



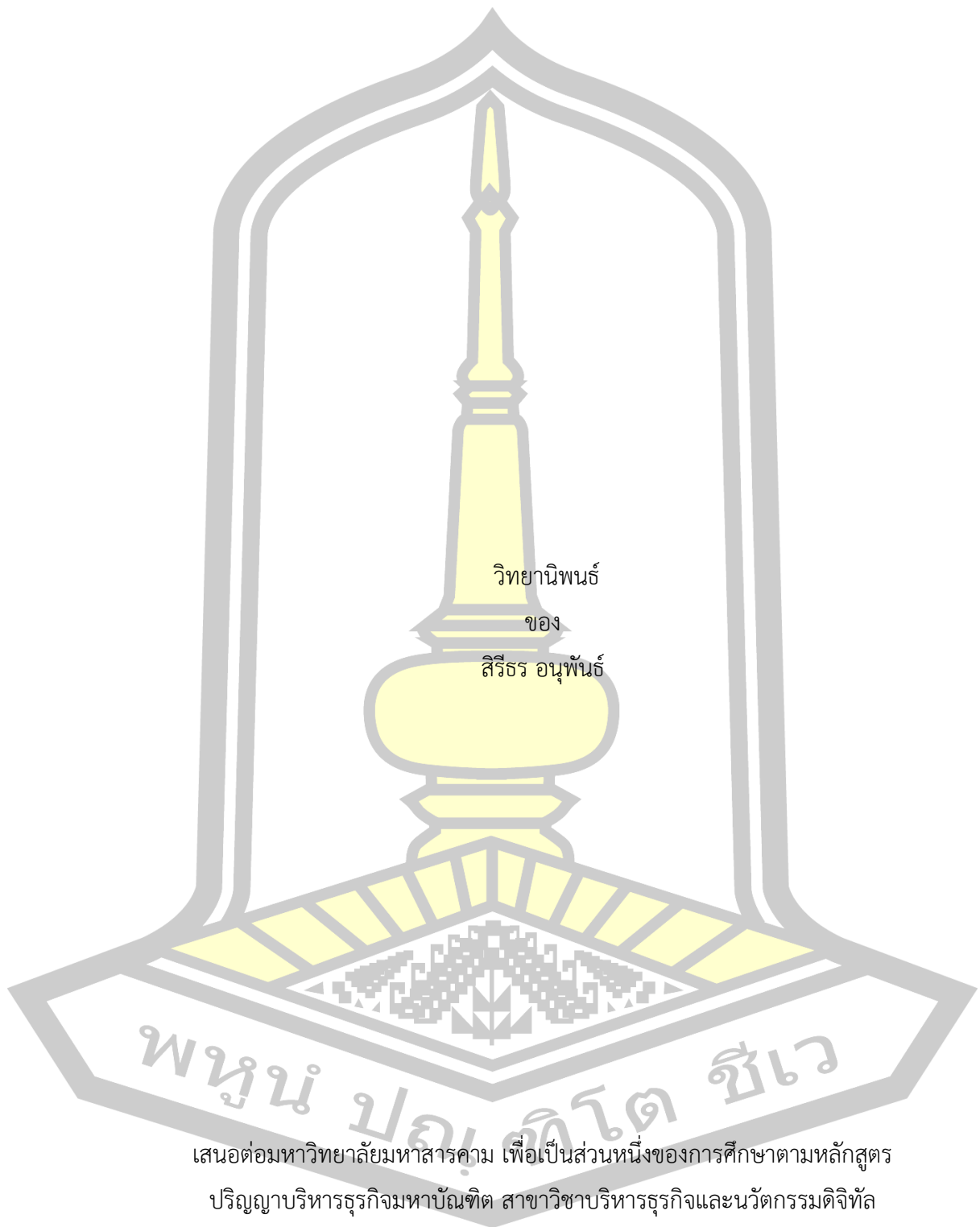
ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้กลุ่มผู้สูงอายุใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคล่องในภาคอีสาน

วิทยานิพนธ์
ของ
สิริธร อนุพันธ์

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจและนวัตกรรมการดิจิทัล
มกราคม 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้กลุ่มผู้สูงอายุใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคลั่งในภาคอีสาน

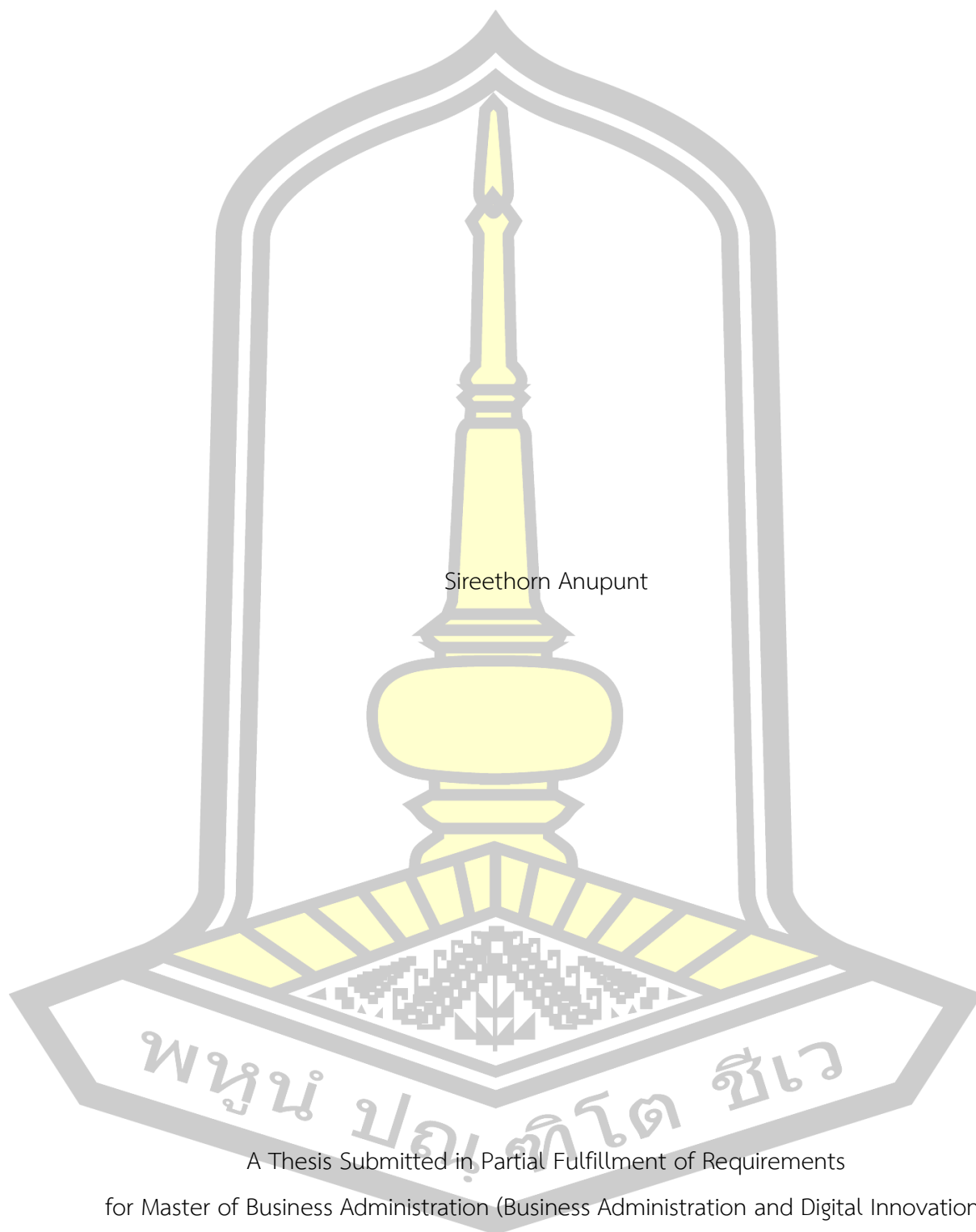


เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล

มกราคม 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Factors Influencing Elders to Apply Internet Banking in Northeast Thailand



Sireethorn Anupunt

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements
for Master of Business Administration (Business Administration and Digital Innovation)

January 2023

Copyright of Mahasarakham University



คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนางสาวสิริธร อนุพันธ์
แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(รศ. ดร. กิตติพล วิแสง)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(อ. ดร. พงศธร ตันตระกูลบัณฑิตย์)

.....กรรมการ

(อ. ดร. การันต์ กิจระการ)

.....กรรมการ

(อ. ดร. กาญจนา หินเระว)

.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

(ผศ. ดร. ธงชัย แก้วกิริยา)

มหาวิทยาลัยขอนแก่นให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล ของมหาวิทยาลัย
มหาสารคาม

.....
(อ. ดร. ชลธิชา ธรรมวิญญู)

คณบดีคณะการบัญชีและการจัดการ

.....
(รศ. ดร. กริสน์ ชัยมูล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้กลุ่มผู้สูงอายุใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกในภาคอีสาน
 ผู้วิจัย สิริธร อนุพันธ์
 อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร. พงศธร ตันตระกูลบัณฑิตย์
 ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา บริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล
 มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีที่พิมพ์ 2566

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคึก ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคึก ศึกษาผลกระทบของทัศนคติต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกและศึกษาผลกระทบของการยอมรับการใช้งานต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกในกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่เกษียณอายุและมีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้ใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก 11-20 ครั้งต่อเดือน และมีประสบการณ์ใช้งานประมาณ 1-2 ปี และใช้ในการโอนเงินเป็นหลัก

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกประกอบไปด้วยการรับรู้ข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันท่วงที่เป็นสิ่งที่ทันสมัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคึกประกอบด้วย ปัจจัยความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคึกประกอบด้วยปัจจัยด้านการศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเองและสามารถใช้งานโดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ประกอบด้วยปัจจัยการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกในการทำธุรกรรมทางการเงินทุกครั้ง และเห็นว่าเหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวัน

คำสำคัญ : ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี, การตัดสินใจ, อินเทอร์เน็ตแบบคึก, ผู้สูงอายุ

TITLE	Factors Influencing Elders to Apply Internet Banking in Northeast Thailand		
AUTHOR	Sireethorn Anupunt		
ADVISORS	Pongsatorn Tantrabondit , Ph.D.		
DEGREE	Master of Business Administration	MAJOR	Business Administration and Digital Innovation
UNIVERSITY	Maharakham University	YEAR	2023

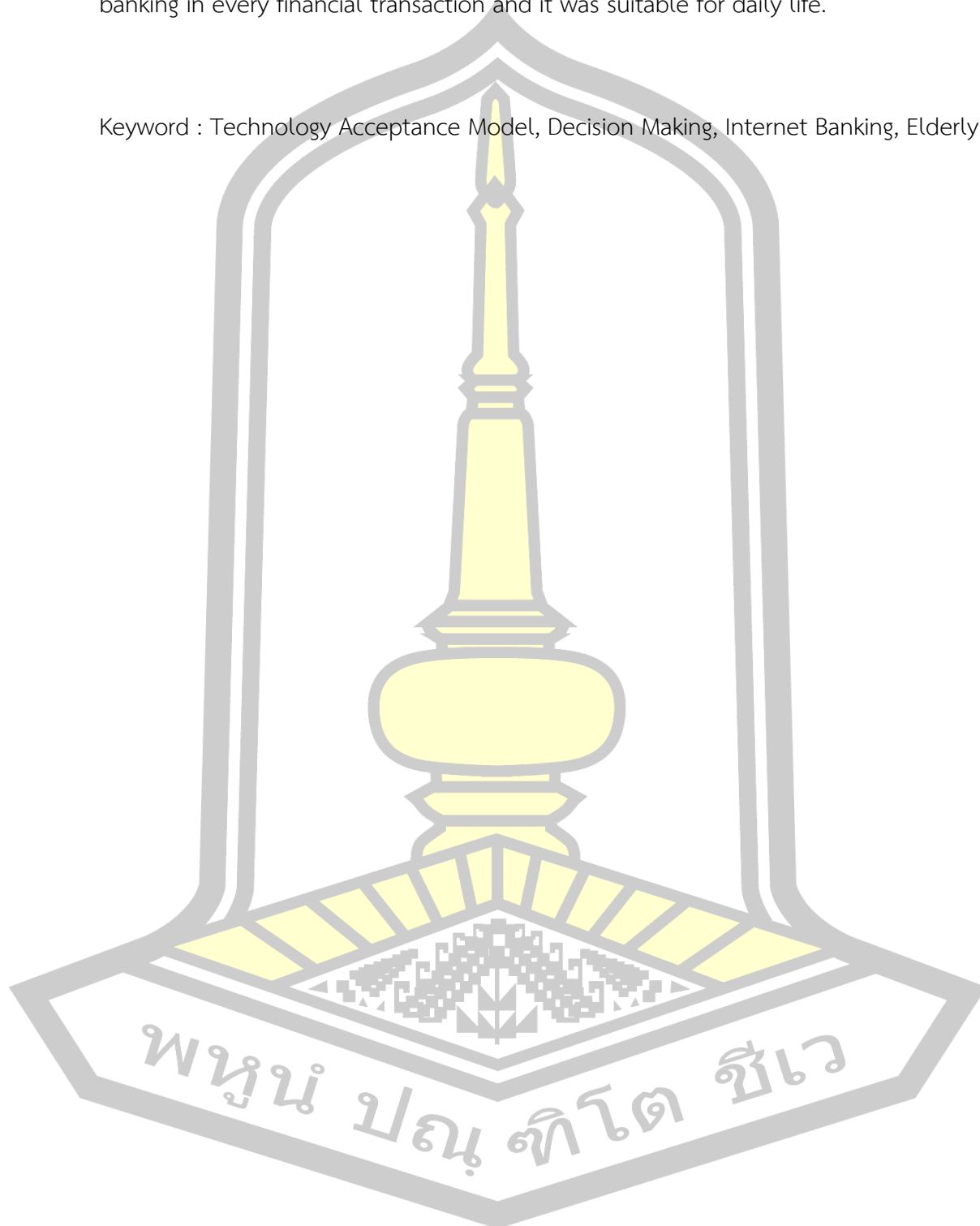
ABSTRACT

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 the internet banking acceptance, and the intention to use internet banking from elderly people. The researcher used a questionnaire as an instrument to collect data from a group of 400 elderly people in the northeastern, Thailand. The results of the study found that the majority of the sample was female. The major level of education was bachelor's degree or equivalent. Most of them were retired and had a monthly income between 10,000 to 20,000 baht, used internet banking 11 to 20 times per month and had experience with internet banking about 1 to 2 years. The mainly 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 on 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 in transactions. Factors influencing the ease of use of internet banking included all about learning the step by step to use internet banking by themselves and it can be used without much effort. Factors affecting the acceptance of internet banking had an effect on the decision making to use internet

banking at a significant level 0.05. Those factors included the usage of internet banking in every financial transaction and it was suitable for daily life.

Keyword : Technology Acceptance Model, Decision Making, Internet Banking, Elderly



กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้กลุ่มผู้สูงอายุใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคล่องในภาคอีสาน สามารถดำเนินการจนประสบความสำเร็จลงไปด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จาก รศ.ดร.กิตติพล วิแสง ผศ.ดร.ธงชัย แก้วกิริยา อ.ดร.กาญจนา หินธารี อ.ดร.การันต์ กิจระการ และอ.ดร.พงศธร ตันตระกูลบัณฑิต ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา ความรู้ คำแนะนำ และปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตลอดการเรียน จนกระทั่งการวิจัยครั้งนี้สำเร็จเรียบร้อยด้วยดี สุดท้ายต้องขอขอบคุณ คุณพ่อและคุณแม่ที่คอยเป็นกำลังใจเสมอมา ท่านคอยสนับสนุนและถามไถ่เพื่อเป็นแรงกระตุ้นในการเรียนและการทำวิจัยฉบับนี้ มาโดยตลอด

สิริธร อนุพันธ์

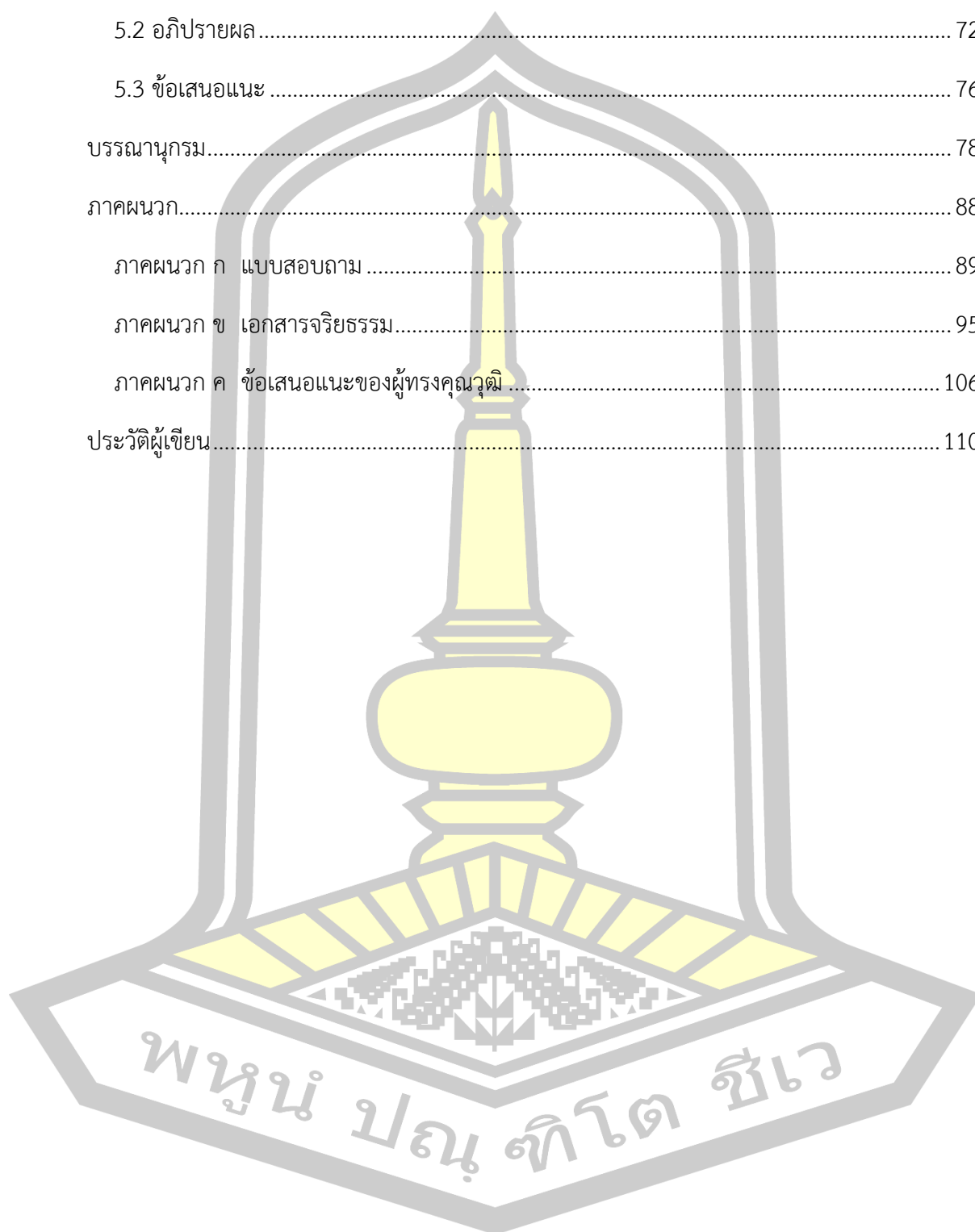


สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญรูปภาพ.....	ฐ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ภูมิหลัง.....	1
1.2 ความมุ่งหมายของงานวิจัย.....	6
1.3 สมมติฐานการวิจัย	6
1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย	7
1.5 ความสำคัญของการวิจัย.....	7
1.6 ขอบเขตของการวิจัย.....	8
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	10
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
2.1 อินเทอร์เน็ตเบงค์กิ้งในประเทศไทย.....	11
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะ และพฤติกรรมของผู้สูงอายุ.....	13
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์.....	16
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตัวแปรด้านการรับรู้ถึงประโยชน์.....	18
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้งานง่าย.....	20
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	22

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับการใช้งาน.....	28
2.8 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้งาน.....	31
2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	34
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	38
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	38
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	39
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	41
3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	44
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	45
4.2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก.....	47
4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก.....	48
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก.....	53
4.5 การวิเคราะห์การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคึกที่มีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุ.....	54
4.6 การวิเคราะห์การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคึกที่มีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุ.....	56
4.7 การวิเคราะห์ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุ.....	59
4.8 การวิเคราะห์การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุ.....	62
4.9 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	65
4.10 การวิเคราะห์เพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะประชากรที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก ของกลุ่มผู้สูงอายุ.....	67
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	71

5.1 สรุปผล.....	71
5.2 อภิปรายผล.....	72
5.3 ข้อเสนอแนะ	76
บรรณานุกรม.....	78
ภาคผนวก.....	88
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	89
ภาคผนวก ข เอกสารจริยธรรม.....	95
ภาคผนวก ค ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ.....	106
ประวัติผู้เขียน.....	110



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ตารางแสดงธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile banking	2
ตารางที่ 2 ตารางแสดงสถิติผู้สูงอายุในประเทศไทย	3
ตารางที่ 3 ค่าความเชื่อมั่นของแต่ละองค์ประกอบในแบบสอบถาม	43
ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	45
ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกคักของผู้ตอบแบบสอบถาม	47
ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกคักในภาพรวม	49
ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกคัก ด้านการรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคึกคัก	49
ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกคัก ด้านการรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคึกคัก	50
ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกคัก ด้านทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกคัก	51
ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกคัก ด้านการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกคัก	52
ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกคัก	53
ตารางที่ 12 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคึกคักกับทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกคัก	54
ตารางที่ 13 การวิเคราะห์การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคึกคักที่มีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกคัก	55
ตารางที่ 14 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคึกคักกับทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกคัก	57

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคึกที่มีผลต่อทัศนคติการใช้ งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก	58
ตารางที่ 16 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกกับการ ยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก	60
ตารางที่ 17 การวิเคราะห์ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งาน อินเทอร์เน็ตแบบคึก	60
ตารางที่ 18 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกกับการ ตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก	63
ตารางที่ 19 การวิเคราะห์การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้งาน อินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุ	64
ตารางที่ 20 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะประชากร ด้านเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับการ ใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุที่แตกต่างกัน	68
ตารางที่ 21 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะประชากร ด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับ การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุที่แตกต่างกัน	69
ตารางที่ 22 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะประชากร ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการ ยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุที่แตกต่างกัน	69
ตารางที่ 23 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะประชากร ด้านระดับรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อ การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุที่แตกต่างกัน	70



สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 ร้อยละของประชาชนอายุ 6 ปีขึ้นไปที่ใช้โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์ จำแนกตามอายุ	4
ภาพที่ 2 ร้อยละของประชาชนอายุ 6 ปีขึ้นไปที่ใช้โทรศัพท์มือถือ จำแนกตามกิจกรรมที่ใช้	5
ภาพที่ 3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย	7
ภาพที่ 4 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM)	20
ภาพที่ 5 แบบจำลององค์ประกอบของทัศนคติ	24
ภาพที่ 6 องค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ	25
ภาพที่ 7 แบบจำลองทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล	30
ภาพที่ 8 กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี	30



