผู้สูงอายุในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร*, 16(1), 198-222.
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2566). *สถิติผู้สูงอายุของประเทศไทย*. สืบค้นจาก <http://www.dop.go.th/th/know/side/1/1/275>.
- จักรพงษ์ ลีลาธนาศิริ และธัญวรัตน์ สุวรรณะ. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟนในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย*, 8(3), 100-111.
- จักรวาล อินทะบุญโญ และพนมสิริ สอนประจักษ์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแบงก์กิงแอปพลิเคชันของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 50-70 ปี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 12(1), 83-98.
- เฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ และกัลยา ใจรักษ์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ. *รายงานสืบเนื่องการประชุมสัมมนาวิชาการ (Proceedings) การนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 17. 1968-1977*.
- ชุดิมา เรืองกระโทก. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อการชำระเงินผ่านระบบ Internet Banking สำหรับนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี*. รายงานสืบเนื่องการประชุมสัมมนาวิชาการ (Proceedings) การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 4. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. 7-14.
- ณัฐชนันท์ เฟื่องภา. (2561). พฤติกรรมการใช้ Internet Banking ของผู้ใช้บริการ Application "BUALUANG MBANKING" ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.



- ณัฐปภัสร ดาราพงษ์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี Mobile Banking. (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). *ธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobilebanking*. สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/th/home.html>.
- นัฐพล รักษา. (2561). การรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตแบงกิ้งของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สาขาเอ็กเซน ทาวเวอร์. รายงานสืบเนื่องการประชุมสัมมนาวิชาการ (Proceedings) การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. 44-54.
- นุชรี จินดาวรรณ. (2559). การทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง กรณีศึกษาลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดพัทลุง. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- มนัสสินี บุญมีศรีสง่า และมินตรา สดชื่น (2560). รูปแบบการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของผู้สูงอายุในสังคมไทย กรณีศึกษาเขตกรุงเทพมหานคร. รายงานสืบเนื่องการประชุมสัมมนาวิชาการ (Proceedings) การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์. 587-594.
- บัญชา หมั่นกิจการ. (2560). แบบจำลองเชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ (e-payment) ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์.
- ปัทมา สันเสน. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับการยอมรับในระบบธนาคารออนไลน์ของลูกค้าธนาคารออมสินในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วิไลสนา นาคสงวน (2565). *ทัศนคติและปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับสัญญาณ 5G ของผู้ใช้บริการเครือข่ายสื่อสารและอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการพัฒนาลังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2565). *รายงานสถานการณ์ทางสังคม ประจำปีงบประมาณ 2565*. สืบค้นจาก <https://ebooks.m-society.go.th/ebooks/detail/734>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). *สำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน*. สืบค้นจาก <http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/>
- สิงหะ จวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. *วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศลาดกระบัง*, 1(1), 2-20.
- Best, J. W. (1977). *Research in Education* (3rd ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Mathieson, K. (1991). Predicting User Intentions: Comparing the Technology Acceptance Model with the Theory of Planned Behavior. *Information Systems Research*, 2(3), 173-191.
- Montano, D.E., & Kasprzyk, D. (2015). Theory of Reasoned Action, Theory of Planned Behavior and The Integrated Behavioral Model. *Health Behavior: Theory, Research and Practice*, 95-124.
- Rogers, T. (2003). *Conferences and Convention: A Global Industry*. Italy: Butterworth Heinemann.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2003). *Consumer Behavior* (8th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.



- Tantrabundit, P., Wongsim, M. & Surinta, O. (2020). Technology Acceptance Model: The Evidence of NodeMCU's Mushroom House Control System in Thailand. *Journal of Accountancy and Management*, 12(1), 42-54.
- Thurstone, L.L., & Chave, E.J. (1966). *The Measurement of Attitude*. Chicago: Chicago University.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper & Row.