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ภูมิหลัง

ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีการพัฒนาการใช้จ่ายเงินเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมของเศรษฐกิจ สังคมไทย และเทคโนโลยีสารสนเทศในช่วงเวลานั้น ๆ เริ่มตั้งแต่การใช้จ่ายเงินด้วยเงินสดซึ่งไม่เหมาะสมกับการใช้จ่ายเงินที่มีจำนวนมาก แต่สังคมไทยยังนิยมใช้เงินสดเป็นหลัก ต่อมาได้มีการปรับปรุงและพัฒนาเทคโนโลยีเป็นการใช้จ่ายเงินด้วยบัตรเครดิตหรือเดบิตจนได้รับการพิสูจน์แล้วว่ามีความปลอดภัย และมีความน่าเชื่อถือ ในขณะที่ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศ และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มีพัฒนาการไปอย่างรวดเร็ว เกิดการใช้จ่ายเงินกับสถาบันการเงินของภาครัฐและเอกชนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อย่างโทรศัพท์มือถือเป็นสื่อกลางทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกสบายยิ่งขึ้น (บัญญัติ หนั่นกิจการ, 2560)

หากกล่าวถึงในเรื่องของสถาบันทางการเงิน เชื่อว่าบุคคลทั่วไปรู้จักเป็นอย่างดี ในเรื่องของในการทำธุรกรรมทางการเงิน เพราะในตอนนี้สถาบันทางการเงินถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในบทบาทการดำเนินงานทางด้านธุรกิจ และการใช้ชีวิตประจำวันของทุกคนในประเทศ กล่าวคือสถาบันทางการเงินจะเป็นตัวช่วยในการสนับสนุนในการดำเนินงานทางธุรกิจ และการครองชีพของผู้คนในประเทศให้เป็นไปอย่างง่ายและราบรื่น (ณิชาธิ์ ชื่นอินทร์งาน และกนกพร ชัยประสิทธิ์, 2561) ปัจจุบันได้มีการใช้เทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยในการบริการต่างๆ เพื่อให้ความสะดวกสบายตามความต้องการแก่ลูกค้าทั่วไปและกลุ่มผู้สูงอายุ โดยการนำเอาอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการบริการ, การติดต่อสื่อสาร, การประชาสัมพันธ์ และการค้นหาข้อมูล เพื่อเพิ่มช่องทางในการชำระเงินหรือสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต แม้ผู้สูงอายุจะเริ่มปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์แต่ก็อวยงเป็นส่วนน้อย ยังพบว่ามีผู้สูงอายุอีกจำนวนมากยังไม่สนใจเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้เนื่องจากความยากต่อการใช้งาน และผู้สูงอายุไม่มีประสบการณ์หรือมีประสบการณ์น้อยอีกทั้งเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มีก้าวหน้าเร็วมาก ทำให้ผู้สูงอายุที่ยังล่าช้าและขาดทักษะความรู้ทางคอมพิวเตอร์ที่จะทันต่อความก้าวหน้าในเทคโนโลยียุคปัจจุบัน (กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต, 2562)

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและการแข่งขันที่มากขึ้น ธนาคารพาณิชย์จึงเร่งปรับตัวในช่องทางการให้บริการแก่ลูกค้ามากขึ้น เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ เพื่อตอบสนองความ

ต้องการของลูกค้าและความพึงพอใจในการให้บริการ ทำให้ลูกค้าและบุคคลรอบข้างหันมาใช้บริการมากขึ้นและขยายฐานลูกค้ารายใหม่ รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ต่างๆของธนาคาร เพื่อให้เกิดรายได้กับธนาคาร และทำให้ธนาคารมีผลประกอบการที่ดี ดังนั้นธนาคารจึงได้ทำการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการ โดยมุ่งเน้นการให้บริการแบบ อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ 2 ช่องทางดังนี้ (จักรวาล อินทะปัญโญ และพนมสิทธิ์ สอนประจักษ์, 2563)

1. อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking)
2. โบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application)

ตารางที่ 1 ตารางแสดงธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile banking

		ก.ค.2566	มิ.ย.2566	พ.ค.2566	เม.ย.2566	มี.ค.2566
ธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Mobile banking						
1.	จำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ	103,066,182	101,820,572	101,054,836	100,194,467	99,521,699
2.	ปริมาณรายการ (พันรายการ)	2,529,599	2,396,351	2,352,295	2,199,506	2,356,216
3.	มูลค่ารายการ (พันล้านบาท)	5,725	5,867	6,074	5,810	6,394

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566

ในปี 2566 จำนวนผู้ใช้โมบายแบงก์กิ้งเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ณ สิ้นไตรมาส 1 ปี 2566 บัญชีโมบายแบงก์กิ้งจำนวน 103 ล้านบัญชี เติบโตขึ้น ร้อยละ 29 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน สืบเนื่องจาก ธนาคารต่างๆ ได้พัฒนาแอปพลิเคชันที่ใช้งานง่าย สะดวกและรองรับธุรกรรมหลากหลายประเภทมากขึ้น โดยประชาชนนิยมทำธุรกรรมโอนเงินและชำระเงินผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งและโมบายแบงก์กิ้งมากขึ้น ประกอบกับธนาคารเน้นการประชาสัมพันธ์การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งและโมบายแบงก์กิ้งอย่างเด่นชัด ทำให้ธุรกรรมผ่าน ช่องทางอินเทอร์เน็ต

แบงก์กิงและโมบายแบงก์กิงใน ไตรมาส 1 ปี 2566 มีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยการโอนเงินข้ามธนาคารเพิ่มขึ้นมากที่สุดร้อยละ 99.8 การโอนเงินภายในธนาคารเดียวกันรวมถึงการชำระค่าสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 45 (Bank of Thailand, 2023)

ทั้งนี้ด้วยอิทธิพลของนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่มีความบริการที่หลากหลายรูปแบบที่แทรกซึมเข้าสู่ชีวิตประจำวันในทุกกลุ่มสังคมและทุกวัยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จึงส่งผลทำให้มีบุคคลกลุ่มหนึ่งในสังคมที่ต้องพบกับปัญหาและความยุ่งยากในการใช้ชีวิตประจำวัน ทำให้เกิดความวิตกกังวลในการยอมรับการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน ซึ่งมีความรู้สึกถึงความยากต่อการเรียนรู้ ความไม่ปลอดภัย ในการยอมรับการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ คือ กลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่คุ้นเคยกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยได้รับผลกระทบอย่างมาก เช่น ไม่สามารถรับบริการของรัฐในหลายบริการ หรือเสียโอกาสจากการไม่สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน (กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต, 2562)

ตารางที่ 2 ตารางแสดงสถิติผู้สูงอายุในประเทศไทย

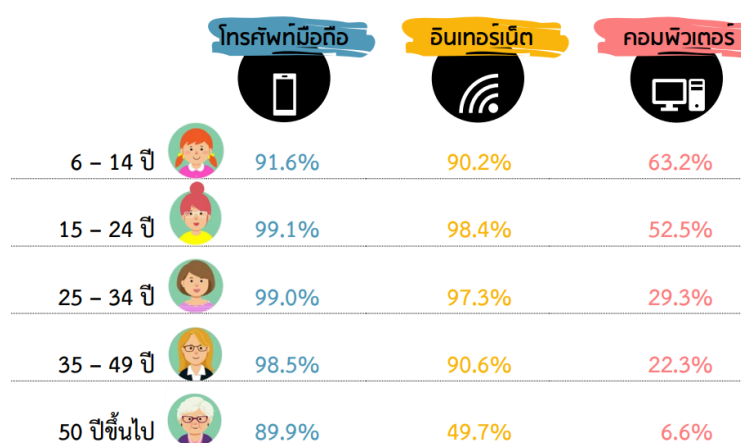
เพศ	จำนวนประชากรทั้งหมด			จำนวนประชากรผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป			ร้อยละ (%)
	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	
รวมทั้งสิ้น	32,238,674	33,816,156	66,054,830	5,649,709	7,165,069	12,814,778	19.40%
ภาคกลาง	10,970,547	11,878,179	22,848,726	1,937,201	2,612,381	4,549,582	19.91%
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	10,758,505	10,985,545	21,744,050	1,838,651	2,214,959	4,053,610	18.64%
ภาคเหนือ	5,837,620	6,120,271	11,957,891	1,176,749	1,448,422	2,625,171	21.95%
ภาคใต้	4,672,002	4,832,161	9,504,163	697,108	889,307	1,586,415	16.69%

ที่มา: กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2566

สังคมไทยกำลังจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ ในประมาณปี 2562-2567 คือมีจำนวนผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 14 ของ ประชากรทั้งหมด และมีแนวโน้มจะเริ่มเข้าสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอดในอีกประมาณปี 2567-2572 คือมีจำนวนผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด (สำนักงานปลัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2563) ปัจจุบันมีผู้สูงอายุรวมในประเทศไทยถึง 11,627,130 คน คิดเป็นร้อยละ 17.57 ของประชากรทั้งหมด (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2566) โดยผู้สูงอายุ หรือผู้สูงวัย เป็นคำที่บ่งบอกถึงบุคคลที่มีอายุมาก โดยนิยามนับตามอายุตั้งแต่แรกเกิด โดยทั่วไป เรียกว่า คนแก่ หรือ คนชรา (มนัสสินี บุญมีศรีสง่า และมินตรา สดชื่น, 2560) โดยผู้สูงอายุ มีลักษณะ 4 ประการ ได้แก่ 1. เป็นผู้มีอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป 2. เป็นผู้ที่

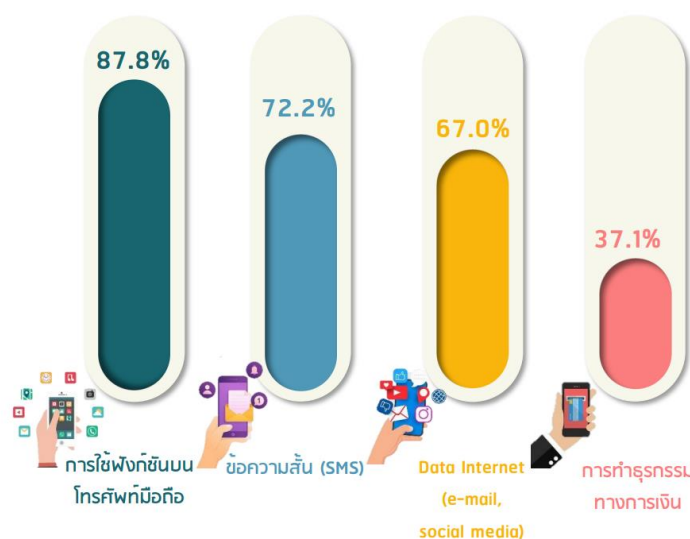
ความเสื่อมถอยตามสภาพมีกำลังถดถอยเชิงซ้ำ 3. เป็นผู้ที่เหมาะสมควรให้ความอุปการะ และ 4. เป็นผู้ที่มีโรคสมควรได้รับความช่วยเหลือ (กุลยา ตันติผลาชีวะ, 2524)

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 รองลงมาคือ อายุ 15 – 24 ปี ร้อยละ 52.5 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563)



ภาพที่ 1 ร้อยละของประชาชนอายุ 6 ปีขึ้นไปที่ใช้โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์ จำแนกตามอายุ

กิจกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถืออื่นๆ นอกเหนือจากการใช้โทรออกและรับสายเข้าเป็นหลัก แล้ว ส่วนใหญ่ใช้ฟังก์ชันบนโทรศัพท์มือถือ เช่น เครื่องคิดเลข กล้อง นาฬิกาปลุก เป็นต้น ร้อยละ 87.8 รองลงมาใช้บริการข้อความสั้น (Short Message Service: SMS) ร้อยละ 72.2 ใช้บริการสืบค้น/แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต (Data Internet) เช่น อีเมล เกมออนไลน์ โซเชียลเน็ตเวิร์ก เป็นต้น ร้อยละ 67.0



ภาพที่ 2 ร้อยละของประชาชนอายุ 6 ปีขึ้นไปที่ใช้โทรศัพท์มือถือ จำแนกตามกิจกรรมที่ใช้

โดยกลุ่มผู้สูงอายุหรือกลุ่มสูงวัย ที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ซึ่งถือเป็นฐานลูกค้ากลุ่มใหญ่ของธนาคารในประเทศไทย ที่ปัจจุบันยังคงใช้งานโมบายแบงก์กิงแอปพลิเคชัน ในสัดส่วนน้อย ธนาคารจึงได้มีการปรับกลยุทธ์เพื่อรับกับโอกาสที่เกิดขึ้นอย่างเร่งด่วน โดยปัจจุบันพบว่า กลุ่มผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 80 ต้องการใช้โมบายแบงก์กิงแอปพลิเคชันแต่ความไม่เข้าใจและความกลัวเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้ไม่ยอมใช้ (จักรวาล อินทะปัญญา และพนมสิทธิ์ สอนประจักษ์, 2563)

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือภาคอีสาน เป็นเขตหรือภาคหนึ่งทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย อยู่บนแอ่งโคราชและแอ่งสกลนคร มีแม่น้ำโขงกั้นเขตทางตอนเหนือและตะวันออกของภาค ทางด้านใต้จรดชายแดนกัมพูชา ทางตะวันตกมีเทือกเขาเพชรบูรณ์และเทือกเขาแดงพญาเย็นเป็นแนวกั้นแยกจากภาคเหนือและภาคกลาง เป็นภูมิภาคหนึ่งที่มีเนื้อที่มากที่สุดในประเทศไทย ประมาณ 168,854 ตารางกิโลเมตร หรือมีเนื้อที่ร้อยละ 33.17 จัดได้ว่าเป็นพื้นที่ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย (ThailandGeopark, 2556) จากข้อมูลสถิติจำนวนผู้สูงอายุประเทศไทย ปี 2563 พบว่าภาคอีสานมีผู้สูงอายุรวม 3,684,395 คน หรือร้อยละ 16.86 ของประชากรทั้งหมดในภาคอีสาน ซึ่งเป็นภาคที่มีอัตราส่วนของประชากรผู้สูงอายุเป็นอันดับ 1 ของประเทศ (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2563)

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสนใจในการศึกษาปัจจัยที่จะช่วยแก้ไขปัญหให้กับกลุ่มผู้สูงอายุในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงได้ง่ายขึ้น เพื่อจะได้นำผลการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลในการแก้ไขปัญหให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อนำไปสู่การใช้งานของกลุ่มผู้สูงอายุที่ง่ายขึ้น สะดวกสบายขึ้น และ

เป็นแนวทางในการปรับปรุงระบบอินเทอร์เน็ตแบบคิงให้สามารถตอบสนองต่อการใช้งานของกลุ่มผู้สูงอายุให้ได้มากที่สุด

1.2 ความมุ่งหมายของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน
3. เพื่อศึกษาผลกระทบของทัศนคติในการการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน
4. เพื่อศึกษาผลกระทบของการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน

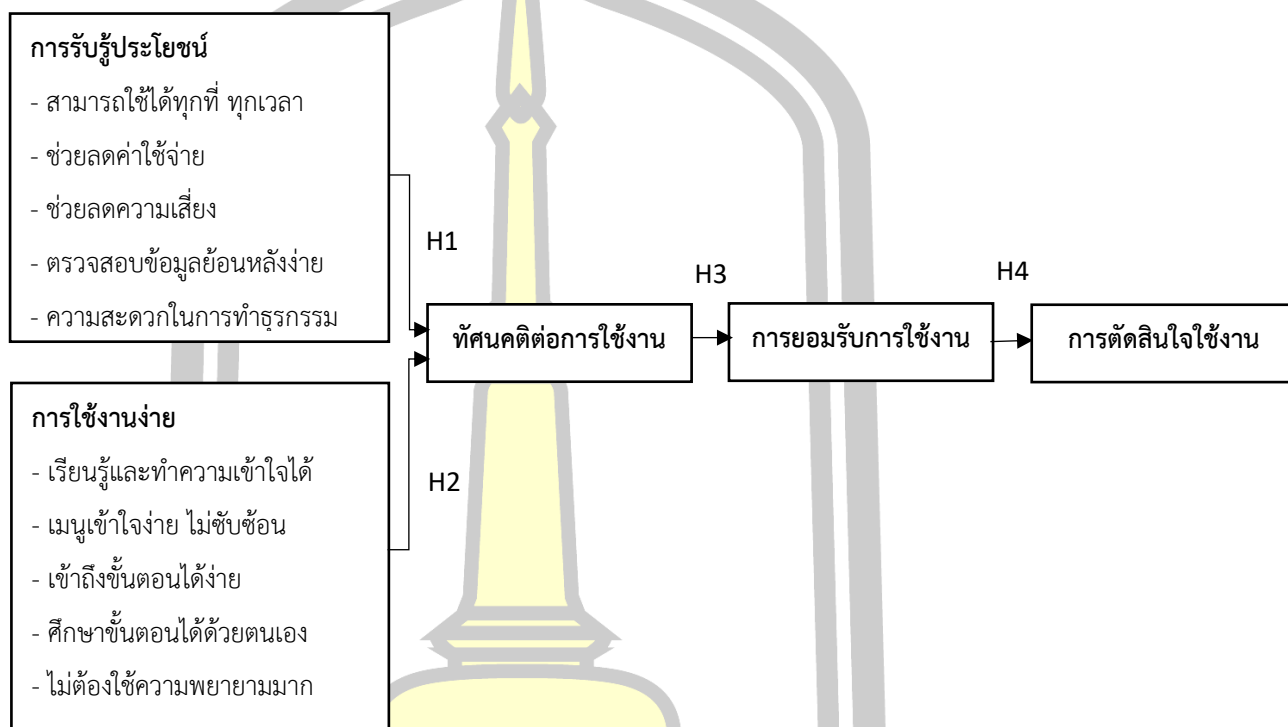
1.3 สมมติฐานการวิจัย

1. ทัศนคติในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคิงมีผลต่อทัศนคติในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน
3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคิงมีผลต่อทัศนคติในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน
4. การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน

พญ. ปณ. จิต ชีเว

1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้กลุ่มผู้สูงอายุในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงในภาคอีสาน ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

1.5 ความสำคัญของการวิจัย

1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจสามารถทราบถึงปัจจัยที่ผู้สูงอายุใช้ในการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง
2. สามารถนำไปใช้ในการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน
3. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุ
4. ผู้ประกอบการธนาคารและนักพัฒนาระบบอินเทอร์เน็ตแบบคิงสามารถสร้างฟังก์ชันการใช้งานที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตแบบคิงให้กับผู้สูงอายุได้
5. นักวิชาการและนักวิจัยสามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยชิ้นนี้ไปศึกษาในทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่างๆ ได้รวมถึงผลของการวิจัยในครั้งนี้ยังจะช่วยต่อยอดให้กับแวดวงทางด้านวิชาการอื่นๆ อาทิ

เช่น ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model-TAM) และทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA)

1.6 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีขอบเขตในการศึกษาด้านประชากรในการวิจัย ตัวอย่างในการวิจัย และตัวแปรในการวิจัย มีดังนี้

1.6.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

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

1.6.1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน ซึ่งจะต้องเป็นผู้ที่เกิดก่อนปี พ.ศ.2505 และมีประสบการณ์ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคงมาไม่น้อยกว่า 2 เดือน จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยได้คำนวณตัวเลขกลุ่มตัวอย่างจากการใช้สูตร Taro Yamane (Yamane,1973)

สูตรของ Taro Yamane มีดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ

n	คือ	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
N	คือ	ขนาดของประชากร
e	คือ	ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

1.6.2 พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย

ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุที่มีแหล่งที่อยู่ตั้งอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยหรือที่เรียกกันว่าภาคอีสาน ซึ่งมีทั้งหมด 20 จังหวัด

1.6.3 ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ได้แก่ วันที่ 15 กันยายน – 15 ตุลาคม 2566

1.6.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มที่ 1 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ต
แบบคึกและการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก

ตัวแปรตาม ได้แก่ การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก

กลุ่มที่ 2 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของการรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ต
แบบคึกและทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคึก

ตัวแปรตาม ได้แก่ ทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก

กลุ่มที่ 3 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของการรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของ
อินเทอร์เน็ตแบบคึกและทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคึก

ตัวแปรตาม ได้แก่ ทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก

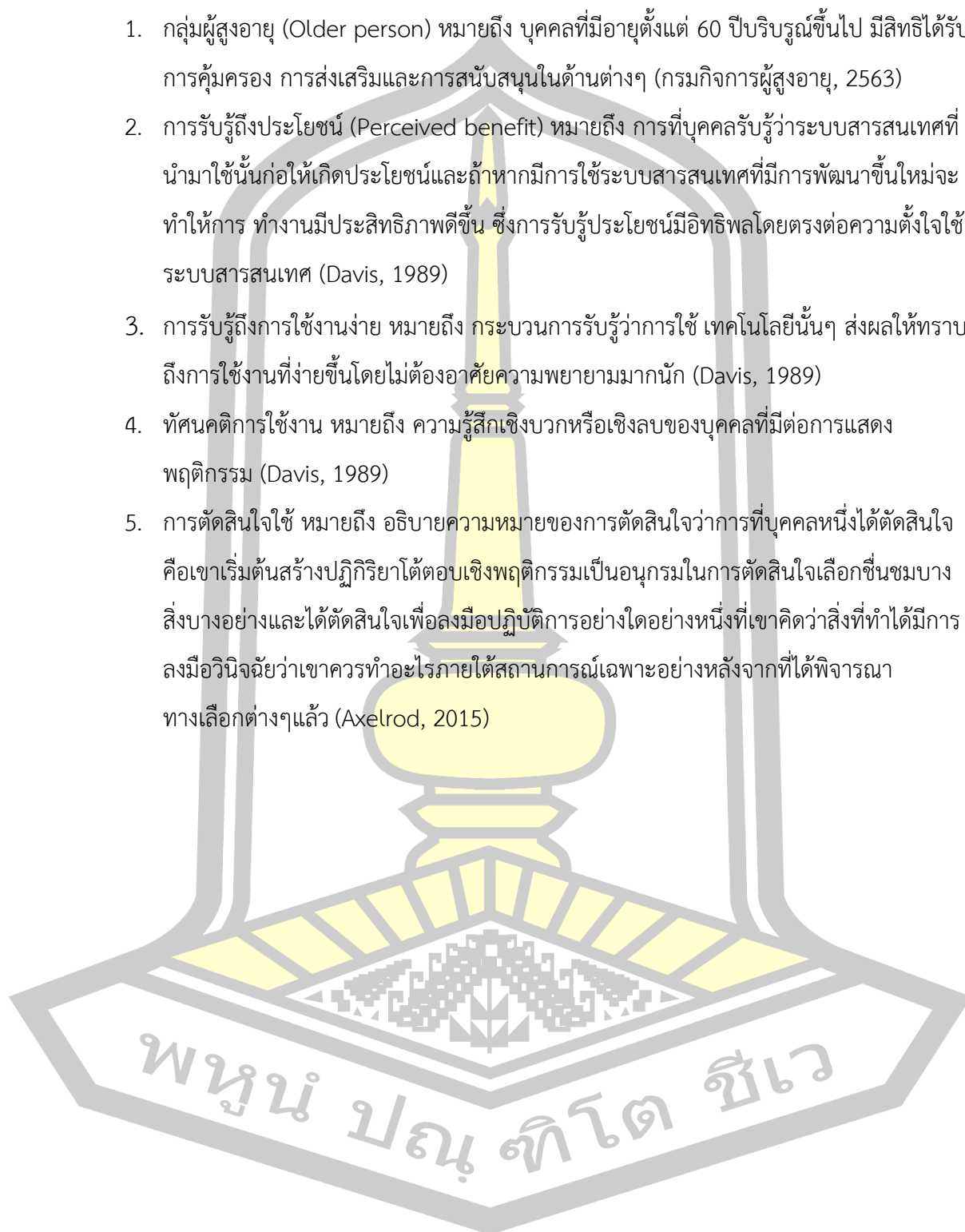
กลุ่มที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ต
แบบคึกและการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก

ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. กลุ่มผู้สูงอายุ (Older person) หมายถึง บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป มีสิทธิได้รับการคุ้มครอง การส่งเสริมและการสนับสนุนในด้านต่างๆ (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2563)
2. การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived benefit) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ว่ารระบบสารสนเทศที่นำมาใช้นั้นก่อให้เกิดประโยชน์และถ้าหากมีการใช้ระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นใหม่จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพดีขึ้น ซึ่งการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจใช้ระบบสารสนเทศ (Davis, 1989)
3. การรับรู้ถึงการใช้งานง่าย หมายถึง กระบวนการรับรู้ว่าการใช้ เทคโนโลยีนั้นๆ ส่งผลให้ทราบถึงการใช้งานที่ง่ายขึ้นโดยไม่ต้องอาศัยความพยายามมากนัก (Davis, 1989)
4. ทักษะการใช้งาน หมายถึง ความรู้สึกรู้สึกเชิงบวกหรือเชิงลบของบุคคลที่มีต่อการแสดงพฤติกรรม (Davis, 1989)
5. การตัดสินใจใช้ หมายถึง อธิบายความหมายของการตัดสินใจว่าการที่บุคคลหนึ่งได้ตัดสินใจคือเขาเริ่มต้นสร้างปฏิกิริยาโต้ตอบเชิงพฤติกรรมเป็นอนุกรมในการตัดสินใจเลือกชิ้นชมบางสิ่งบางอย่างและได้ตัดสินใจเพื่อลงมือปฏิบัติกรอย่างใดอย่างหนึ่งที่เขาคิดว่าสิ่งที่ทำได้มีการลงมือวินิจฉัยว่าเขาควรทำอะไรภายใต้สถานการณ์เฉพาะอย่างหลังจากที่ได้พิจารณาทางเลือกต่างๆแล้ว (Axelrod, 2015)



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้กลุ่มผู้สูงอายุใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งในภาคอีสาน ซึ่งผู้วิจัยมีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งในประเทศไทย
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะ และพฤติกรรมของผู้สูงอายุ
- 2.3 ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้งานง่าย
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
- 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับการใช้งาน
- 2.8 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้งาน
- 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งในประเทศไทย

ความหมายของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง

ความหมายของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งที่ใช้เรียกในประเทศไทย มีคำที่ใช้เรียกหมายคำขึ้นอยู่กับธนาคารต่างๆ มีการตั้งชื่อที่แตกต่างกันไป โดยใช้ชื่อเรียกบริการของตนและรายละเอียดในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง โดยมีการใช้คำและความหมายดังนี้

อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) หรือธนาคารอินเทอร์เน็ต หมายถึง ธนาคารที่ให้บริการธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

อิเล็กทรอนิกส์แบงก์กิ้ง (Electronic Banking) หรือ อีแบงก์กิ้ง (E-Banking) หรือธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง บริการของธนาคารที่ให้ลูกค้าทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เช่น เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ, เครื่อง ATM และเครื่องรับฝากเช็ค เป็นต้น

โมบายแบงก์กิง (Mobile Banking) คือ การทำธุรกรรมทางการเงินของธนาคารต่างๆ ที่เปิดให้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยโทรศัพท์เคลื่อนที่ต้องมีฟังก์ชันรองรับในการใช้งานเพื่อสามารถเชื่อมต่อระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ไปสู่บริการโมบายแบงก์กิงที่ธนาคารต่างๆ เปิดให้บริการได้ โดยเชื่อมต่อผ่านระบบเครือข่ายของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ ระบบ GPRS, EDGE, 3G และ 4G หรือผ่านทางระบบเครือข่ายระบบอินเทอร์เน็ต เช่น เครือข่ายคอมพิวเตอร์แบบไร้สาย (Wireless LAN) เป็นต้น

ระบบโมบายแบงก์กิง (Mobile Banking) คือ โปรแกรมประยุกต์หรือแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือที่ให้บริการด้านธุรกรรมทางการเงินของธนาคารผู้ให้บริการ ซึ่งผู้ใช้งานต้องลงทะเบียนกับธนาคารเพื่อใช้บริการทางการเงินได้หลายประเภท เช่น การโอนเงินระหว่างบัญชีธนาคาร การตรวจสอบยอดบัญชี การซื้อขายตราสาร/กองทุน และการตั้งระบบแจ้งเตือนอัตโนมัติรวมถึงการทำธุรกรรมชำระเงินและชำระใบแจ้งหนี้ด้วย ทั้งนี้โมบายแบงก์กิงถือเป็นส่วนหนึ่งของธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic banking) (นายสมานสันติ พณิชยเสริวงศ์, 2561)

อินเทอร์เน็ตแบงก์กิงเป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งของธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (electronic business) ซึ่งหมายถึงกระบวนการดำเนินธุรกิจโดยอาศัยเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับความหมายของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงคือการทำธุรกรรมต่างๆ กับธนาคารโดยผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้แก่ การฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงินสอบถามยอดเงิน เป็นต้น โดยอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงนั้นอาจเรียกโดยใช้ชื่ออื่นได้อีก ได้แก่ ออนไลน์แบงก์กิง (online banking) อิเล็กทรอนิกส์แบงก์กิง (electronic banking) หรือไซเบอร์แบงก์กิง (cyber banking) เป็นต้น ทั้งนี้เมื่อแต่ละธนาคารได้พัฒนาระบบอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงของตนเองแล้ว ก็มีการใช้ชื่อบริการที่แตกต่างกัน ดังนี้ “Bualuang I Banking” ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) “KTB Online” ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) “Krungrsri Online Banking” ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) “K Cyber Banking” ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) “TMB Internet Banking” ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) และ “SCB Easy Net” ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) (ธนพล พุกเสิ่ง และศิริพันธุ์ บุญครอง, 2558)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะ และพฤติกรรมของผู้สูงอายุ

พจนานุกรมไทยฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2546) ให้ความหมายของคำว่า “ชรา” หมายถึง ความแก่ด้วยอายุขำรดทรุดโทรม แต่คำนี้ไม่เป็นที่นิยมนักโดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มนักวิชาการ เพราะคำนี้ก่อให้เกิดความหดหู่และถดถอยสิ้นหวัง ดังนั้นที่ประชุมคณะผู้อาวุโส โดยมีผล ดำรวจตรีหลวงอรรถสิทธิธิสุนทรเป็นประธานจึงกำหนดคำให้เรียกว่า “ผู้สูงอายุ” ขึ้นแทน ตั้งแต่ วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2512 เป็นต้นมา ซึ่งคำนี้ให้ความหมายที่ยกย่องให้เกียรติแก่ผู้ที่ ชราภาพ ว่า เป็นผู้ที่สูงอายุทั้งวัยวุฒิและประสบการณ์

อุบลรัตน์ เพ็งสกลิต (2543) กล่าวว่า โดยทั่วไป ผู้สูงอายุ คือ ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์ในชีวิตสะสมไว้มากมาย ดังนั้น จึงควรต้องศึกษาลักษณะสำคัญของผู้สูงอายุและมีความเข้าใจในเรื่องของผู้สูงอายุที่ถูกต้อง ซึ่งเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ต้องศึกษาในเรื่องเกี่ยวกับผู้สูงอายุ เพราะผู้สูงอายุเป็นผู้ที่ทำคุณประโยชน์ต่อครอบครัวและสังคมมาแล้วอย่างมาก และเมื่อมีอายุมากขึ้นทั้งร่างกายและจิตใจจะเสื่อมถอยอย่างชัดเจน ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของทุกคนที่จะต้องทำความเข้าใจในลักษณะสำคัญของผู้สูงอายุได้แก่

1. ผู้สูงอายุในวัยของการเสื่อมถอยระหว่างร่างกายและจิตใจอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งลักษณะการเสื่อมถอยของร่างกายมี 2 ลักษณะดังนี้

1.1 การเสื่อมถอยทางร่างกาย และจิตใจเป็นสภาวะที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ กระบวนการก้าวไปสู่ความชราเรียกว่า Senescence การก้าวไปสู่ความชราแบบนี้จะไม่มีโรคภัยไข้เจ็บใดๆ เข้ามาเบียดเบียน แต่มีพัฒนาการ เข้าสู่วัยชราอย่างมีลำดับขั้น อาจกล่าวได้ว่า กระบวนการก้าวไปสู่ความชราแบบ Senescence เป็นศาสตร์ที่มีชื่อว่า ชราภาพวิทยา หรือชรา ภาววิทยา (Gerontology) ซึ่งเป็นศาสตร์สาขาหนึ่งที่ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการเปลี่ยนแปลงไปสู่ความชราโดยศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย

1.2 การเสื่อมถอยทางร่างกายและจิตใจที่มีได้เป็นไปตามธรรมชาติแต่เกิดจากความผิดปกติทางร่างกาย รวมทั้งความบกพร่องของการทำงานของสมองทำให้เกิดความชรามากขึ้น เรียกว่า Senility กระบวนการก้าวไปสู่ความชราแบบนี้เป็นศาสตร์หนึ่งที่เรียกว่า ชราพาวิทยา (Geriatric) ซึ่งเป็นศาสตร์สาขาวิชาแขนงหนึ่งที่ศึกษาเกี่ยวกับการรักษาของแพทย์ ศึกษาโรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับสุขภาพทางร่างกายของผู้สูงอายุ นอกจากนี้ลักษณะความเสื่อมถอยทางด้านร่างกายและจิตใจของผู้สูงอายุที่มีผลต่อพฤติกรรมสามารถแสดงออกได้ด้วยลักษณะ ประกอบด้วย 1) ความจำ

เสื่อม มีอาการหลงลืม 2) ร่างกายอ่อนแอ แต่มีการแสดงออกด้วยอาการคร่ำครวญ 3) มีความคิดซ้ำซาก ย้ำคิดย้ำทำในเรื่องราวของอดีต 4) มีพฤติกรรมกลับไปเป็นเด็กอีกครั้งหนึ่ง และ 5) ผู้สูงอายุบางรายมีอาการทางจิต จู้จี้ขี้บ่นอย่างรุนแรง ปากร้าย อาละวาดมีอาการประสาทหลอน

2. ผู้สูงอายุเป็นวัยที่ต้องเผชิญกับบทบาทที่เปลี่ยนแปลงในสังคมของผู้สูงอายุ ประกอบด้วย

2.1 สภาพการณ์ในครอบครัวเปลี่ยนแปลงไป

2.2 ลักษณะการประกอบอาชีพเปลี่ยนไป

2.3 ต้องถูกออกจากงานและหางานใหม่เพื่อการมีรายได้

2.4 ความสนใจเปลี่ยนแปลง

3. ผู้สูงอายุเป็นวัยต้องมีการปรับปรุงตัวเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุข ผู้สูงอายุเป็นวัยที่จะต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตในแต่ละวันได้อย่างมีความสุข และมีสุขลักษณะที่ดี ด้วยการเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องแบบแผนการกิน การนอน การออกกำลังกาย รู้วิธีการตรวจรักษาสุขภาพทางด้านร่างกาย รวมทั้งก่อนเข้าสู่วัยผู้สูงอายุต้องรู้จักวิธีการเตรียมตัวเพื่อเป็นผู้สูงอายุที่มีคุณภาพอีกด้วย

วาสนา ทองจันทร์ (2550) ได้ให้ความหมายของผู้สูงอายุว่า หมายถึงผู้สูงอายุทั้งชายและหญิง ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งประสบปัญหาบางอย่างโดยหนึ่ง คือไม่มีผู้อุปการะเลี้ยงดูไม่มี ที่อยู่อาศัย หรืออยู่ร่วมกับครอบครัวไม่มีความสุขและได้รับการช่วยเหลือจากกรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการโดยรับตัวเข้าอยู่ในศูนย์พัฒนาการจัดสวัสดิการผู้สูงอายุเพื่อให้การอุปการะเลี้ยงดู

ณัฐสินี ปพนไววัฒน์ (2550) ให้ความหมายว่า ผู้สูงอายุหมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุพ.ศ. 2546

พระสุรชัย อยู่สาโก (2550) สรุปความหมายว่า ผู้สูงอายุหมายถึง ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีสภาพร่างกายและจิตใจเปลี่ยนแปลงไปในทางเสื่อมถอย มีโอกาสเกิดโรคภัยไข้เจ็บได้ง่ายสมควรได้รับการดูแลช่วยเหลือและยังถือว่าเป็นวัยที่ปลดเกษียณจากการทำงาน ซึ่งยึดตามเกณฑ์ที่องค์การระหว่างประเทศได้ตกลงกัน โดยนับตามอายุปฏิทินเป็นมาตรฐานสากลในการเป็นผู้สูงอายุ

วันเพ็ญ ปันราช (2552) ได้สรุปความหมายว่า ผู้สูงอายุ เป็นการกำหนดความหมายจากการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย จิตใจและสังคมที่เกิดขึ้นกับผู้สูงอายุเอง โดยมีการเชื่อมโยงกับบรรทัดฐานทางสังคม ประเพณี และวัฒนธรรมของแต่ละชุมชนเข้ามาเป็นเกณฑ์การพิจารณาด้วย

สุรพล ชยภพ (2552) ได้สรุปความหมายว่า ผู้สูงอายุ คือ บุคคลที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปที่มีชีวิตอยู่ในช่วงปัจฉิมวัย ซึ่งมีสมรรถภาพด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคมอยู่ในภาวะเสื่อมถอยตามสังขาร และมากด้วยประสบการณ์ มีคุณธรรมประจำใจ เป็นบุคคลที่สมควรได้รับการเคารพกราบไหว้ และควรได้รับการดูแลจากครอบครัว บุตรหลาน และชุมชนเป็นอย่างดี

พรรณี สมเทศน์ (2552) ได้สรุปความหมายว่า ผู้สูงอายุ คือ มนุษย์หรือบุคคลที่ดำเนินชีวิตในช่วงสุดท้ายของชีวิตตามที่สังคมได้กำหนดเกณฑ์แห่งวัยความสูงอายุ คือ ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

สุพรรณษา วังศิริ (2552) ได้สรุปความหมายว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่อยู่ในวัยช่วงสุดท้ายของชีวิตเป็นผู้ที่มีคุณค่าและได้ทำประโยชน์ให้แก่สังคมเป็นระยะเวลายาวนาน การกำหนดให้บุคคลเป็นผู้สูงอายุขึ้นอยู่กับลักษณะของสังคมแต่ละสังคม

เสาวภา รัตนพันธ์ (2553) ได้สรุปความหมายว่า ผู้สูงอายุ คือ บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางร่างกายและจิตใจไปสู่ความเสื่อมซึ่งอาจมีความอ่อนแอหรือ ความเจ็บป่วยขึ้นอยู่กับพันธุกรรม สิ่งแวดล้อม ภาวะโภชนาการ และโรคภัยของแต่ละบุคคล และเป็นวัยเกษียณอายุราชการหรือออกจากงานที่ทำประจำ

จินตนา รอดอารมณ์ (2554) สรุปความหมายว่า ผู้สูงอายุหมายถึง ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปซึ่งมีความเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติของวัย สภาพร่างกาย จิตใจและสังคม และมีกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่สัมพันธ์กัน ผู้สูงอายุแต่ละคนก็จะมีรูปแบบการเปลี่ยนแปลงที่แตกต่างกันตามปัจจัยแวดล้อมของแต่ละบุคคล

สมพล นวะกะ (2555) สรุปความหมายว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีการเปลี่ยนแปลงของร่างกาย และจิตใจไปในทางเสื่อมลง มีบทบาททางสังคมและกิจกรรมในการประกอบอาชีพลดลง

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่าผู้สูงอายุหมายถึงผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นช่วงปัจฉิมวัยหรือวัยที่ปลดเกษียณจากการทำงาน โดยยึดตามเกณฑ์ปฏิทินที่องค์การระหว่างประเทศตกลงกัน จึงเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงสภาพร่างกายไปในทางเสื่อมถอย และยังคงพบกับความเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจและสังคม ซึ่งทำให้ผู้สูงอายุประสบกับปัญหาในการดำรงชีวิต ไม่ว่าจะเป็นด้านสุขภาพกาย สุขภาพจิต รวมถึงด้านเศรษฐกิจ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการช่วยเหลือดูแลทั้งจาก

ครอบครัว บุตรหลาน รวมทั้งหน่วยงานของรัฐ เพื่อให้ผู้สูงอายุมีความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (ชูศักดิ์ ตันวงศ์เลิศ, 2557)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์

2.3.1 ความหมายของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หรือ Demography มีรากศัพท์มาจากภาษากรีก Demo = people คือ ประชาชนหรือประชากร Graphy = writing up, description หรือ study คือ การศึกษาหรือ ศาสตร์ ประชากรศาสตร์ หมายถึง การวิเคราะห์ทางประชากรในเรื่องขนาดโครงสร้าง การกระจายตัว และการเปลี่ยนแปลงประชากรในเชิงที่สัมพันธ์กับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอื่นๆ ปัจจัยทางประชากรอาจเป็นได้ทั้งสาเหตุและผลของปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์ (2548) ได้กล่าวถึงความหมายของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) หมายถึงลักษณะของประชากร ได้แก่ ขนาดขององค์ประกอบของครอบครัว เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ ระดับรายได้ อาชีพ เชื้อชาติ สัญชาติ ซึ่งโดยรวมแล้วจะมีผลต่อ รูปแบบของอุปสงค์ และปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

สุวิสา ชัยสุรัตน์ (2537) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ (Demographic) หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่เป็นหลักเกณฑ์ในการบ่งบอกถึงลักษณะทางประชากรที่อยู่ในตัวบุคคลนั้นๆ ได้แก่ อายุ เพศ ขนาด ครอบครัว รายได้ การศึกษา อาชีพ วัฏจักรชีวิต ครอบครัว ศาสนา เชื้อชาติ สัญชาติ และสถานภาพทางสังคม (Social class)

Hanna and Wozniak (2001), Shiffman and Kanuk (2003) ได้ให้ความหมายของ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ไว้คล้ายคลึงกัน โดยกล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา และเชื้อชาติ ซึ่งมีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งโดยทั่วไปแล้วใช้เป็นลักษณะพื้นฐานที่นักการตลาดมักจะนำมาพิจารณาสำหรับการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการ ความชอบ และ อัตราการใช้สินค้าของผู้บริโภค

2.3.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ยูล เบ็ญจรงค์กิจ (2542) ได้กล่าวถึงแนวความคิดด้านประชากรนี้ เป็นทฤษฎีที่ใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อที่ว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป ด้วย ซึ่งแนวความคิดนี้ตรงกับ ทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ของ Defleur and Ball-Rokeach (1996) ที่อธิบายว่า พฤติกรรมของบุคคลเกี่ยวข้องกับลักษณะต่างๆ ของบุคคล หรือ ลักษณะทางประชากร ซึ่งลักษณะเหล่านี้สามารถอธิบายเป็นกลุ่มๆ ได้ คือบุคคลที่มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันมักจะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ดังนั้น บุคคลที่อยู่ในลำดับชั้น ทางสังคมเดียวกันจะเลือกรับ และตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสารในแบบเดียวกัน และทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ซึ่งทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนอง (Stimulus-Response) หรือทฤษฎี เอส-อาร์ (S-R Theory) ในสมัยก่อนและได้นำมาประยุกต์ใช้อธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารว่าผู้รับสารที่มีคุณลักษณะที่ต่างกันจะมีความสนใจต่อข่าวสารที่แตกต่างกัน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้กล่าวไว้ว่าการแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้าน ประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับ การศึกษาอาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากร ช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมายในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคม วัฒนธรรม ช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิภาพต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน โดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้

1. เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้มมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคม กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

2. อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษนิยม ยึดถือการปฏิบัติระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องมาจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าความบันเทิง

3. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทักษะและพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดีเพราะเป็นผู้มีความกว้างขวาง และเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ ในขณะที่คนมีการศึกษาดำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอก็จะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่น

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึงอาชีพ รายได้และสถานภาพทางสังคมของ บุคคล มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทักษะ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน

สรุปได้ว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์เป็นสิ่งที่ทำให้ความต้องการของผู้บริโภคมีความแตกต่างกัน ซึ่งสิ่งแวดล้อมทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย การเพิ่มขึ้นและการลดลงของประชากร โครงสร้างอายุของประชากร การย้ายถิ่น รูปแบบของครอบครัว การศึกษา รายได้ เชื้อชาติ และวัฒนธรรม (กอบกาญจน์ เจริญทอง, 2556)

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตัวแปรด้านการรับรู้ถึงประโยชน์

2.4.1 นิยามและความหมาย

การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ถูกนิยามว่า การที่คนๆหนึ่งมีความเชื่อและรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี Davis (1989) มีความเชื่อด้านประโยชน์ว่า หากมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงานแล้ว จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของงานได้ดีขึ้น (วิไลสนา นาคสงวน, 2565) โดยการรับรู้ประโยชน์ถือเป็นตัวแปรหลักที่สำคัญของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) ซึ่งหากมีความเชื่อว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้จะสามารถก่อให้เกิดประโยชน์ต่อ

งานและทำให้สามารถผลิตผลงานออกมาได้ดียิ่งขึ้น (นฤพล รัตนวิบูลย์ลาภ, 2564) จะส่งผลให้บุคคลนั้นๆ มีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีและนำไปสู่การใช้เทคโนโลยีดังกล่าว

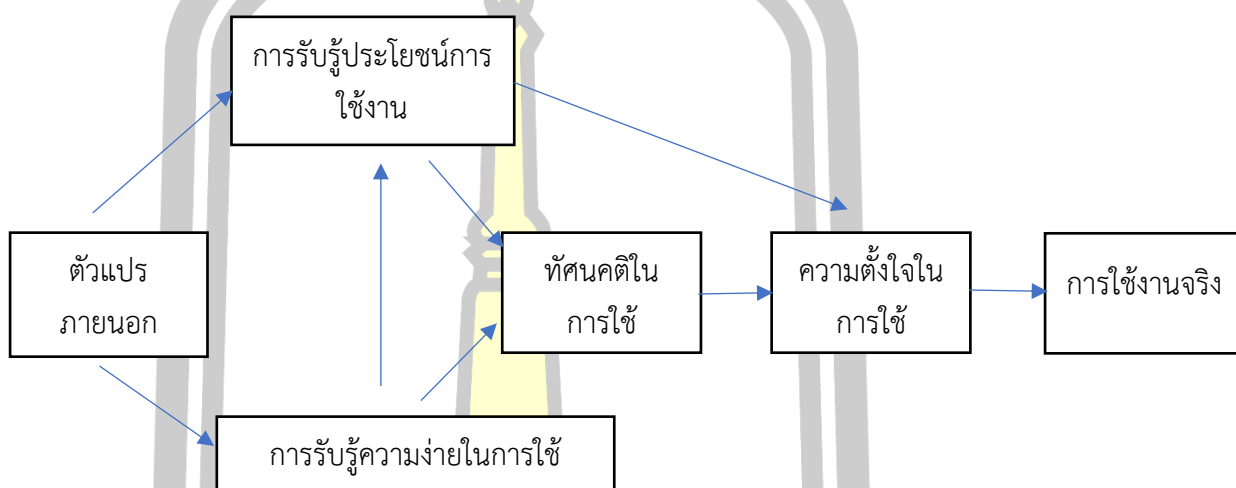
จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่างานวิจัยของ Padilla-Melendez et al. (2013) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อทัศนคติของนักศึกษาที่นำไปสู่การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีในการเรียนการสอน ซึ่งพบว่า การที่นักศึกษารับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี จะส่งผลต่อทัศนคติและนำไปสู่การเลือกใช้เทคโนโลยีในการเรียนการสอน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tung (2001) ซึ่งพบว่าผู้บริโภคมักมีความคิดว่าการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการทำงาน ทำให้ได้รับประโยชน์มากกว่าการที่ไม่มี อาจจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของงาน หรือการลดระยะเวลาการทำงาน เป็นต้น เมื่อผู้บริโภคมองว่าเทคโนโลยีมีประโยชน์ จึงนำไปสู่การใช้เทคโนโลยีดังกล่าว อีกทั้งงานวิจัยของ Marc Lim and Hooi Ting (2012) ยังพบว่า การที่ลูกค้ารับรู้ถึงประโยชน์ของการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ จะส่งผลให้มีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีและนำไปสู่การยอมรับและใช้เทคโนโลยีนั้นๆ

อุบลวรรณ ภวานันท์ (2554) ให้ความหมายการรู้สึกและการรับรู้ คือ การที่อวัยวะรับความรู้สึกมีหน้าที่รับรู้ข้อมูลที่อยู่รอบ ๆ ตัวเรา ส่งผ่านเส้นประสาทขึ้นสู่สมอง ข้อมูลจะอยู่ในรูปของพลังงานต่าง ๆ เช่น ความร้อน แสง เสียง ฯลฯ อวัยวะรับความรู้สึกแต่ละชนิดจะรับพลังงานได้เฉพาะ เช่น ตารับแสง หูรับเสียง ผิวหนังรับอุณหภูมิ สัมผัส ฯลฯ ข้อมูลเร้าอวัยวะรับความรู้สึกให้แปรพลังงานเหล่านี้เป็นกระแสประสาทเดินทางสู่สมองจะเกิดความรู้สึก เช่น มองเห็น ได้ยิน นั่นคือ การรับรู้ จึงเป็นกระบวนการรับรู้

การรับรู้ คือ การสัมผัสที่สามารถสื่อความหมาย เป็นการแปล หรือตีความแห่งการสัมผัสที่ได้รับออกมาเป็นหนึ่งสิ่งใด ที่มีความหมายอันเป็นสิ่งที่รู้จัก และเข้าใจกันในการแปล หรือตีความหมายของการสัมผัสนั้น จำเป็นที่อินทรีย์จะใช้ประสบการณ์เดิม หรือความจำแต่หนหลัง แต่หากคนเราไม่มีความรู้เดิม หรือลืมเรื่องนั้น ๆ ไป ก็จะไม่มีการรับรู้สิ่งนั้น ๆ มีก็เพียงแต่ที่สัมผัสกับสิ่งเร้าเท่านั้น กระบวนการของการรับรู้ จึงหมายถึง กระบวนการที่คาบเกี่ยวระหว่างความรู้สึก ความเข้าใจ การคิด การเรียนรู้ การตัดสินใจ และเป็นการแสดงพฤติกรรม (สุภัทรา เสงวนวิชัย, 2541)

2.4.2 การรับรู้ประโยชน์การใช้งาน

อธิบายถึงการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ของบุคคล และได้รับการพิสูจน์ว่า การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีและการรับรู้ว่ามีวิธีการใช้งานที่ เข้าใจได้ง่ายเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับและนำไปสู่การใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคล



ที่มา : ดัดแปลงจาก Davis (1989)

ภาพที่ 4 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM)

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้งานง่าย

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน คือระดับความเชื่อส่วนตัวของบุคคลที่จะเกิดขึ้นหลังการทดลองใช้งานระบบสารสนเทศ และความคาดหวังของผู้บริโภคในการใช้ระบบสารสนเทศว่าระบบดังกล่าวเป็นระบบที่มีการใช้งานง่ายและสามารถเรียนรู้ได้ง่าย โดยไม่ต้องอาศัยความพยายามมาก ในการที่จะเรียนรู้การเริ่มต้นใช้งานระบบหรือการเข้าใจระบบ (Davis, 1998) ซึ่งการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน นิยามตามคำจำกัดความได้ว่า ความง่าย ปราศจากความยาก หรือ ปราศจากความพยายามการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และยังเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศด้วยระดับที่ผู้ใช้งานไม่จำเป็นต้องอาศัยความสามารถในการเรียนรู้เข้าใจระบบ หรือเป็นการเข้าถึงระบบโดยไม่ต้องพึ่งไม่ต้องอาศัยความพยายาม (Free of Effort) ในการใช้งาน ความหมายคือ ถ้าผู้ใช้งานไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการใช้งานระบบผู้ใช้งานจะรับรู้ได้ว่าเทคโนโลยีนั้นมีความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน (Ooi, Tan, 2016) และการที่เทคโนโลยีนั้นสามารถ

นำมาปรับใช้ได้จริงหรือการที่ผู้ใช้บริการสามารถใช้งานแอปพลิเคชันในการซื้อสินค้าออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงระบบเพื่อเลือกซื้อสินค้าได้ทุกที่และทุกเวลา นอกเวลานั้นยังเป็นการลดขั้นตอนการซื้อสินค้าจากรูปแบบปกติที่จะต้องมีการเดินทางและใช้เวลาหาสินค้าที่ตนเองต้องการ นับว่าเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางประหยัดเวลาในการหาสินค้า และผู้ใช้บริการไม่จำเป็นต้องใช้ความพยายามในการเรียนรู้เพื่อใช้งานแอปพลิเคชัน

ตัวกำหนดของ TAM เป็นวิธีที่รวดเร็วและไม่แพงในการรวบรวมข้อมูล เกี่ยวกับการรับรู้ของแต่ละบุคคลเกี่ยวกับระบบ อย่างไรก็ตามก็คือ ไม่เพียงพอที่จะอธิบายถึงการยอมรับเทคโนโลยีของแต่ละบุคคลโดยใช้โครงสร้างที่สำคัญของ TAM เช่นการรับรู้ความสะดวกในการใช้ และการรับรู้ประโยชน์ (Mathieson, 1991)

เพื่อที่จะอธิบายถึงความต้องการของผู้ใช้ การยอมรับในรายละเอียดเพิ่มเติม TAM ได้รับการขยายเพิ่มเติม การกำหนดโครงสร้างที่สำคัญและโครงสร้างสำคัญอื่นๆ ของเจตนารมณ์ทางพฤติกรรมในหลากหลายสาขาด้านไอที ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆ มีมากมาย เนื่องจากเทคโนโลยีเป้าหมายลูกค้านี้และสถานการณ์แตกต่างกันจากแต่ละระบบ (Moon & Kim, 2001)

ในช่วงเริ่มต้นของ TAM วิจัยวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือคอมพิวเตอร์หรือโปรแกรมประยุกต์ซอฟต์แวร์และโฟกัสคือการหาปัจจัยกำหนดโครงสร้างที่สำคัญ งานวิจัยเหล่านี้ใช้ตัวแปรของ TRA และทฤษฎี พฤติกรรมการวางแผน (TPB) เช่น บรรทัดฐานการกระทำที่อำนวยความสะดวก และการรับรู้ความสามารถของตนเอง

แม้ว่า Davis (1989) พบว่ามีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์และเจตนารมณ์ทางพฤติกรรมในการวิจัย TAM เบื้องต้น การวิจัยก่อนหน้านี้ชี้ให้เห็นว่าบรรทัดฐานอัตนัยไม่ส่งผลต่อเจตนารมณ์ในเชิงพฤติกรรมในแต่ละด้านเช่นกระบวนการค่า แต่ได้รับผลกระทบในเชิงพฤติกรรมในกลุ่มที่มุ่งเน้นด้านไอที เช่น เป็นศูนย์ทรัพยากรคอมพิวเตอร์ (Taylor & Todd, 1995) แสดงให้เห็นว่าบรรทัดฐานอัตนัยได้โดยตรง หรือผลกระทบโดยอ้อมต่อการรับรู้ประโยชน์ในระบบปฏิบัติการ (Venkatesh, Morris & Davis, 2003) กำหนดอิทธิพลทางสังคมจากบรรทัดฐาน อัตนัยใน TRA และภาพในการแพร่กระจายนวัตกรรม ทฤษฎี (IDT) และแสดงให้เห็นว่าอิทธิพลทางสังคมมีผลกระทบโดยตรงต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในบริบทโดยสมัครใจ

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

2.6.1 ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) ซึ่งบางตำราใช้คำว่า “เจตคติ” หมายถึง ท่าที หรือความรู้สึกของบุคคล ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เจตคติถือเป็นกิริยาท่าทีความรู้สึกรวมๆ ของบุคคลที่เกิดจากความพร้อม หรือความโน้มเอียงของจิตใจ หรือประสาท ซึ่งแสดงออกเพื่อโต้ตอบต่อสิ่งเร้าสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยจะแสดงออกในทางสนับสนุนเห็นดีเห็นชอบด้วย หรือต่อต้าน ไม่เห็นดีเห็นชอบด้วยก็ได้ (บุญธรรม กิจปรีดา บริสสุทธิ์, 2540) ยังมีนักวิชาการอีกหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า “ทัศนคติ” ไว้เช่น ทัศนคติ (Attitude) เป็นความรู้สึก และความคิดโดยรวมของบุคคล ซึ่งอาจเป็นทางบวกหรือทางลบ เช่น ความชอบ ความมีอคติ ข้อคิดเห็น ความกลัว ความเชื่ออย่างมั่นคง ที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยทัศนคติจะแสดงออกมาทางความคิดเห็น (Opinion) ดังนั้นจึงถือได้ว่าความคิดเห็นของบุคคลเป็นสัญลักษณ์แสดงถึงทัศนคติของบุคคลนั่นเอง (Thurstone & Chave, 1966)

ทัศนคติ คือ ความรู้สึก และความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใดๆ ในทางที่จะยอมรับ หรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้านพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด (Munn, 1971)

Schiffman and Kanuk (1994) ได้ให้ความหมายของทัศนคติ (Attitude) ว่าหมายถึง ความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรืออาจหมายถึงการแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่า บุคคลมีความโน้มเอียง พึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจต่อบางสิ่ง เช่น ตราผลิตภัณฑ์บริการ ร้านค้าปลีก เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ทัศนคติไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรงแต่ต้องแสดงว่า บุคคลกล่าวถึงอะไรและทำอะไร ดังนี้

1. ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง คำว่า สิ่งหนึ่ง (Object) ในความหมายของทัศนคติที่มุ่งสู่ผู้บริโภคจะสามารถตีความอย่างกว้างว่า ประกอบด้วยแนวความคิดการบริโภคเฉพาะอย่างหรือแนวความคิดที่สัมพันธ์กับการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ชนิดของผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ บริการ ความเป็นเจ้าของ การใช้ผลิตภัณฑ์ การโฆษณา ราคา สื่อกลาง หรือผู้ค้าปลีก

2. ทัศนคติมีความโน้มเอียงเกิดจากการเรียนรู้ (Attitudes are a learned predisposition) มีการตกลงกันว่า ทัศนคติมีการเรียนรู้ได้ซึ่งหมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้เป็นผลจากประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่นและการเปิดรับจากสื่อมวลชน

3. ทักษะคติไม่เปลี่ยนแปลง (Attitude have consistency) ลักษณะของทัศนคติก็คือความสอดคล้องกับ พฤติกรรมที่แสดงออกแม้ว่า จะมีแนวโน้มคงที่ แต่ทัศนคติไม่จำเป็นต้องถาวรสามารถเปลี่ยนแปลงได้

4. ทักษะคติเกิดขึ้นในแต่ละสถานการณ์ (Attitude occur within a situation) ทักษะคติเกิดขึ้นภายในเหตุการณ์และถูกกระทบโดยสถานการณ์ สถานการณ์ (Situation) หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาส ซึ่งมีลักษณะเฉพาะช่วงเวลา มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม สถานการณ์เฉพาะอย่างอาจเป็นสาเหตุให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติก็ได้

ทัศนคติเป็นความเชื่อและความรู้สึกที่ทนทาน และได้รับการจัดระเบียบ ซึ่งมักเป็นตัวผลักดันให้เราก่อทำไปในทิศทางนั้นๆ ทักษะคติจึงมีองค์ประกอบทั้งด้านความคิด อารมณ์ และการกระทำ (ยัง ยุทธ์ วงศ์ภิรมย์ศานต์, 2531)

ทัศนคติของผู้บริโภค (Consumer Attitudes) เป็นสิ่งสำคัญยิ่งต่อนักการตลาด เพราะทัศนคติจะมีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า และในทางกลับกันประสบการณ์จากการใช้สินค้านั้นก็จะมีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคเช่นกัน ทักษะคติเป็นความเชื่อ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำ สภาพการณ์ และอื่นๆ รวมทั้งท่าทีที่แสดงออกที่บ่งถึงสภาพจิตใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหลายสิ่งที่มีผลให้เกิดการกระทบ หรือแสดงออกเกิดเป็นพฤติกรรม ทักษะคติเป็นตัวการสำคัญอันหนึ่งที่เป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ซึ่งส่วนใหญ่จะแสดงออกมาในลักษณะของความรู้สึก (ถวิล ธาราโกชน, 2532)

จากการค้นคว้าของนักจิตวิทยาหลายท่านได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติดังต่อไปนี้ Allport (1968) ได้ให้ความหมายว่า ทักษะคติ หมายถึง สภาวะของความพร้อมทางจิต ซึ่งเกิดขึ้นโดยอาศัยประสบการณ์ และสภาวะความพร้อมจะเป็นตัวกำหนดทิศทางของปฏิกิริยาของบุคคลที่มีต่อบุคคล วัตถุสิ่งของ หรือสภาวะการณ์ต่างๆ (ถวิล ธาราโกชน, 2532) Good (1959) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า หมายถึง ความพร้อมที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง อาจเป็นการยอมรับหรือปฏิเสธก็ได้ต่อสถานการณ์บางอย่างต่อบุคคลหรือสิ่งของเช่น ความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ

Allport (1968) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า หมายถึง สภาวะความพร้อมทางจิตและประสาทที่จะโต้ตอบได้เกิดจากประสบการณ์ซึ่งจะเป็นแรงที่จะกำหนดทิศทาง หรือมีผลในการเปลี่ยนแปลงของการตอบสนองของบุคคลต่อสิ่งต่างๆ บุคคล หรือสถานการณ์ นพมาศ อีร์เวิน (2535) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า หมายถึง การรวบรวมเกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิด ความเห็น

ความเชื่อ และความจริง ซึ่งอาจจะเป็นการประเมินที่เกี่ยวพันกัน และมีแนวโน้มจะก่อให้เกิดพฤติกรรมชนิดใดชนิดหนึ่งในขั้นต่อไป

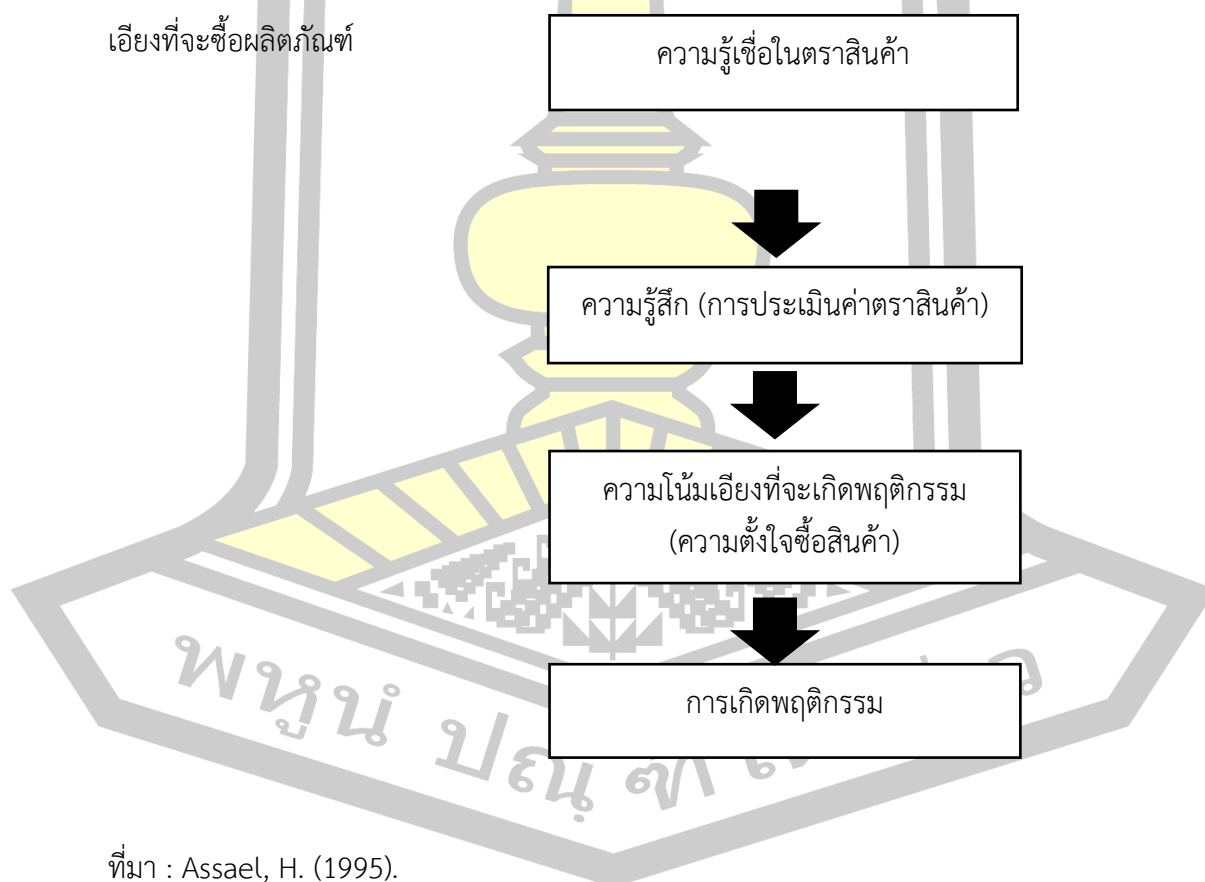
2.6.2 องค์ประกอบของทัศนคติ

Assael (1995) ได้เสนอแนวคิดว่าองค์ประกอบของทัศนคติประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ

1) องค์ประกอบทางความคิด หรือการรับรู้ เป็นความเชื่อ ความรู้ หรือความเข้าใจ เกี่ยวกับสิ่งใด เช่น ตราสินค้า ซึ่งความเชื่อในวัตถุเดียวกันอาจจะแตกต่างกันได้ในแต่ละบุคคล

2) องค์ประกอบด้านความรู้สึก คือ ความรู้สึกโดยรวมในเรื่องของความชอบ และอารมณ์ที่มีต่อวัตถุนั้นๆ เช่น อาจเกิดจากผลของการประเมินในคุณสมบัติหลายๆ คุณสมบัติของสินค้าก็ได้ เรื่องของความรู้สึกนั้นขึ้นอยู่กับบุคคล และสถานการณ์ด้วย

3) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม คือ แนวโน้มในการกระทำ หรือการแสดงออก ความโน้มเอียงที่จะซื้อผลิตภัณฑ์

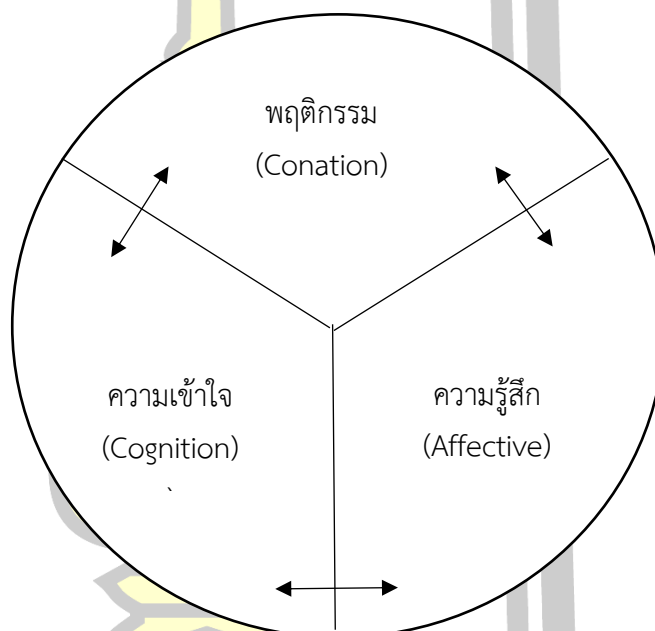


ที่มา : Assael, H. (1995).

ภาพที่ 5 แบบจำลององค์ประกอบของทัศนคติ

จากภาพที่ 5 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ หรือความเชื่อนั้นมีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อตราสินค้าและส่งผลต่อพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้น ซึ่งการเข้าใจในองค์ประกอบนี้สำคัญต่อนักการตลาดเป็นอย่างยิ่ง เพราะจะเป็นสิ่งที่ช่วยบ่งชี้ในความสำเร็จของกลยุทธ์การตลาด สามารถแสดงด้วยทฤษฎีหลายคุณสมบัติของพิชเปียน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้หรือความเชื่อกับทัศนคติ

Schiffman และ Kanuk (1994) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า เป็นความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ทำให้มีพฤติกรรมลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบที่มีต่อสิ่งหนึ่ง และได้กำหนดองค์ประกอบทัศนคติไว้ 5 ส่วน ดังนี้



ที่มา : Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994).

ภาพที่ 6 องค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ

จากภาพที่ 6 แสดงถึงองค์ประกอบของทัศนคติ 3 ส่วน ดังมีรายละเอียดดังนี้

1) ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive Component) คือ ความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) ความเชื่อ (Beliefs) อาจแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ซึ่งในส่วนของความเร็วและการ

รับรู้จะได้รับจากประสบการณ์และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหลายแหล่งข้อมูล และความรู้นี้จะมีผลกระทบต่อความเชื่อ (Beliefs)

2) ส่วนของความรู้สึก (Affective Component) จะสะท้อนอารมณ์ (Emotion) หรือความรู้สึก (Feeling) ของผู้บริโภคมที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ในเรื่องความชอบและอารมณ์ที่มีต่อสิ่งนั้นๆ

3) ส่วนของพฤติกรรม (Conative Component หรือ Behavior หรือ Doing) จะสะท้อนถึงแนวโน้มจะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค หรือแนวโน้มการกระทำที่แสดงออกหรือความโน้มเอียงที่จะซื้อสินค้าจากทัศนคติที่เกี่ยวกับองค์ประกอบของทัศนคติสรุปได้ว่า ทัศนคตินั้นมีองค์ประกอบต่างๆ ที่จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการซื้ออย่างต่อเนื่องนั้น ผู้บริโภคจะต้องมีความรู้ความเข้าใจ มีการรับรู้ และมีความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับสินค้า ซึ่งจะทำให้เกิดความชอบตามมาและจะมีแนวโน้มที่เป็นไปได้ในการที่จะตัดสินใจซื้อสินค้านั้นๆ โดยเฉพาะการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ต้องการศึกษาทัศนคติในการบริโภคอาหารชีววิถี

2.6.3 ประเภทของทัศนคติ

การแสดงออกทางทัศนคติสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท (ดารณี พานทอง, 2542) คือ

1) ทัศนคติในทางบวก (Positive Attitude) คือ ความรู้สึกต่อสิ่งแวดล้อมในทางที่ดี หรือยอมรับความพอใจ เช่น นักศึกษาที่มีทัศนคติที่ดีต่อการโฆษณา เพราะวิชาการโฆษณเป็นการให้บุคคลได้มีอิสระทางความคิด

2) ทัศนคติในทางลบ (Negative Attitude) คือ การแสดงออก หรือความรู้สึกต่อสิ่งแวดล้อมในทางที่ไม่พอใจ ไม่ดี ไม่ยอมรับ ไม่เห็นด้วย เช่น นิติไม่ชอบคนเลี้ยงสัตว์เพราะเห็นว่าทารุณสัตว์

3) การไม่แสดงออกทางทัศนคติหรือมีทัศนคติเฉยๆ (Negative Attitude) คือ มีทัศนคติเป็นกลางอาจจะเพราะว่าไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ หรือในเรื่องนั้นๆ เราไม่มีแนวโน้มทัศนคติอยู่เดิม หรือไม่มีแนวโน้มทางความรู้ในเรื่องนั้นๆ มาก่อน เช่น เรามีทัศนคติที่เป็นกลางต่อตู้ไมโครเวฟ เพราะเราไม่มีความรู้เกี่ยวกับโทษ หรือคุณของตู้ไมโครเวฟมาก่อน

จะเห็นได้ว่าการแสดงออกของทัศนคตินั้น เกิดจากการก่อตัวของทัศนคติที่สะสมไว้เป็น ความคิดและความรู้สึกจนสามารถแสดงพฤติกรรมต่างๆ ออกมาตามทัศนคติต่อสิ่งนั้น

บุคคลอาจจะมีเพียงประการเดียวหรือหลายประการก็ได้ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ หรือค่านิยมอื่นๆ ที่มีต่อบุคคลสิ่งของการกระทำหรือสถานการณ์

Katz (1960) ได้อธิบายถึง หน้าที่หรือกลไกของทัศนคติที่สำคัญไว้ 4 ประการ ดังนี้คือ

1) เพื่อใช้สำหรับการปรับตัว (Adjustment) หมายความว่า ตัวบุคคลทุกคนจะอาศัยทัศนคติเป็นเครื่องยึดถือสำหรับการปรับพฤติกรรมของตนให้เป็นไปในทางที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนสูงที่สุดและให้มีผลเสียน้อยที่สุด ดังนั้นทัศนคติจึงสามารถเป็นกลไกที่จะสะท้อนให้เห็นถึงเป้าหมายที่พึงประสงค์และที่ไม่พึงประสงค์ของเขาและด้วยสิ่งเหล่านี้เองที่จะทำให้แนวโน้มของพฤติกรรมเป็นไปในทางที่ต้องการมากที่สุด

2) เพื่อป้องกันตัว (Ego – Defensive) โดยปกติในทุกขณะคนทั่วไปมักจะมีแนวโน้มที่จะไม่ยอมรับความจริงในสิ่งซึ่งเป็นที่ยึดแย้งกับความนึกคิดของตน (Self – Image) ดังนั้นทัศนคติจึงสามารถสะท้อนออกมาเป็นกลไกที่ป้องกันตัวโดยการแสดงออกเป็นความรู้สึกถูกเหยียดหยาม หรือตินนินทาคนอื่น และขณะเดียวกันก็จะยกตนเองให้สูงกว่าด้วยการมีทัศนคติที่ถือว่าตนนั้นเหนือกว่าผู้อื่น การก่อตัวที่เกิดขึ้นมาของทัศนคติในลักษณะนี้จะมีลักษณะแตกต่างจากการมีทัศนคติเป็นเครื่องมือในการปรับตัว ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น กล่าวคือทัศนคติจะมีใช้พัฒนาขึ้นจากการมีประสบการณ์กับสิ่งนั้นๆ โดยตรงหากแต่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากภายในตัวผู้หนึ่งเอง และสิ่งที่เป็น เป้าหมายของการแสดงออกมาซึ่งทัศนคตินั้นก็เป็นเพียงสิ่งที่เขาผู้นั้นหวังใช้เพียงเพื่อการระบายความรู้สึกเท่านั้น

3) เพื่อการแสดงความหมายของค่านิยม (Value Expressive) ทัศนคตินั้นเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมต่างๆ และด้วยทัศนคตินี้เอง ที่จะใช้สำหรับสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมต่างๆ ในลักษณะที่จำเพาะเจาะจงยิ่งขึ้น ดังนั้นทัศนคติจึงสามารถใช้สำหรับอธิบายและบรรยายความเกี่ยวกับค่านิยมต่างๆ ได้

4) เพื่อเป็นตัวจัดระเบียบเป็นความรู้ (Knowledge) ทัศนคติจะเป็นมาตรฐานที่ตัวบุคคลจะสามารถใช้ประเมินและทำความเข้าใจกับสภาพแวดล้อมที่มีอยู่รอบตัวเขา ด้วยกลไกดังกล่าวนี้เองที่ทำให้ตัวบุคคลสามารถรู้และเข้าใจถึงระบบและระเบียบของสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเขาได้

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับการใช้งาน

2.7.1 ความหมายและนิยามของการยอมรับเทคโนโลยี

เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล (2554) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่า เป็นการนำเทคโนโลยีนั้น มาใช้ให้เป็นไปได้โดยสิ่งที่ตามมาคือก่อให้เกิดการลงทุนกับการยอมรับ

สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์ตุรภัทร (2555) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นองค์ประกอบที่ทำให้บุคคลเกิดความเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีใน 3 ด้าน คือ (1) พฤติกรรม (2) ทักษะที่มีต่อเทคโนโลยี และ(3)การใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น

ศศิพร เหมือนศรีชัย (2555) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการใช้งานและอยู่ร่วมกับเทคโนโลยีจากการที่ได้ใช้เทคโนโลยีทำให้เกิดประสบการณ์ ความรู้ ทักษะและความต้องการใช้งานเทคโนโลยี

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าการยอมรับเทคโนโลยีหมายถึง เป็นการนำเทคโนโลยีที่ยอมรับมาใช้งานซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวบุคคลหรือการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กับพฤติกรรมทัศนคติและการใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น นอกจากนี้การนำเทคโนโลยีมาใช้งานทำให้แต่ละบุคคลมีประสบการณ์ความรู้และทักษะในการใช้งานเพิ่มเติม

2.7.2 ลักษณะของการยอมรับเทคโนโลยี

ภานุพงศ์ เสกทวีลาภ (2557) ได้อธิบายเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นขั้นตอน (Process) ที่เกิดขึ้นทางจิตใจภายในบุคคลเริ่มจากได้ยินในเรื่องราววิทยการนั้นๆจนยอมรับนำไปใช้ ในที่สุด ซึ่งกระบวนการนี้มีลักษณะคล้ายกับกระบวนการเรียนรู้และการตัดสินใจ (Decision Making) โดยได้แบ่งกระบวนการยอมรับออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ

1) ขั้นรับรู้หรือตื่นตน (Awareness Stage) เป็นขั้นเริ่มแรกที่น่าไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธ สิ่งใหม่หรือวิธีการใหม่นี้เป็นขั้นที่ได้รับรู้เกี่ยวกับสิ่งใหม่ๆ (นวัตกรรม) ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพหรือกิจกรรมของเขาแต่ยังได้รับข่าวสารไม่ครบถ้วนซึ่งการรับรู้ส่วนใหญ่เป็นการรับรู้โดยบังเอิญ จะทำให้เกิดความอยากรู้และแก้ปัญหาที่ตนเองมีอยู่

2) ขั้นสนใจ (Interest Stage) เริ่มให้ความสนใจรายละเอียดเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ๆ เป็นพฤติกรรมที่มีลักษณะตั้งใจและในขั้นนี้ได้รับความรู้เกี่ยวกับวิธีการใหม่มากขึ้นและใช้วิธีการคิดมากกว่าขั้นแรกบุคลิกภาพและค่านิยมมีผลต่อการติดตามข่าวสารหรือรายละเอียดของสิ่งใหม่หรือวิทยาการใหม่ด้วย

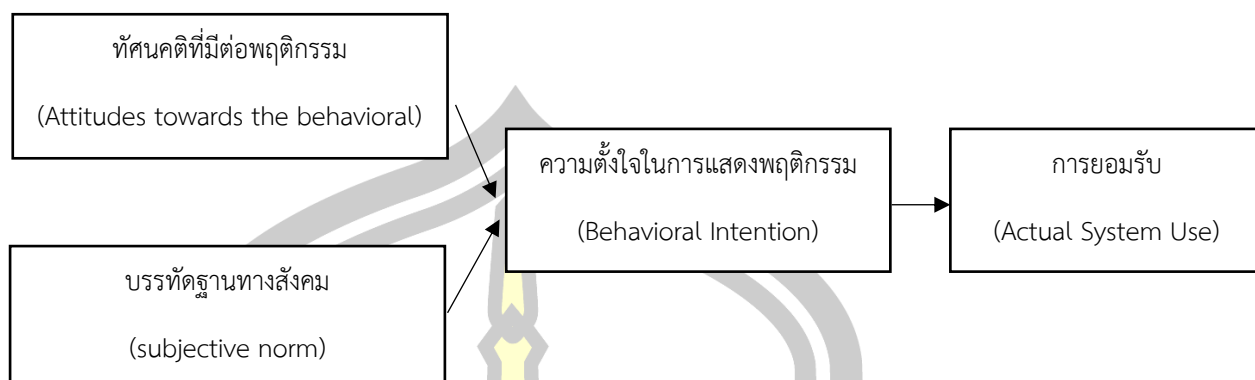
3) ขั้นประเมินค่า (Evaluation Stage) เริ่มคิดไตร่ตรองหาวิธีลองใช้วิธีการใหม่ๆ โดยมีการเปรียบเทียบระหว่างข้อดีและข้อเสีย หากว่ามีข้อดีมากกว่าจะตัดสินใจใช้ โดยทั่วไปมักจะคิดว่าวิธีการนี้เป็นวิธีที่เสี่ยง ไม่ทราบถึงผลลัพธ์ตามมาจึงต้องมีแรงผลักดัน (Reinforcement) เพื่อให้เกิดความแน่ใจโดยอาจมีคำแนะนำเพื่อใช้ประกอบในการตัดสินใจ

4) ขั้นทดลอง (Trial Stage) เป็นขั้นตอนที่เริ่มทดลองกับคนส่วนน้อย เพื่อตรวจสอบผลลัพธ์ก่อนโดยทดลองใช้วิธีการใหม่ๆ ให้เข้ากับสถานการณ์ของตน ในขั้นนี้จะสรรหาข่าวสารที่มีความเฉพาะเกี่ยวกับวิทยาการใหม่หรือนวัตกรรมนั้น

5) ขั้นตอนการยอมรับ (Adoption Stage) เป็นขั้นที่ปฏิบัตินำไปใช้จริงซึ่งบุคคลยอมรับวิทยาการใหม่ๆ ว่าเป็นประโยชน์ในสิ่งนั้นแล้ว

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) พัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) หนึ่งในทฤษฎีด้านจิตวิทยาสังคม (Social Psychology) นำเสนอโดย Ajzen and Fishbein ว่าด้วยเรื่องพฤติกรรมของบุคคลจะตัดสินใจกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมใดๆ ทฤษฎีนี้อธิบายว่ามนุษย์เป็นผู้มีเหตุผล และใช้ข้อมูลที่มีอยู่อย่างเป็นระบบจะพิจารณาผลที่เกิดจากการกระทำของตนเองก่อนตัดสินใจลงมือกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง

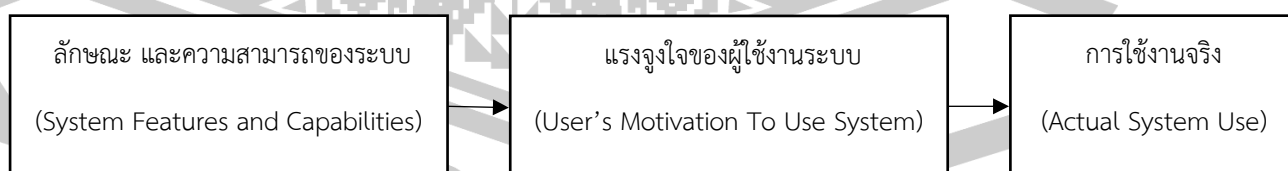
สิงห์ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์ตุรภัทร (2012) จากหลักการของทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) แม้ว่าการแสดงพฤติกรรมของแต่ละบุคคล (Individual behavior) เกิดจากการตัดสินใจของบุคคลแต่ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดในการแสดงพฤติกรรมของบุคคลโดยตรงคือความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention) ความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมนี้จะเป็แรงขับเคลื่อนจากปัจจัย 2 ประการ ได้แก่ ทศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (Attitudes towards the behavioral) และบรรทัดฐานทางสังคม (Subjective norm) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ข้างต้นแสดงในภาพของแบบจำลองดังภาพที่ 7



ที่มา : Davis et al. (1989)

ภาพที่ 7 แบบจำลองทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล

Davis (1985) จึงได้ปรับใช้หลักการจากทฤษฎี TRA เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีของแต่ละบุคคล ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อพยากรณ์พฤติกรรมบุคคลหรือองค์กรในการยอมรับการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศแนวคิดนี้ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง ในการพยากรณ์การยอมรับเทคโนโลยีของบุคคลหรือองค์กร ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการประดิษฐ์ พัฒนา และนำเสนอเทคโนโลยีใหม่ๆ สู่ผู้ใช้ ต่อมา (Davis, 1985) นำเสนอกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีขึ้นมาเพื่ออธิบายการตอบสนอง จากการใช้ระบบซึ่งเป็นสิ่งที่ทำนาย หรืออธิบายได้โดยแรงจูงใจของผู้ใช้งานระบบ แต่ในทางกลับกันอาจจะมีอิทธิพลโดยตรงจากภายนอกมากระตุ้นการใช้งานระบบ เช่นคุณลักษณะของระบบ และประสิทธิภาพของระบบ ความสัมพันธ์ของตัวแปรของกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีข้างต้น แสดงได้ในภาพของแบบจำลองดังภาพที่ 8



ที่มา : Davis (1985)

ภาพที่ 8 กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี

2.8 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้งาน

ความหมายของการตัดสินใจ

Axelrod, R (2015) อธิบายความหมายของการตัดสินใจว่าการที่บุคคลหนึ่งได้ตัดสินใจคือ เขาเริ่มต้นสร้างปฏิกิริยาโต้ตอบเชิงพฤติกรรมเป็นอนุกรมในการตัดสินใจเลือกขึ้นมบางสิ่งบางอย่าง และได้ตัดสินใจเพื่อลงมือปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่งที่เขาคิดว่าสิ่งที่ทำได้มีการลงมือวินิจฉัยว่าเขาควรทำอะไรภายใต้สถานการณ์เฉพาะอย่างหลังจากที่ได้พิจารณาทางเลือกต่างๆแล้ว

Solomon, M. R., Dahl, D. W., White, K., Zaichkowsky, J. L., & Polegato, R. (2014) ได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับคำนิยามของการตัดสินใจว่าเป็นกระบวนการการประเมินผลเกี่ยวกับทางเลือกหรือตัวเลือกที่นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายการคาดคะเนผลที่เกิดจากการเลือกปฏิบัติที่จะส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายได้มากที่สุด

Montano, D. E., & Kasprzyk, D. (2015) ได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับการตัดสินใจว่าการตัดสินใจสะท้อนให้เห็นสถานะที่ผู้ตัดสินใจมีตัวเลือกหลายๆตัว และเขาจะเปรียบเทียบผลที่เกิดจากตัวเลือกต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจเพื่อเลือกตัวใดตัวหนึ่งเพื่อนำไปลงมือปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์บางอย่างที่เขาต้องการ

Inoue, T., Hoshino, H., Yamashita, T., Shimoyama, S., & Agata, K. (2015) ได้ให้ความหมายของคำว่าตัดสินใจคือการตัดสินใจเลือกบนทางเลือก (Choice of Alternative) ซึ่งได้แก่ทางเลือกหลายทางหากมีทางเลือกทางเดียวถือว่าไม่เป็นการตัดสินใจการต้องใช้เหตุผลประกอบการพิจารณาโดยใช้ข้อมูลตัวเลขต่างๆ มาพิจารณาตัดสินใจและมีจุดมุ่งหมายที่แน่นอนว่าการตัดสินใจนั้นกระทำไปเพื่ออะไร

ลักษณะของการตัดสินใจ

Axelrod, R (2015) ได้กล่าวถึงการตัดสินใจแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นขณะทำการตัดสินใจ คือ

ลักษณะที่ 1 การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน (Condition of Certainly) เป็นการตัดสินใจที่มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างเพียงพอ

ลักษณะที่ 2 การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่เสี่ยง (Condition of Risk) เป็นการตัดสินใจโดยอาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็นเป็นเครื่องมือตรวจสอบหรือคาดการณ์

ลักษณะที่ 3 การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน (Condition of Uncertainty) เป็นการตัดสินใจที่มีโอกาสประสบการณ์ดุลยพินิจและสัญชาตญาณ

โดยสรุปว่าการตัดสินใจนั้นเกิดขึ้นได้ด้วยเหตุผลสำคัญดังนี้ คือ มีปัญหาเกิดขึ้นและเพื่อที่จะ
ทำให้วัตถุประสงค์บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่มีอยู่นั้น

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

Solomon, M. R., Dahl, D. W., White, K., Zaichkowsky, J. L., & Polegato, R. (2014) ได้รวบรวมทฤษฎีทางสังคมวิทยาเพื่อมาอธิบายพฤติกรรมต่างๆของมนุษย์ซึ่งเขาเห็นว่าโดยทั่วไปแล้ว
รูปแบบ ทางด้านจิตวิทยาสังคมที่เกี่ยวกับการตัดสินใจของมนุษย์นั้นนักสังคมวิทยาจะมองในแง่
ของสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (Social-Economic Status) ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายนอกจะมี
ผลต่อการตัดสินใจ ดังนั้นบุคคลอาจจะตัดสินใจกระทำพฤติกรรมอย่างเดียวกันแต่เหตุผลที่ทำให้เกิด
การตัดสินใจจะแตกต่างกันจึงได้อธิบายเหตุผลใการกระทำสิ่งใดของมนุษย์ว่าเกิดจากปัจจัย ดังนี้

เป้าหมายหรือจุดประสงค์ (Goal) ความมุ่งมั่นเพื่อให้บรรลุผลนั้นผู้กระทำต้องมีการ
กำหนดเป้าหมายไว้ล่วงหน้าและพยายามที่จะกระทำทุกวิถีทางเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์
นั้นๆ

ความเชื่อ (Belief Orientation) เกิดจากความคิดความรู้ในเรื่องนั้นที่จะมีอิทธิพล
ต่อการตัดสินใจและการตัดสินใจเลือกการกระทำทางสังคม

ค่านิยม (Value Standard) คือสิ่งที่บุคคลถือเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจและ
กำหนดการกระทำของตนเองค่านิยมนั้นเป็นลักษณะความเชื่ออย่างหนึ่งแต่มีลักษณะถาวร
โดยเชื่อว่าวิธีปฏิบัติบางอย่างเป็นสิ่งที่ดีหรือสังคมเห็นว่าดีเห็นชอบสมควรที่จะยึดถือ
ปฏิบัติมากกว่าวิธีปฏิบัติอย่างอื่น

นิสัยและธรรมเนียม (Habits and Customs) คือ แบบอย่างพฤติกรรมที่สังคม
กำหนดไว้แล้วสืบต่อกันมาด้วยประเพณี

การคาดหวัง (Expectation) คือ ทำที่ของบุคคลอื่นที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคลที่
เกี่ยวข้องกับตัวโดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการ

ข้อผูกพัน (Commitments) คือ สิ่งที่ผู้กระทำเชื่อว่าเขาผูกพันที่จะต้องกระทำให้สอดคล้องกับสถานการณ์นั้นๆ ข้อผูกพันจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม

การบังคับ (Force) คือ ตัวที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้กระทำตัดสินใจได้เร็วขึ้น

โอกาส (Opportunity) เป็นความคิดของผู้กระทำที่เชื่อว่าสถานการณ์ที่เกิดขึ้นช่วยให้มีโอกาสเลือกกระทำ

ความสามารถ (Ability) การที่ผู้กระทำรู้ถึงความสามารถของตนเองซึ่งจะก่อให้เกิดผลสำเร็จในเรื่องนั้นๆ ได้การตระหนักถึงความสามารถนี้จะนำไปสู่การตัดสินใจและการกระทำทางสังคม

การสนับสนุน (Support) คือ สิ่งที่ผู้กระทำจะรู้ว่าจะได้รับจากคนอื่น ๆ เช่น เมื่อนักเรียนได้รับการสนับสนุนจากผู้ปกครองหรืออาจารย์ก็เป็นปัจจัยให้นักเรียนสามารถเลือกศึกษาต่อไปได้ ทำให้มีความก้าวหน้าในอาชีพการงานต่อไป

กระบวนการตัดสินใจ

กระบวนการตัดสินใจเป็นกระบวนการทางวิทยาศาสตร์โดยใช้หลักเชิงเหตุผลเป็นลักษณะของการหาทางออกที่ดีที่สุดเป็นพื้นฐานซึ่งนักวิชาการได้แบ่งขั้นตอนในการตัดสินใจโดยถือแนวพิจารณาการแก้ปัญหา (Problem Solving Approach) เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาโดยแบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้ (Montano, D. E., & Kasprzyk, D. 2015)

ขั้นตอนที่ 1 การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร (Data Collection) เนื่องจากว่าปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นย่อมมีสาเหตุการเสาะหาข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับปัญหาคือการเสาะหาสิ่งที่เป็นสาเหตุนั้นเพื่อนำมาเป็นส่วนประกอบในการตัดสินใจจะต้องกระทำอย่างเป็นวิทยาศาสตร์ทั้งในแง่ของการรวบรวมเก็บข้อมูล (Collective) ในแง่การวิเคราะห์ (Analysis) ซึ่งเป็นลักษณะเดียวกันกับการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดทางเลือก (Formulating Alternative) เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมากในกระบวนการตัดสินใจเป็นการพยายามจะครอบคลุมวิธีทางที่จะแก้ปัญหาได้ในหลายๆวิธีต้องกำหนดให้ได้ในรูปธรรมหลักข้อเท็จจริงหลัก (Main Fact) เป็นอย่างไรบ้างและในทางปฏิบัติต้องสร้างฉาก (Scenario)

ขึ้นมาก่อนว่าเรื่องนี้มีทางเลือกอะไรบ้างในทางเลือกนั้นๆมีข้อเท็จจริงรูปธรรมหลักๆ
อะไรบ้าง

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ทางเลือก (Analysis Alternative) การวิเคราะห์
ทางเลือกควรใช้ความจริงที่เป็นภาวะวิสัย (Objective Analysis) พยายามหลีกเลี่ยง
การนำคุณค่า (Value) ทั้งหลายมาเกี่ยวข้องในการวิเคราะห์

ขั้นตอนที่ 4 การเปรียบเทียบค่าทางเลือก (Value Comparison) ขั้นตอน
นี้เป็นการเปรียบเทียบ โดยนำค่า (Value) มาเกี่ยวข้องนำมาเปรียบเทียบกับขั้นตอน
อื่นที่ปลอดจากค่าแล้วมาพิจารณาทางเลือกอีกทีหนึ่ง

ขั้นตอนที่ 5 การตัดสินใจที่ดีที่สุด (Choice of Alternative on Best Set
of Alternative) ขั้นตอนนี้เป็นการตัดสินใจทางเลือกที่ดีที่สุด

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บัญชา หนั้นกิจการ (2560) ได้ศึกษา แบบจำลองเชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ
ยอมรับเทคโนโลยีระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ (e-payment) ของผู้สูงอายุในเขต
กรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง ความปลอดภัย
ประสบการณ์ในอดีต คุณภาพสารสนเทศ คุณภาพระบบ คุณภาพการบริการ การรับรู้ประโยชน์ การ
รับรู้ความง่าย ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งาน และการใช้งานจริงกับระบบที่สามารถพยากรณ์
การยอมรับเทคโนโลยีระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ (e-payment) ของผู้สูงอายุใน
เขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ความ
ปลอดภัย ประสบการณ์ในอดีต คุณภาพสารสนเทศ คุณภาพระบบ คุณภาพการบริการ การรับรู้
ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งาน และการใช้งานจริงกับระบบการ
ชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ (e-payment) ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร (3) เพื่อ
ทดสอบความสอดคล้องแบบจำลองเชิงโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง
ความปลอดภัย ประสบการณ์ในอดีต คุณภาพสารสนเทศ คุณภาพระบบ คุณภาพการบริการ การรับรู้
ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งาน และการใช้งานจริงกับระบบการ
ชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ (e-payment) ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการ

วิจัยเชิงปริมาณ ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร 200 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามที่มีความเชื่อมั่น (Alpha Coefficient) อยู่ระหว่าง 0.722 – 0.923 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ SEM

ผลการวิจัย พบว่า แบบจำลองเชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ (e-payment) ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าความกลมกลืนได้แก่ ค่าดัชนี ChiSquare/df = 2.501, NFI = 0.908, CFI = 0.915 IFI = 0.917 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดทั้งสิ้น 4 ค่าดัชนี จากทั้งหมด 11 ค่าดัชนี และพบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการใช้งานจริง คือ คุณภาพสารสนเทศ คุณภาพระบบ คุณภาพการบริการ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ส่วนการรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อการใช้งานจริง การรับรู้ความปลอดภัย และประสบการณ์ในอดีต มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อการใช้งานจริง

เฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ (2560) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 394 คน งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุตั้งแต่ 66-70 ปี สถานภาพหย่าร้าง/หม้าย ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเฉลี่ย 15,001 - 20,000 บาท พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่ใช้งานทุกวันใช้เวลา น้อยกว่า 30 นาที ช่วงเวลาที่ใช้บ่อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 15.01 น. - 21.00 น. โดยเรียนรู้การใช้งานจากลูกหลาน ฟังก์ชันที่ใช้มากที่สุดคือการสนทนาแบบข้อความ และวัตถุประสงค์หลักในการใช้งาน คือ การพูดคุยหรือสนทนากับเพื่อนสนิท ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ ได้แก่ ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ของแอปพลิเคชันไลน์ รองลงมาคือ ปัจจัยความบันเทิงใน

การใช้งานของแอปพลิเคชันไลน์ และปัจจัยความสละสลวยในการใช้งานของแอปพลิเคชันไลน์ตามลำดับ

จักรวาล อินทะปัญญา และพนมลิทธิ์ สอนประจักษ์ (2563) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโหมบายแบงก์กิงแอปพลิเคชันของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุตั้งแต่ 50-70 ปี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยและความพึงพอใจในการใช้บริการโหมบายแบงก์กิงแอปพลิเคชัน 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการโหมบายแบงก์กิงแอปพลิเคชันโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโหมบายแบงก์กิงแอปพลิเคชันของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุตั้งแต่ 50-70 ปี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ ผู้ใช้บริการโหมบายแบงก์กิงแอปพลิเคชันที่มีอายุตั้งแต่ 50-70 ปี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร จำนวน 400 คน นำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุระหว่าง 50-54 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท ใช้บริการด้านการโอนเงินมากที่สุด โดยเฉลี่ยใช้บริการ 1 – 5 ครั้งต่อสัปดาห์ และใช้เวลาประมาณ 6 – 8 นาทีต่อครั้ง 1) การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการโหมบายแบงก์กิงแอปพลิเคชันของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุตั้งแต่ 50-70 ปี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) การวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรเมื่อใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Es) ต่อตัวแปรตามความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านคุณค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ธนาคารพาณิชย์ต้องมีการพัฒนาแอปพลิเคชันให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ให้บริการ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น

กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต (2562) ได้ศึกษา การวิเคราะห์รูปแบบนวัตกรรมที่เหมาะสมต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้สูงอายุ การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ การ

วิเคราะห์รูปแบบนวัตกรรมที่เหมาะสมต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้สูงอายุ โดยศึกษาพฤติกรรมการแพร่กระจายนวัตกรรม และความไว้วางใจเป็นตัวแปรส่งผ่านที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บรวบรวมจากผู้สูงอายุที่มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์กับธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย จำนวน 213 คน ผลการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง พบว่า การแพร่กระจายนวัตกรรมมีผลต่อความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตทั้งทางตรงและทางอ้อม จากการวิจัยครั้งนี้ได้ข้อค้นพบที่สำคัญว่า การแพร่กระจายนวัตกรรมเป็นปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนาการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้สูงอายุ อีกทั้งการแพร่กระจายนวัตกรรมยังช่วยเพิ่มความไว้วางใจในการใช้บริการ ซึ่งส่งผลต่อไปยังพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุทั้งนี้ ผลลัพธ์จากงานวิจัยสามารถใช้เป็นตัวแบบสำหรับผู้บริหารในการกำหนดนโยบายหรือแผนกลยุทธ์ เพื่อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน และการพัฒนาระบบธนาคารอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้สูงอายุที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องตรงกับความต้องการของผู้สูงอายุในชีวิตประจำวัน



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้กลุ่มผู้สูงอายุใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคล่องตัวในภาคอีสาน โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1.1 ประชากร (Population)

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

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน ซึ่งจะต้องเป็นผู้ที่เกิดก่อนปี พ.ศ. 2505 และมีประสบการณ์ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคล่องตัวจำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยได้คำนวณตัวเลขกลุ่มตัวอย่างจากการใช้สูตร Taro Yamane (Yamane, 1973) จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ

n	คือ	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
N	คือ	ขนาดของประชากร
e	คือ	ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

จากการใช้สูตร Taro Yamane จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 399.96 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ปรับกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยชิ้นนี้เป็นจำนวน 400 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้กลุ่มผู้สูงอายุใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวความคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น

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

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก ลักษณะแบบสอบถามเป็นการเลือกตอบ (Checklist) ประกอบด้วย ความถี่ ระยะเวลาที่ใช้ งาน ช่วงเวลาที่ใช้ งาน และลักษณะการทำธุรกรรม

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งประกอบไปด้วย การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคึก การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคึกทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกเป็นคำถามประเภทมาตราส่วนประมาณค่า (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

โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยตามแนวทางของเบสท์ (Best 1977 : 174) 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

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง 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

โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยตามแนวทางของเบสท์ (Best 1977 : 174) 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

และมีช่องว่างให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถนำเสนอข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในรูปแบบบรรยายข้อความเกี่ยวกับการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงของกลุ่มผู้สูงอายุ

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. จัดทำแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนด โดยเนื้อหาให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด ความมุ่งหมาย และสมมุติฐานในการวิจัย
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิด เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของเนื้อหาของงานวิจัยและนำมาปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำ
4. ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ผู้วิจัยได้ทำการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Index of Item – Objective Congruence) ก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง ทั้งนี้ผู้วิจัยเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 จากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบแบบสอบถาม ถึงความถูกต้องเหมาะสมความเที่ยงตรงของเนื้อหา
5. ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยทดสอบค่าความเชื่อมั่นและค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยทำ pilot test จำนวน 30 ชุด
6. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยพร้อมตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน และความสมบูรณ์ของเอกสาร
7. ขออนุญาตราชการจากคณะบัญชาและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อนำไปประกอบการขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

8. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล นำหนังสือแนะนำตัวและแบบสอบถามถึงกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน จำนวน 400 คน เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการเก็บข้อมูลประชาชนกลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถามด้วยตนเองและเก็บรวบรวมข้อมูลทันที
9. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.4.2 สถิติที่ใช้ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

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

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

พหุ ประสิทธิภาพ

ตารางที่ 3 ค่าความเชื่อมั่นของแต่ละองค์ประกอบในแบบสอบถาม

องค์ประกอบ	จำนวนข้อ คำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาของ ครอนบาค
1. การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคึก	5	0.788
2. การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคึก	5	0.918
3. ทักษะคิดต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก	5	0.906
4. การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก	5	0.917
5. การตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก	5	0.922

โดยทั่วไปสำหรับค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคขั้นต่ำที่ถือว่ายอมรับได้ มาตรฐานโดยทั่วไปทางสายวิชาสังคมศาสตร์มักถือ ดังนี้

$\alpha \geq 0.9$	ถือว่าดีมาก (Excellent)
$0.8 \leq \alpha \leq 0.9$	ถือว่าดี (Good)
$0.7 \leq \alpha \leq 0.8$	ถือว่ายอมรับได้ (Acceptable)
$0.6 \leq \alpha \leq 0.7$	ถือว่าน่าสงสัย (Questionable)
$0.5 \leq \alpha \leq 0.6$	ถือว่าไม่ดี (Poor)
$\alpha < 0.5$	ถือว่าใช้ไม่ได้ (Unacceptable)

ในกรณีที่เป็นการวิจัยขั้นสำรวจ (Exploratory Research) อาจนุโลมที่ค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป ให้เป็นระดับที่ยอมรับได้ (Robinson et al, 1991) เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach- α) ของงานวิจัยชิ้นนี้มีค่าตั้งแต่ 0.788 – 0.922 ซึ่งถือว่าเป็นค่าที่ยอมรับได้ เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยนี้จึงถือว่ามีความน่าเชื่อถือ

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

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้กลุ่มผู้สูงอายุใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงในภาคอีสาน ในรูปแบบงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง
- 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง
- 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง
- 4.5 การวิเคราะห์ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุ
- 4.6 การวิเคราะห์การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคิงที่มีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุ
- 4.7 การวิเคราะห์การรับรู้ถึงการใช้ง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคิงที่มีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุ
- 4.8 การวิเคราะห์การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุ
- 4.9 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน
- 4.10 การวิเคราะห์เพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะประชากรที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง ของกลุ่มผู้สูงอายุ

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

n	หมายถึง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
$\bar{x}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย
t	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน t-distribution
F	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน F-distribution

Sig.	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญ หรือค่า p-value
r	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน
B	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในสมการ ที่เขียนในรูปคะแนนดิบ
Beta	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน
R ²	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพในการ พยากรณ์
Tolerance	หมายถึง	ค่าที่สภาพของกลุ่มตัวแปรอิสระในสมการมี ความสัมพันธ์กัน
VIF	หมายถึง	องค์ประกอบของการขยายความแปรปรวน

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้สูงอายุในภาคอีสาน จำนวน 400 คน สามารถจำแนกข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้ดังนี้ ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	142	35.50
	หญิง	258	64.50
อาชีพ	เกษียณอายุ	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

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน	ร้อยละ
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 4 เมื่อจำแนกข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน สามารถจำแนกได้ดังนี้

1. เพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 รองลงมาคือเพศชาย มีจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5

2. อาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่เกษียณอายุ มีจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมาคือประกอบอาชีพเกษตรกร มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 ธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 รับจ้างทั่วไป มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 และพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25

3. ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีจำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมาคือ มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33 และมีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5

4. รายได้ต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท มีจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 รองลงมาคือ มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มีจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8

ดังนั้น สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 64.5 เกษียณอายุ ร้อยละ 56 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 55.5 และมีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 43.75

4.2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก

ในการจำแนกข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้สูงอายุ ในภาคอีสาน จำนวน 400 คน สามารถจำแนกข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของผู้ตอบแบบสอบถามได้ดังนี้

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก		จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการใช้บริการ ต่อเดือน	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 อินเทอร์เน็ตแบบคึก จนถึงปัจจุบัน	น้อยกว่า 1 ปี	25	6.25
	1-2 ปี	226	56.50
	มากกว่า 2 ปี	149	37.25
ช่วงเวลาการทำธุรกรรม บนอินเทอร์เน็ตแบบคึกที่ นิยมใช้งาน	ในเวลาทำการของธนาคาร	0	0.00
	นอกเวลาทำการของธนาคาร	151	37.75
	ทุกเวลาที่ต้องการใช้	249	62.25
ลักษณะการทำธุรกรรมที่ ใช้บริการบนอินเทอร์เน็ต แบบคึก	เช็คยอดเงิน	28	7.00
	โอนเงิน	260	65.00
	ชำระค่าสินค้าและบริการ	54	13.50
	จ่ายค่าสาธารณูปโภค	58	14.50

จากตารางที่ 5 เมื่อจำแนกข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน สามารถจำแนกได้ดังนี้

1. ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ 11-20 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.25 รองลงมาคือ มากกว่า 20 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 5-10 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และน้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

2. ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงจนถึงปัจจุบัน พบว่า ส่วนใหญ่เริ่มใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงจนถึงปัจจุบัน จำนวน 1-2 ปี มีจำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมา คือ มากกว่า 2 ปี มีจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 และน้อยกว่า 1 ปี มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25

3. ช่วงเวลาการทำธุรกรรมบนอินเทอร์เน็ตแบบคิงที่นิยมใช้งาน พบว่า ส่วนใหญ่นิยมใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงทุกเวลาที่ต้องการใช้ มีจำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.25 รองลงมาคือ นอกเวลาทำการของธนาคาร มีจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75

4. ลักษณะการทำธุรกรรมที่ใช้บริการบนอินเทอร์เน็ตแบบคิง พบว่า ส่วนใหญ่ใช้โอนเงิน มีจำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65 รองลงมาคือ ใช้จ่ายค่าสาธารณูปโภค มีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ใช้ชำระค่าสินค้าและบริการ มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และใช้เช็คยอดเงิน มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7

ดังนั้น สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบคิง 11-20 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 73.25 เริ่มใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงมา 1-2 ปี ร้อยละ 56.5 นิยมใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงทุกเวลาที่ต้องการใช้ ร้อยละ 62.25 และมีลักษณะการทำธุรกรรม คือ ใช้โอนเงิน มีจำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง

ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สามารถแสดงผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

พหุ ประสิทธิภาพ

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงในภาพรวม

ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับ การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง	3.95	0.50	มาก
2. การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง	3.21	0.57	ปานกลาง
3. ทศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง	4.04	0.55	มาก
4. การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง	3.94	0.76	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด	3.78	0.46	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง มีค่าเฉลี่ย 4.04 รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง มีค่าเฉลี่ย 3.95 ด้านการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง มีค่าเฉลี่ย 3.94 และด้านการรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง มีค่าเฉลี่ย 3.21 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง ด้านการรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง

ด้านการรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.1 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง สามารถใช้ได้ทุกที่ ทุกเวลา	4.16	0.66	มาก
1.2 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	3.57	0.76	มาก
1.3 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง ช่วยลดความเสี่ยงจากการพกพาเงินสด	3.90	0.76	มาก
1.4 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง สามารถตรวจสอบข้อมูลธุรกรรมทางการเงินย้อนหลังได้	3.83	0.57	มาก

ง่าย

1.5 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก ทำให้งาน	4.27	0.61	มาก
ได้รับความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น			
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด	3.95	0.50	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก ด้านการรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคึก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก ทำให้งานได้รับความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.27 รองลงมาคือ การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก สามารถใช้ได้ทุกที่ ทุกเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.16 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก ช่วยลดความเสี่ยงจากการพกพาเงินสด มีค่าเฉลี่ย 3.9 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก สามารถตรวจสอบข้อมูลธุรกรรมทางการเงินย้อนหลังได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.83 และการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก ด้านการรับรู้ถึงการใช้ง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคึก

ด้านการรับรู้ถึงการใช้ง่ายของ อินเทอร์เน็ตแบบคึก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
2.1 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกเป็นเรื่องสามารถเรียนรู้ และทำความเข้าใจได้	3.44	0.59	ปานกลาง
2.2 เมนูการใช้งานของอินเทอร์เน็ตแบบคึกมีรูปแบบที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน	3.21	0.71	ปานกลาง
2.3 การชำระเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตแบบคึก สามารถเข้าถึงขั้นตอนได้ง่าย	3.25	0.66	ปานกลาง
2.4 ท่านสามารถศึกษาขั้นตอนการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกได้ด้วยตนเอง	3.13	0.59	ปานกลาง
2.5 ท่านสามารถใช้ใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกโดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก	3.02	0.70	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด	3.21	0.57	ปานกลาง

จากตารางที่ 8 พบว่า ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงด้านการรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.21 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงเป็นเรื่องสามารถเรียนรู้ และทำความเข้าใจได้ มีค่าเฉลี่ย 3.44 รองลงมาคือ การชำระเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง สามารถเข้าถึงขั้นตอนได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.25 เมนูการใช้งานของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงมีรูปแบบที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 3.21 ท่านสามารถศึกษาขั้นตอนการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงได้ด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ย 3.13 และท่านสามารถใช้ใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง โดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก มีค่าเฉลี่ย 3.02 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง ด้านทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง

ด้านทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
3.1 ท่านคิดว่าอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงมีความสำคัญในการใช้ชีวิตประจำวันของท่าน	3.93	0.55	มาก
3.2 ท่านคิดว่าอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงเป็นศูนย์รวมการทำธุรกรรมทางการเงิน	3.49	0.85	ปานกลาง
3.3 ท่านมีความสนใจและพร้อมเรียนรู้การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง	4.08	0.63	มาก
3.4 ท่านคิดว่าการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงทำให้ท่านรับรู้ข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันทั่วทั้งที่	4.26	0.65	มาก
3.5 ท่านคิดว่าการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงเป็นสิ่งที่ทันสมัย	4.42	0.49	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด	4.04	0.55	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่า ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงด้านทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ท่านคิดว่าการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงเป็นสิ่งที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.42 รองลงมาคือ ท่านคิดว่าการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง ทำให้ท่านรับรู้ข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันทั่วทั้งที่ มีค่าเฉลี่ย 4.26 ท่านมีความสนใจและ

พร้อมเรียนรู้การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง มีค่าเฉลี่ย 4.08 ท่านคิดว่าอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงมีความสำคัญในการใช้ชีวิตประจำวันของท่าน มีค่าเฉลี่ย 3.93 และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ ท่านคิดว่าอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงเป็นศูนย์รวมการทำธุรกรรมทางการเงิน มีค่าเฉลี่ย 3.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง ด้านการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง

ด้านการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
กิง			
4.1 ท่านตั้งใจจะใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงต่อไป	3.92	0.96	มาก
4.2 ท่านพึงพอใจในประสิทธิภาพของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง	3.80	0.96	มาก
4.3 ท่านยินดีที่จะแนะนำให้คนรู้จักใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง	4.24	0.63	มาก
4.4 ท่านจะใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิงในการทำธุรกรรมทางการเงินทุกครั้ง	3.74	1.03	มาก
4.5 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวันของท่าน	3.99	0.73	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด	3.94	0.76	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่า ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงด้านการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ท่านยินดีที่จะแนะนำให้คนรู้จักใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง มีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมาคือ การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวันของท่าน มีค่าเฉลี่ย 3.99 ท่านตั้งใจจะใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงต่อไป มีค่าเฉลี่ย 3.92 ท่านพึงพอใจในประสิทธิภาพของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง มีค่าเฉลี่ย 3.8 และท่านจะใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิงในการทำธุรกรรมทางการเงินทุกครั้ง มีค่าเฉลี่ย 3.74 ตามลำดับ

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สามารถแสดงผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก

การตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านมีความพึงพอใจกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก	4.20	0.65	มาก
2. ท่านรู้สึกว่าคุณตัดสินใจไม่ดีที่เลือกใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก	3.56	0.84	มาก
3. ท่านคิดว่าจะแนะนำเพื่อนของท่านให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบคึกนี้	3.56	0.91	มาก
4. ท่านคิดที่จะใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกบ่อยขึ้น	3.73	0.74	มาก
5. ท่านมั่นใจที่จะใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกนี้ต่อไป	3.98	0.67	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด	3.80	0.67	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.8 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านมีความพึงพอใจกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก มีค่าเฉลี่ย 4.2 รองลงมาคือ ท่านมั่นใจที่จะใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกนี้ต่อไป มีค่าเฉลี่ย 3.98 ท่านคิดที่จะใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกบ่อยขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.73 ท่านคิดว่าจะแนะนำเพื่อนของท่านให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบคึกนี้ มีค่าเฉลี่ย 3.56 และท่านรู้สึกว่าคุณตัดสินใจไม่ดีที่เลือกใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก มีค่าเฉลี่ย 3.56 ตามลำดับ

4.5 การวิเคราะห์การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบองค์ที่มีผลต่อทัศนคติการใช้งาน

อินเทอร์เน็ตแบบองค์ของกลุ่มผู้สูงอายุ

ตามสมมติฐานข้อที่ 1 การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบองค์มีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบองค์ของกลุ่มผู้สูงอายุ ในการวิเคราะห์สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้สถิติถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อวิเคราะห์ว่าการรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบองค์ข้อใดบ้างที่ส่งผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบองค์ของกลุ่มผู้สูงอายุ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยก่อนที่จะทำการวิเคราะห์ดังกล่าว ผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เพื่อตรวจสอบว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันเองสูงหรือไม่ โดยแสดงผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 12 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบองค์กับทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบองค์

ตัวแปร	1)	2)	3)	4)	5)	6)
1) สามารถใช้ได้ทุกที่ ทุกเวลา	1					
2) ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	.522**	1				
3) ช่วยลดความเสี่ยงจากการพกพาเงินสด	.396**	.708**	1			
4) สามารถตรวจสอบข้อมูลธุรกรรมทางการเงินย้อนหลังได้ง่าย	.223**	.491**	.625**	1		
5) สะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น	.056	.252**	.342**	.625**	1	
6) ทัศนคติ	.032	.132**	.120*	.225**	.391**	1

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 12 เมื่อทำการตรวจสอบความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ พบว่า การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบองค์แต่ละด้านมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่างกันอยู่ที่ .056 ถึง .708 ซึ่งมีค่าไม่เกิน .85 จึงถือว่าตัวแปรอิสระทุกตัวไม่เกิดความสัมพันธ์กันเองสูงเกินไป หรือไม่เกิดความสัมพันธ์เชิงพหุระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) (Stevens, 1996) ดังนั้น จึงสามารถใช้ตัวแปรอิสระแต่ละตัวในการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ได้ต่อไป และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม พบว่า ตัวแปรอิสระ 4 ตัว

ได้แก่ ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง สามารถตรวจสอบข้อมูลธุรกรรมทางการเงินย้อนหลังได้ง่าย และสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (r) ระหว่าง .132 ถึง .391 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และช่วยลดความเสี่ยงจากการพกพาเงินสด มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (r) ที่ .120 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ โดยใช้วิธี Enter คือ การนำตัวแปรอิสระทุกตัวเข้าในสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณพร้อมกัน แสดงผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 13 การวิเคราะห์การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งที่มีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
1	(Constant)	2.551	.238		10.712	.000**		
	1) สามารถใช้ได้ทุกที่ ทุกเวลา	-.007	.045	-.008	-.152	.879	.718	1.394
	2) ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	.068	.051	.095	1.334	.183	.425	2.356
	3) ช่วยลดความเสี่ยงจากการพกพาเงินสด	-.043	.053	-.060	-.816	.415	.395	2.533
	4) สามารถตรวจสอบข้อมูลธุรกรรมทางการเงินย้อนหลังได้ง่าย	-.040	.070	-.041	-.567	.571	.414	2.417
	5) สะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น	.372	.054	.414	6.939	.000**	.601	1.664
R = .397, R ² = .158, Adj R ² = .147, Std Error = .508, Durbin-Watson = 1.490, Sig of F = .000								

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณเพื่อพิจารณาว่าการรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งข้อใดบ้างที่ส่งผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า ได้ค่า Sig of F = .000 หมายความว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง และในการทดสอบความไม่สัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ค่า Variance inflation Factor (VIF) ที่สูงที่สุดมีค่า 2.533 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 5.00 (ค่า VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 5.00) และค่า Tolerance มีค่าน้อยที่สุด คือ .395 ซึ่งมีค่าไม่ต่ำกว่า .2 (ค่า Tolerance ไม่ควรน้อยกว่า .2) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระที่ได้ทำการวิเคราะห์ไม่มีความสัมพันธ์กันเอง ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งข้อมูล

ดังกล่าวถือว่ามีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010)

ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณพบว่า การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคิงประกอบด้วย ความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น (Sig. = .000) มีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงได้ดังนี้

$$Y = 2.551 + 0.372X_5$$

โดย Y หมายถึง ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง

X_5 หมายถึง ความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น

จากสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณดังกล่าว หมายความว่า ถ้าตัวแปรอื่นคงที่ ระดับความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้นเพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะมีผลทำให้ระดับทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงเพิ่มขึ้น 0.372 หน่วย ถ้าตัวแปรอื่นคงที่ โดยสมการดังกล่าวสามารถทำนายได้ร้อยละ 15.8 ($R^2 = .158$)

โดยการรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคิงที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงมากที่สุด (มีค่า Beta มากกว่า .2 ขึ้นไปถือว่ามีความสำคัญ) คือ ความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น (Beta = .414) หมายถึง ความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงมากขึ้น

4.6 การวิเคราะห์การรับรู้ถึงการใช้ง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคิงที่มีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุ

ตามสมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้ถึงการใช้ง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคิงมีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุ ในการวิเคราะห์สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้สถิติถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อวิเคราะห์ว่าการรับรู้ถึงการใช้ง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคิงข้อใดบ้างที่ส่งผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยก่อนที่จะทำการวิเคราะห์ดังกล่าว ผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เพื่อตรวจสอบว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันเองสูงหรือไม่ โดยแสดงผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 14 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคิงกับทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง

ตัวแปร	1)	2)	3)	4)	5)	6)
1) สามารถเรียนรู้ และทำความเข้าใจได้	1					
2) เมนูมีรูปแบบที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน	.748**	1				
3) สามารถเข้าถึงขั้นตอนการชำระเงินได้ง่าย	.638**	.722**	1			
4) ศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเอง	.542**	.611**	.810**	1		
5) สามารถใช้งานโดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก	.563**	.653**	.786**	.864**	1	
6) ทัศนคติ	.475**	.559**	.607**	.657**	.810**	1

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 14 เมื่อทำการตรวจสอบความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ พบว่า การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคิงแต่ละด้านมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่างกันอยู่ที่ .542 ถึง .864 ซึ่งมีค่าเกิน .85 จึงถือว่าตัวแปรอิสระบางตัวเกิดความสัมพันธ์กันเองสูงเกินไป หรือเกิดความสัมพันธ์เชิงพหุระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) (Stevens, 1996) ดังนั้น จึงผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณโดยใช้วิธี Stepwise เพื่อแก้ไขปัญหา Multicollinearity คือการนำตัวแปรอิสระที่ไม่มีนัยสำคัญบางตัวออกจากแบบจำลองเชิงถดถอยจนไม่เกิดปัญหา จึงสามารถใช้ตัวแปรอิสระแต่ละตัวในการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ได้ต่อไป และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัว มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (r) ระหว่าง .475 ถึง .810 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 แสดงผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคิงที่มีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง

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

จากตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณเพื่อพิจารณาว่าการรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคิงข้อใดบ้างที่ส่งผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า ได้ค่า Sig of F = .000 หมายความว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง และในการทดสอบความไม่สัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ค่า Variance inflation Factor (VIF) ที่สูงที่สุดมีค่า 3.951 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 5.00 (ค่า VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 5.00) และค่า Tolerance มีค่าน้อยที่สุด คือ .253 ซึ่งมีค่าไม่ต่ำกว่า .2 (ค่า Tolerance ไม่ควรน้อยกว่า .2) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระที่ได้ทำการวิเคราะห์ไม่มีความสัมพันธ์กันเอง ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งข้อมูลดังกล่าวถือว่ามีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010)

ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณพบว่า การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคิง ประกอบด้วย ศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเอง (Sig. = .000) และสามารถใช้งานโดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก (Sig. = .003) มีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงได้ดังนี้

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

โดย Y หมายถึง ทักษะต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง

X_4 หมายถึง ศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเอง

X_5 หมายถึง สามารถใช้งานโดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก

จากสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณดังกล่าว หมายความว่า ถ้าตัวแปรอื่นคงที่ ระดับการศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเองมากยิ่งขึ้นเพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะมีผลทำให้ระดับทักษะการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงเพิ่มขึ้น 0.751 หน่วย ถ้าตัวแปรอื่นคงที่ โดยสมการดังกล่าวสามารถทำนายได้ร้อยละ 66.4 ($R^2 = .664$)

โดยการรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคิงที่มีอิทธิพลต่อทักษะการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงมากที่สุด (มีค่า Beta มากกว่า .2 ขึ้นไปถือว่ามีความสำคัญ) คือ ศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเอง ($Beta = .960$) หมายถึง สามารถศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเองมากยิ่งขึ้น จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีทักษะการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงมากขึ้น

4.7 การวิเคราะห์ทักษะต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งาน

อินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุ

ตามสมมติฐานข้อที่ 3 ทักษะต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุ ในการวิเคราะห์สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้สถิติถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อวิเคราะห์ว่าทักษะต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงข้อใดบ้างที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยก่อนที่จะทำการวิเคราะห์ดังกล่าว ผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เพื่อตรวจสอบว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันเองสูงหรือไม่ โดยแสดงผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 16 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกกับการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก

ตัวแปร	1)	2)	3)	4)	5)	6)
1) มีความสำคัญในการใช้ชีวิตประจำวัน	1					
2) เป็นศูนย์รวมการทำธุรกรรมทางการเงิน	.813**	1				
3) มีความสนใจและพร้อมเรียนรู้การใช้งาน	.744**	.737**	1			
4) ทำให้รับรู้ข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันทั่วทั้งที่	.659**	.765**	.732**	1		
5) เป็นสิ่งที่ทันสมัย	.442**	.554**	.554**	.724**	1	
6) การยอมรับการใช้งาน	.546**	.604**	.588**	.700**	.672**	1

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 16 เมื่อทำการตรวจสอบความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ พบว่า ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกแต่ละด้านมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่างกันอยู่ที่ .442 ถึง .813 ซึ่งมีค่าไม่เกิน .85 จึงถือว่าตัวแปรอิสระทุกตัวไม่เกิดความสัมพันธ์กันเองสูงเกินไป หรือไม่เกิดความสัมพันธ์เชิงพหุระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) (Stevens, 1996) ดังนั้น จึงสามารถใช้ตัวแปรอิสระแต่ละตัวในการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ได้ต่อไป และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์ กับตัวแปรตาม (r) ระหว่าง .546 ถึง .700 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณโดยใช้วิธี Enter คือ การนำตัวแปรอิสระทุกตัวเข้าในสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณพร้อมกัน แสดงผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังนี้

ตารางที่ 17 การวิเคราะห์ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	-.958	.285		-3.367	.001**	
	1) มีความสำคัญในการใช้ชีวิตประจำวัน	.159	.085	.115	1.864	.063	.289 3.465
	2) เป็นศูนย์รวมการทำธุรกรรมทางการเงิน	.050	.060	.056	.828	.408	.242 4.126

3) มีความสนใจและพร้อมเรียนรู้ การใช้งาน	.070	.069	.058	1.009	.314	.336	2.978
4) ทำให้รับรู้ข้อมูลการทำธุรกรรม ทางการเงินได้อย่างสะดวกและ ทันทั่วทั้ง	.333	.076	.284	4.349	.000**	.259	3.864
5) เป็นสิ่งที่ทันสมัย	.542	.074	.353	7.287	.000**	.468	2.136
R = .753, R ² = .567, Adj R ² = .561, Std Error = .503, Durbin-Watson = 1.429, Sig of F = .000							

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณเพื่อพิจารณาว่าทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงซ์ข้อใดบ้างที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงซ์ของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า ได้ค่า Sig of F = .000 หมายความว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงซ์ และในการทดสอบความไม่สัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ค่า Variance inflation Factor (VIF) ที่สูงที่สุดมีค่า 4.126 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 5.00 (ค่า VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 5.00) และค่า Tolerance มีค่าน้อยที่สุด คือ .242 ซึ่งมีค่าไม่ต่ำกว่า .2 (ค่า Tolerance ไม่ควรน้อยกว่า .2) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระที่ได้ทำการวิเคราะห์ไม่มีความสัมพันธ์กันเอง ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งข้อมูลดังกล่าวถือว่ามีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010)

ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณพบว่า ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงซ์ประกอบด้วย ทำให้รับรู้ข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันทั่วทั้ง (Sig. = .000) และเป็นสิ่งที่ทันสมัย (Sig. = .000) มีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงซ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สามารถเขียนสมการพยากรณ์การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงซ์ได้ดังนี้

$$Y = -0.958 + 0.333X_4 + 0.542X_5$$

โดย Y หมายถึง การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงซ์

X₄ หมายถึง ทำให้รับรู้ข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันทั่วทั้ง

X₅ หมายถึง เป็นสิ่งที่ทันสมัย

จากสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณดังกล่าว หมายความว่า ถ้าตัวแปรอื่นคงที่ ระดับการทำให้รับรู้ข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันท่วงทีเพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะมีผลทำให้ระดับการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงเพิ่มขึ้น 0.333 หน่วย ถ้าตัวแปรอื่นคงที่ ระดับความเป็นสิ่งที่ทันสมัยเพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะมีผลทำให้ระดับการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงเพิ่มขึ้น 0.542 หน่วย เป็นต้น โดยสมการดังกล่าวสามารถทำนายได้ร้อยละ 56.7 ($R^2 = .567$)

โดยทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงมากที่สุด (มีค่า Beta มากกว่า .2 ขึ้นไปถือว่ามีความสำคัญ) คือ การทำให้รับรู้ข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันท่วงที ($Beta = .284$) และความเป็นสิ่งที่ทันสมัย ($Beta = .353$) หมายถึง การทำให้รับรู้ข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันท่วงที และความเป็นสิ่งที่ทันสมัยของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงมากขึ้น

4.8 การวิเคราะห์การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงของกลุ่มผู้สูงอายุ

ตามสมมติฐานข้อที่ 4 การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงของกลุ่มผู้สูงอายุ ในการวิเคราะห์สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้สถิติถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อวิเคราะห์ว่าการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงข้อใดบ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงของกลุ่มผู้สูงอายุ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยก่อนที่จะทำการวิเคราะห์ดังกล่าว ผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เพื่อตรวจสอบว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันเองสูงหรือไม่ โดยแสดงผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 18 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงกับการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง

ตัวแปร	1)	2)	3)	4)	5)	6)
1) มีความตั้งใจจะใช้งานต่อไป	1					
2) พึงพอใจในประสิทธิภาพ	.825**	1				
3) ยินดีที่จะแนะนำให้คนรู้จักใช้งาน	.719**	.772**	1			
4) จะใช้อินเทอร์เน็ตแบบคิงในการทำธุรกรรมทางการเงินทุกครั้ง	.660**	.767**	.794**	1		
5) เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวัน	.541**	.611**	.641**	.792**	1	
6) การตัดสินใจใช้งาน	.529**	.596**	.613**	.703**	.748**	1

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 18 เมื่อทำการตรวจสอบความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ พบว่า การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงแต่ละด้านมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่างกันอยู่ที่ .541 ถึง .825 ซึ่งมีค่าไม่เกิน .85 จึงถือว่าตัวแปรอิสระทุกตัวไม่เกิดความสัมพันธ์กันเองสูงเกินไปหรือไม่เกิดความสัมพันธ์เชิงพหุระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) (Stevens, 1996) ดังนั้นจึงสามารถใช้ตัวแปรอิสระแต่ละตัวในการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ได้ต่อไป และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์ กับตัวแปรตาม (r) ระหว่าง .529 ถึง .748 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณโดยใช้วิธี Enter คือ การนำตัวแปรอิสระทุกตัวเข้าในสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณพร้อมกัน แสดงผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังนี้

พหุณ ปณ จิตโต ชีเว

ตารางที่ 19 การวิเคราะห์การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบค์กมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบค์กของกลุ่มผู้สูงอายุ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Toleranc e	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) ยินดีที่จะแนะนำให้คนรู้จักใช้งาน	.090	.063	.084		1.426	.155	.290	3.444
4) จะใช้อินเทอร์เน็ตแบบค์กในการทำธุรกรรมทางการเงินทุกครั้ง	.100	.045	.153		2.198	.029*	.207	4.820
5) เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวัน	.470	.048	.508		9.744	.000**	.371	2.694
R = .776, R ² = .602, Adj R ² = .597, Std Error = .427, Durbin-Watson = 1.472, Sig of F = .000								

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณเพื่อพิจารณาว่าการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบค์กข้อใดบ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบค์กของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า ได้ค่า Sig of F = .000 หมายความว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบค์ก และในการทดสอบความไม่สัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ค่า Variance inflation Factor (VIF) ที่สูงที่สุดมีค่า 4.820 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 5.00 (ค่า VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 5.00) และค่า Tolerance มีค่าน้อยที่สุด คือ .207 ซึ่งมีค่าไม่ต่ำกว่า .2 (ค่า Tolerance ไม่ควรน้อยกว่า .2) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระที่ได้ทำการวิเคราะห์ไม่มีความสัมพันธ์กันเอง ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งข้อมูลดังกล่าวถือว่ามีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010)

ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณพบว่า การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบค์กประกอบด้วย เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวัน (Sig. = .000) มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบค์กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และจะใช้อินเทอร์เน็ตแบบค์กในการทำธุรกรรม

ทางการเงินทุกครั้ง (Sig. = .029) มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สามารถเขียนสมการพยากรณ์การตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกได้ดังนี้

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

โดย	Y	หมายถึง	การตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก
	X ₄	หมายถึง	จะใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกในการทำธุรกรรมทางการเงินทุกครั้ง
	X ₅	หมายถึง	เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวัน

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

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

4.9 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการวิจัยนี้ ตั้งสมมติฐานไว้จำนวน 4 ข้อ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนแล้วทำการวิเคราะห์สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคึกมีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุ ในการวิเคราะห์สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้สถิติถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อวิเคราะห์ว่าการรับรู้ประโยชน์ของ

อินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งข้อใดบ้างที่ส่งผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งของกลุ่มผู้สูงอายุ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยเชิงเส้นพหุคูณพบว่า การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่ง ประกอบด้วย ความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น ($\text{Sig.} = .000$) มีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยการรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งมากที่สุด (มีค่า Beta มากกว่า .2 ขึ้นไปถือว่ามีความสำคัญ) คือ ความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น ($\text{Beta} = .414$) หมายถึง ความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งมีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งของกลุ่มผู้สูงอายุ ในการวิเคราะห์สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้สถิติถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อวิเคราะห์ว่าการรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งข้อใดบ้างที่ส่งผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งของกลุ่มผู้สูงอายุ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยเชิงเส้นพหุคูณพบว่า การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่ง ประกอบด้วย ศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเอง ($\text{Sig.} = .000$) และสามารถใช้งานโดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก ($\text{Sig.} = .003$) มีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยการรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งมากที่สุด (มีค่า Beta มากกว่า .2 ขึ้นไปถือว่ามีความสำคัญ) คือ ศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเอง ($\text{Beta} = .960$) หมายถึง สามารถศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเองมากยิ่งขึ้น จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 3 ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งของกลุ่มผู้สูงอายุ ในการวิเคราะห์สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้สถิติถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อวิเคราะห์ว่าทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งข้อใดบ้างที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งของกลุ่มผู้สูงอายุ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยเชิงเส้นพหุคูณพบว่า ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่ง ประกอบด้วย ทำให้รับรู้ข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันท่วงที ($\text{Sig.} = .000$) และเป็นสิ่งที่ทันสมัย ($\text{Sig.} = .000$) มีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยทัศนคติต่อการ

ใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกมากที่สุด (มีค่า Beta มากกว่า .2 ขึ้นไปถือว่ามีความสำคัญ) คือ การทำให้รับรู้ข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันท่วงที (Beta = .284) และความเป็นสิ่งที่ทันสมัย (Beta = .353) หมายถึง การทำให้รับรู้ข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันท่วงที และความเป็นสิ่งที่ทันสมัยของอินเทอร์เน็ตแบบคึก จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 4 การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุ ในการวิเคราะห์สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้สถิติถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อวิเคราะห์ว่าการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกข้อใดบ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยเชิงเส้นพหุคูณพบว่า ทศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก ประกอบด้วย เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวัน (Sig. = .000) มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และจะใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกในการทำธุรกรรมทางการเงินทุกครั้ง (Sig. = .029) มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกมากที่สุด (มีค่า Beta มากกว่า .2 ขึ้นไปถือว่ามีความสำคัญ) คือ เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวัน (Beta = .508) และจะใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกในการทำธุรกรรมทางการเงินทุกครั้ง (Beta = .153) หมายถึง ความเหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวัน และการจะใช้อินเทอร์เน็ตแบบคึกในการทำธุรกรรมทางการเงินทุกครั้ง จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกมากขึ้น

4.10 การวิเคราะห์เพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะประชากรที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก ของกลุ่มผู้สูงอายุ

ตามสมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยด้านลักษณะประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุแตกต่างกัน ในการวิเคราะห์สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (Independent Sample t-Test) เพื่อวิเคราะห์ว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุแตกต่างกันหรือไม่ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

(One-way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ว่า อาชีพ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบพกพาของกลุ่มผู้สูงอายุแตกต่างกันหรือไม่ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.10.1 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะประชากร ด้านเพศที่ต่างกัน มีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบพกพาของกลุ่มผู้สูงอายุที่แตกต่างกัน

ในการวิเคราะห์การวิเคราะห์ว่าปัจจัยด้านลักษณะประชากร ด้านเพศที่ต่างกันมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบพกพาแตกต่างกันหรือไม่ ผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (Independent Sample t-Test) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังนี้

ตารางที่ 20 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะประชากร ด้านเพศที่ต่างกันมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบพกพาของกลุ่มผู้สูงอายุที่แตกต่างกัน

	เพศ	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ชาย		142	3.965	.804	.494	.622
หญิง		258	3.926	.734		

จากตารางที่ 20 พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากร ด้านเพศที่ต่างกันมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบพกพาของกลุ่มผู้สูงอายุไม่แตกต่างกัน (ค่า Sig. = .622)

4.10.2 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะประชากร ด้านอาชีพที่ต่างกัน มีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบพกพาของกลุ่มผู้สูงอายุที่แตกต่างกัน

ในการวิเคราะห์การวิเคราะห์ว่าปัจจัยด้านลักษณะประชากร ด้านอาชีพที่ต่างกัน มีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบพกพาแตกต่างกันหรือไม่ ผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังนี้

ตารางที่ 21 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะประชากร ด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุที่แตกต่างกัน

อาชีพ	N	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
เกษียณอายุ (อยู่บ้านเฉย ๆ)	224	3.964	.747	1.245	.291
พนักงานบริษัทเอกชน	9	3.978	.821		
ธุรกิจส่วนตัว	54	4.078	.759		
เกษตรกร	74	3.800	.752		
รับจ้างทั่วไป	39	3.862	.815		

จากตารางที่ 21 พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากร ด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุไม่แตกต่างกัน (ค่า Sig. = .291)

4.10.3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะประชากร ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุที่แตกต่างกัน

ในการวิเคราะห์การวิเคราะห์ว่าปัจจัยด้านลักษณะประชากร ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุแตกต่างกันหรือไม่ ผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 22 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะประชากร ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	N	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
ต่ำกว่าปริญญาตรี	132	3.902	.802	1.279	.280
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	222	3.928	.724		
สูงกว่าปริญญาตรี	46	4.104	.789		

จากตารางที่ 22 พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากร ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุไม่แตกต่างกัน (ค่า Sig. = .280)

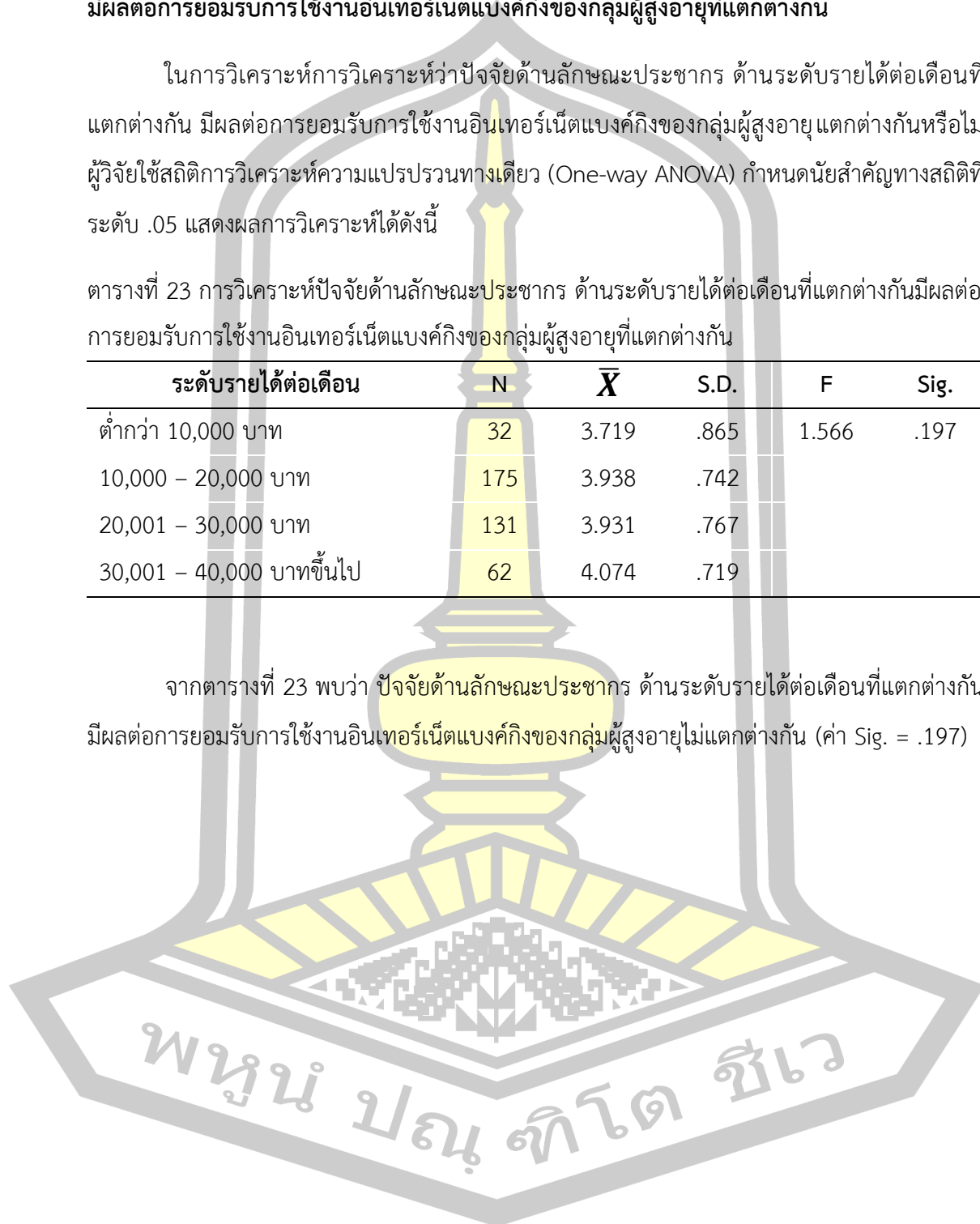
4.10.4 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะประชากร ด้านระดับรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบพกพาของกลุ่มผู้สูงอายุที่แตกต่างกัน

ในการวิเคราะห์การวิเคราะห์ว่าปัจจัยด้านลักษณะประชากร ด้านระดับรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบพกพาของกลุ่มผู้สูงอายุแตกต่างกันหรือไม่ ผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 23 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะประชากร ด้านระดับรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบพกพาของกลุ่มผู้สูงอายุที่แตกต่างกัน

ระดับรายได้ต่อเดือน	N	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	32	3.719	.865	1.566	.197
10,000 – 20,000 บาท	175	3.938	.742		
20,001 – 30,000 บาท	131	3.931	.767		
30,001 – 40,000 บาทขึ้นไป	62	4.074	.719		

จากตารางที่ 23 พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากร ด้านระดับรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบพกพาของกลุ่มผู้สูงอายุไม่แตกต่างกัน (ค่า Sig. = .197)



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้กลุ่มผู้สูงอายุใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงในภาคอีสาน ในรูปแบบงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังนี้

5.1 สรุปผล

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผล

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

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 64.5 เกษียณอายุ (อยู่บ้านเฉย ๆ) ร้อยละ 56 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 55.5 และมีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 43.75

5.1.2 พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง ส่วนใหญ่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบคิง 11-20 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 73.25 เริ่มใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงมา 1-2 ปี ร้อยละ 56.5 นิยมใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงทุกเวลาที่ต้องการใช้ ร้อยละ 62.25 และมีลักษณะการทำธุรกรรม คือ ใช้โอนเงิน ร้อยละ 65

5.1.3 ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง มีค่าเฉลี่ย 4.04 รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคิง มีค่าเฉลี่ย 3.95 ด้านการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิง มีค่าเฉลี่ย 3.94 และด้านการรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคิง มีค่าเฉลี่ย 3.21 ตามลำดับ

5.1.4 การตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.8 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านมีความพึงพอใจกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง มีค่าเฉลี่ย 4.2 รองลงมาคือ ท่านมั่นใจที่จะใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงนี้ต่อไป มีค่าเฉลี่ย 3.98 ท่านคิดที่จะใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงบ่อยขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.73 ท่านคิดว่าจะแนะนำเพื่อนของท่านให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงนี้ มีค่าเฉลี่ย 3.56 และท่านรู้สึกว่าคุณตัดสินใจไม่ผิดที่เลือกใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง มีค่าเฉลี่ย 3.56 ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ สามารถดำเนินการสำเร็จได้เป็นไปตามความมุ่งหมายในการทำวิจัย โดยผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยดังนี้

5.2.1 ปัจจัยด้านลักษณะประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงของกลุ่มผู้สูงอายุ

5.2.1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงของกลุ่มผู้สูงอายุไม่แตกต่างกัน (ค่า Sig. = .622) โดยเพศชายมีการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง (ค่าเฉลี่ย 3.965) มากกว่าเพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.926) เพียงเล็กน้อยจึงไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้เพศชายอาจจะมีความสนใจในเรื่องเทคโนโลยีมากกว่าเพศหญิง ผลการวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของจักรพงษ์ ลีลาธนาศิริ (2559) ที่ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาเป็นเพศหญิงจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พัทรี ชยากรโสภิต (2563) ที่ศึกษาการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงาน ในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด ผลการศึกษาพบว่า พนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ทั้งนี้ผลลัพธ์ของงานวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาของณัฐชยานันท์ เพ็งเภา (2561) ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้ Internet Banking ของผู้ใช้บริการ Application “BUALUANG MBANKING” ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการ Application

“BUALUANG MBANKING” ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่มีเพศต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้บริการโดยรวมไม่ต่างกัน

5.2.1.2 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของกลุ่มผู้สูงอายุไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (ค่า Sig. = .291) โดยธุรกิจส่วนตัว มีการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (ค่าเฉลี่ย 4.078) มากที่สุด รองลงมา คือ พนักงานบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 3.978) เกษียณอายุ (ค่าเฉลี่ย 3.964) รับจ้างทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.862) และเกษตรกร (ค่าเฉลี่ย 3.800) ทั้งนี้อาจจะมีผลเนื่องจากผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีการทำธุรกรรมทางการเงินที่มากกว่า ทั้งการสั่งซื้อเพื่อหมุนเวียนในธุรกิจ รวมถึงการจ่ายค่าจ้างพนักงาน รวมถึงค่าใช้จ่ายจิปาถะอื่น ๆ ส่งผลให้อาชีพธุรกิจส่วนตัวมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของนัฐพล รักษา (2560) ที่ศึกษาการรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สาขาเอ็กเซน ทาวเวอร์ ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าธนาคารกรุงเทพฯ ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

5.2.1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของกลุ่มผู้สูงอายุไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (ค่า Sig. = .280) โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (ค่าเฉลี่ย 4.104) มากที่สุด รองลงมา คือ ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ค่าเฉลี่ย 3.928) และต่ำกว่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 3.902) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของณัฐพัชญ์ ดาราพงษ์ (2560) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี Mobile Banking ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะมีค่าเฉลี่ยของการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี (Perceived Usefulness) การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use)

5.2.1.4 ระดับรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของกลุ่มผู้สูงอายุไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (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) สอดคล้องกับการศึกษาของนุชรี จินดาวรรณ (2559) ที่ศึกษาการทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง กรณีศึกษาลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดพัทลุง ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มี

ระดับการตั้งใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบคิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rogers (2003) พบว่า ปัจจัยรายได้จะมีผลกระทบน้อยต่อการยอมรับเทคโนโลยี

5.2.2 ทศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า ทศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงประกอบด้วย ทำให้รับรู้ข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันท่วงที (Sig. = .000) และเป็นสิ่งที่ทันสมัย (Sig. = .000) มีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยทศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงมากที่สุด (มีค่า Beta มากกว่า .2 ขึ้นไปถือว่ามีความสำคัญ) คือ การทำให้รับรู้ข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันท่วงที (Beta = .284) และความเป็นสิ่งที่ทันสมัย (Beta = .353) หมายถึง การทำให้รับรู้ข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันท่วงที และความเป็นสิ่งที่ทันสมัยของอินเทอร์เน็ตแบบคิง จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงมากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของปีทมา สันเสน (2559) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติกับการยอมรับในระบบธนาคารออนไลน์ของลูกค้าธนาคารออมสิน ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า ทศนคติของลูกค้าธนาคารออมสินที่มีต่อระบบธนาคารออนไลน์โดยภาพรวมนั้น มีความสัมพันธ์กับระดับการยอมรับระบบธนาคารออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกันในระดับสูง

5.2.3 การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคิงมีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคิง ประกอบด้วย ความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น (Sig. = .000) มีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยการรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคิงที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงมากที่สุด (มีค่า Beta มากกว่า .2 ขึ้นไปถือว่ามีความสำคัญ) คือ ความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น (Beta = .414) หมายถึง ความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคิงมากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของชุตินา เรืองกระโทก (2564) ที่ศึกษาการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการชำระเงินผ่านระบบ Internet Banking สำหรับนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งานอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน

กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ การชำระเงินผ่านระบบ Internet Banking เป็นช่องทางที่สะดวก มากกว่าการชำระผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร เคาน์เตอร์เซอร์วิส หรือชำระเป็นเงินสด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.38 สามารถอธิบายได้ว่าธนาคารหรือผู้ให้บริการในปัจจุบันมีการพัฒนาระบบสารสนเทศหรือการชำระเงินผ่านระบบ Internet Banking ที่มีประสิทธิภาพ มีความเสถียรต่อการใช้งานเพื่อให้ผู้ใช้บริการรับรู้ประโยชน์การใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ Internet Banking และมีแนวโน้มที่จะปรับเปลี่ยนมาใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ Internet Banking มากขึ้น

5.2.4 การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งมีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งประกอบด้วย ศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเอง (Sig. = .000) และสามารถใช้งานโดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก (Sig. = .003) มีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยการรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งมากที่สุด (มีค่า Beta มากกว่า .2 ขึ้นไปถือว่ามีความสำคัญ) คือ ศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเอง (Beta = .960) หมายถึง สามารถศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเองมากยิ่งขึ้น จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งมากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของนัฐพล รักษา (2560) ที่ศึกษาการรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สาขาเอ็กเซน ทาวเวอร์ ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สาขาเอ็กเซน ทาวเวอร์ประเด็นที่ลูกค้ามีระดับการรับรู้สูงสุด 3 อันดับแรก คือ รับรู้ว่าจะสามารถใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งได้ด้วยตนเอง รับรู้ว่าจะปัจจุบันมีการทำธุรกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่เรียกกันว่าอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง และรับรู้ว่าระบบอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งสามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ ทุกเวลา ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า ลูกค้ามีการรับรู้ถึงคุณลักษณะที่สำคัญของการทำธุรกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ซึ่งมุ่งเน้นการทำธุรกรรมด้วยตนเอง เพื่ออำนวยความสะดวกและสามารถทำธุรกรรมได้อย่างรวดเร็ว

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า การทำให้รับรู้ข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันท่วงที ($Beta = .284$) และความเป็นสิ่งที่ทันสมัย ($Beta = .353$) หมายถึง การทำให้รับรู้ข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันท่วงที และความเป็นสิ่งที่ทันสมัยของอินเทอร์เน็ตแบบคึก จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกมากขึ้น

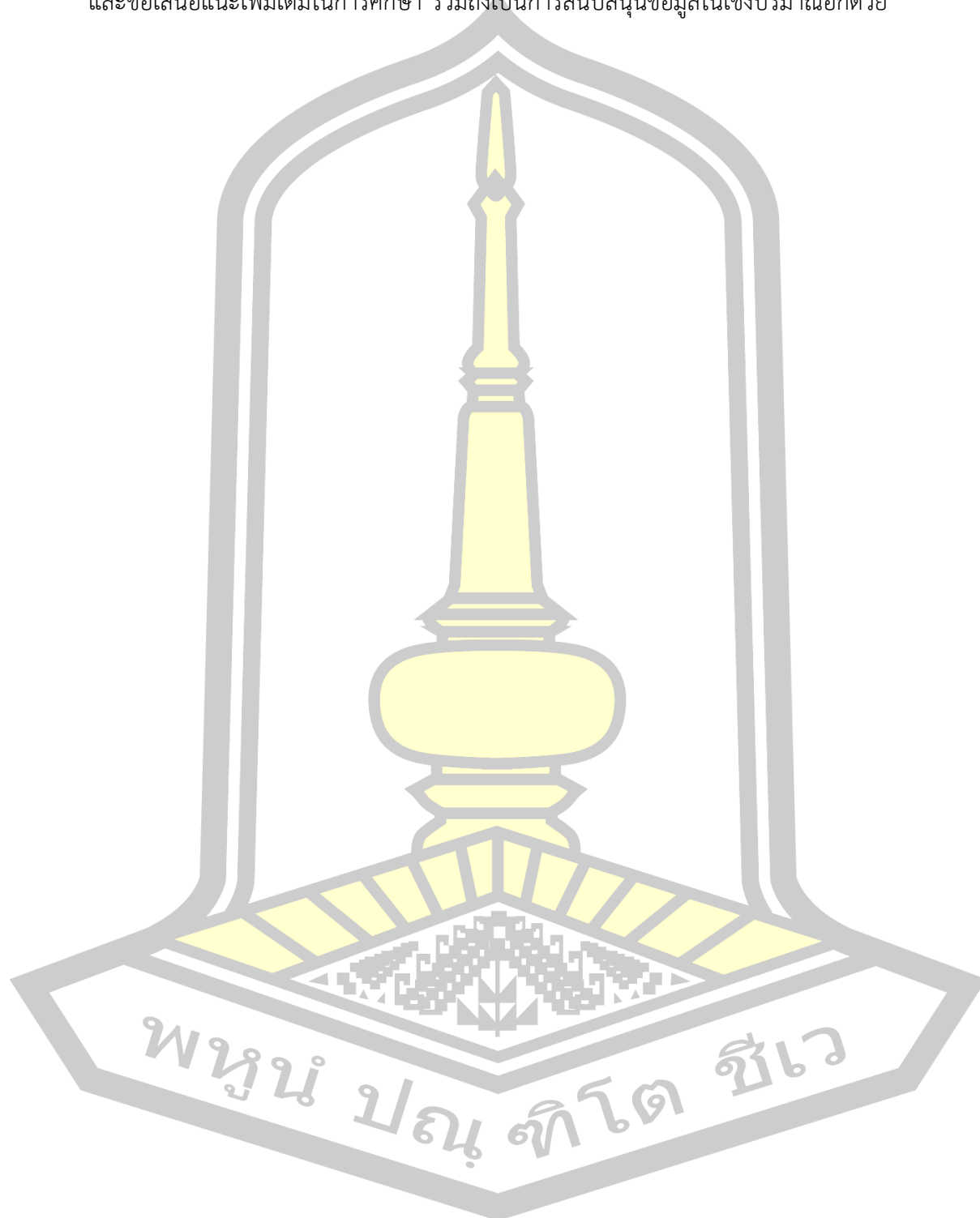
จากผลการวิเคราะห์การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบบคึกมีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า ความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น ($Beta = .414$) หมายถึง ความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกมากขึ้น ดังนั้น ควรมีการแนะนำและแสดงการใช้งานในการทำธุรกรรมต่าง ๆ เช่น การโอนเงิน การซื้อสลากออมสิน การชำระค่าน้ำค่าไฟหรือบิลต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานเห็นประโยชน์และความสะดวกในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก

จากผลการวิเคราะห์การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคึกมีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า ศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเอง ($Beta = .960$) หมายถึง สามารถศึกษาขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเองมากยิ่งขึ้น จะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกมากขึ้น ดังนั้น ในขั้นตอนการสมัครใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก ควรมีการแนะนำขั้นตอนการใช้งานเพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถศึกษาการใช้งานได้ด้วยตนเอง

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้ ทำการศึกษาปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้กลุ่มผู้สูงอายุใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกในภาคอีสาน โดยมีปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก การตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก ทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกมีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกของกลุ่มผู้สูงอายุ ด้านการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบบคึกมีผลต่อทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรเพิ่มปัจจัยหรือตัวแปรอิสระอื่น ๆ เช่น ปัจจัยด้านการใช้บริการ หรือปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนในการศึกษาเกี่ยวกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก รวมถึงควรมีการวิจัยในเชิงคุณภาพ

(Qualitative Research) ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อให้ได้ข้อมูล มุมมอง และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการศึกษา รวมถึงเป็นการสนับสนุนข้อมูลในเชิงปริมาณอีกด้วย



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต. (2562). การวิเคราะห์รูปแบบนวัตกรรมที่เหมาะสมต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้สูงอายุ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร).
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2566). สถิติผู้สูงอายุของประเทศไทย. สืบค้นจาก <http://www.dop.go.th/th/know/side/1/1/275>
- กุลยา ตันติผลาชีวะ. (2524). การพยาบาลผู้สูงอายุ. กรุงเทพฯ: เจริญกิจ.
- กอบกาญจน์ เจริญทอง. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. (การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการตลาด, มหาวิทยาลัยสยาม).
- จักรพงษ์ ลีธรรณศิริ. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- จักรวาล อินทะปัญญา และพนมสิริ สอนประจักษ์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแบงก์กิงแอปพลิเคชันของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุตั้งแต่ 50-70 ปี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร).
- จินตนา รอดอารมณ์. (2554). ความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อการจัดสวัสดิการสังคมขององค์การบริหารส่วนตำบลคลองกู่ อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- เฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ. (การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่).

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2548). *การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร:

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชุติมา เรืองกระโทก. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อการชำระเงินผ่านระบบ Internet Banking สำหรับ*

นักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. (รายงานวิจัยสถาบัน, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี).

ชูศักดิ์ ตันวงศ์เลิศ. (2557). *ความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุขององค์กร*

ปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาโครงการบัณฑิตศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี).

ณิชารีย์ ชันอินทร์งาม และกนกพร ชัยประสิทธิ์. (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการ*

เลือกใช้บริการโอนเงินออนไลน์ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).

ณัฐชยานันท์ เพ็งเภา. (2561). *พฤติกรรมการใช้ Internet Banking ของผู้ใช้บริการ Application*

“BUALUANG MBANKING” ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).

ณัฐปภัสร ดาราพงษ์. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี Mobile Banking*. (การค้นคว้า

อิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

ณัฐสิน ปพนไววัฒน์. (2550). *การจัดสวัสดิการสังคมให้กับผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น*

ในจังหวัดนครปฐม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม).

ดารณี พานทอง. (2542). *ทฤษฎีการจูงใจ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ถวิล ธราโภชน. (2532). *จิตวิทยาสังคม (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2560). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS* (พิมพ์ครั้งที่ 17). นนทบุรี: บริษัท เอสอาร์ พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด.

ธงชัย สันติวงษ์. (2537). *องค์การและการบริหาร* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). *ธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile banking*. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/App/BTWS_STAT/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=688&language=TH

ชนพล พุกเสิ่ง และศิริปฐฐ์ บุญครอง. (2558). การสำรวจการรักษาความปลอดภัยในการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งธนาคารพาณิชย์ไทยสำหรับลูกค้าบุคคล. *วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 23(1), 141-158. สืบค้นจาก <https://li01.tci-thaijo.org/index.php/tstj/article/view/25880/21950>

นฤพล รัตนวิบูลย์ลาภ. (2564). *การยอมรับเทคโนโลยีและการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันแพลตฟอร์มเทรดสกุลเงินดิจิทัล (คริปโตเคเรนซี) ของนักลงทุน First Jobber*. (สารนิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล).

นพมาศ ธีรเวคิน. (2535). *จิตวิทยาสังคมกับชีวิต* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นัฐพล รักษา. (2560). *การรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สาขาเอ็กเซน ทาวเวอร์*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย).

นุชรี จินดาวรรณ. (2559). *การทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งกรณีศึกษาลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดพัทลุง*. (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).

บัญชา หมั่นกิจการ. (2560). *แบบจำลองเชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี*

ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ (e-payment) ของผู้สูงอายุในเขต
กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตร).
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. (2540). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ:

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2540). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ:
เจริญผล.

ปัทมา สันเสน. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับการยอมรับในระบบธนาคารออนไลน์ของ
ลูกค้าธนาคารออมสิน ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2520). ทัศนคติการวัดและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอนามัย (พิมพ์ครั้งที่ 2).
กรุงเทพฯ: พีระพัฒนา.

พจนานุกรมไทยฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2546). ชร. กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่น
จำกัด.

พระสุรัชย์ อยู่สาโก. (2550). พฤติกรรมการดูแลตนเองของผู้สูงอายุในชมรมผู้สูงอายุเทศบาล เมือง
ท่าเรือพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).

พรณี สมเทศน์. (2552). การดูแลผู้สูงอายุในระดับครอบครัว กรณีศึกษาบ้านนาครีตดงเค็ง ตำบล
สะอาด อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย).

พัชรี ชยากรโคกิต. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงาน ใน
บริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด. วารสารสังคมศาสตร์, 88-97.

ภาณุพงศ์ เสกทวีลาภ. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมการใช้ Cloud Storage ใน
ระดับ Software-as-a-Service (SaaS) ของพนักงานองค์กรเอกชน ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจ
ของกรุงเทพมหานคร, 12-84.

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า และมินตรา สดชื่น. (2560). รูปแบบการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของผู้สูงอายุใน

สังคมไทย กรณีศึกษาเขตกรุงเทพมหานคร. การประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราช
มงคลครั้งที่ 9 “ราชมงคลสร้างสรรค์กับนวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0”, มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 7-9 สิงหาคม 2560 หน้า 1470-1477.

ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์. (2548). ประกันภายในและประเมินภายนอกต้องสอดคล้องกัน. *วารสาร
สถานปฎิรูป*, 47-53.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

รัฐสิทธิ์ เทียมทองใบ. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน
โทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในจังหวัด
กรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนานาชาติแส
ตมฟอร์ด).

วาสนา ทองจันทร์. (2550). *พฤติกรรมความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้สูงอายุในศูนย์พัฒนาการ
จัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราช
ภัฏพระนครศรีอยุธยา).

วันเพ็ญ ปันราช. (2552). *การพัฒนาระบบการดูแลผู้สูงอายุในชุมชน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศา
สตรดุขุบัณฑิต สาขาพัฒนศาสตร์, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).

วิไลสนา นาคสงวน. (2565). *ทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับสัญญาณ 5G ของผู้ใช้บริการ
เครือข่ายสื่อสารและอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย*. (สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยมหิดล).

ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์. (2546). *องค์การและการจัดการ* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.

ศศิพร เหมือนศรีชัย. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ ERP Software ของผู้ใช้งานด้านบัญชี.

วารสารวิชาชีพ.

เสาวภา รัตนพันธ์. (2553). ระบบการดูแลผู้สูงอายุตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลบ้านตาขุน

อำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. (การศึกษาอิสระปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). สำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน.

สืบค้นจาก <http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/>

สงวน สุทธิเลิศอรุณ. (2525). การบริหารการศึกษา. กรุงเทพฯ: บรรณกิจ.

สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

KMITL Information Technology Journal, (Jan. – Jun. 2012).

สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2012). แบบจำลองการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ.

วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศลาดกระบัง, 1(1), 11.

สุพรรณษา วังศิริ. (2552). บทบาทของการดูแลผู้สูงอายุในการดูแลผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนคร

พิษณุโลก. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนา,
มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามพิษณุโลก).

สุทิน ชนะบุญ. (2560). การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุกรม. สืบค้นจาก

<http://www.kkpho.go.th/i/index.php/component/attachments/download/1933>

สุภัทรา เองวานิชย์. (2541). การรับรู้ภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจในช่วง พ.ศ. 2540-2541 และ

พฤติกรรมการประหยัดของบิดา มารดาและบุตรวัยรุ่น. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).

สมานสันติ พณิชยเสรีวงษ์. (2561). การสร้างความภักดีกับผู้ใช้ระบบโมบายแบงก์กิงในประเทศไทย

ไทย. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ

,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

สมพล นวะกะ. (2555). *ความต้องการได้รับสวัสดิการของผู้สูงอายุในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล*

อ่าวลึกใต้ อำเภ่อ่าวลึก จังหวัดกระบี่. (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์).

สุรพล ชยภพ. (2552). *การพัฒนารูปแบบการดูแลผู้สูงอายุโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน จังหวัด*

นครราชสีมา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม).

สุวสา ชัยสุรัตน์. (2537). *หลักการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: ภูมิบัณฑิตการพิมพ์.

เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล. (2554). *ความตระหนักและการยอมรับการนำระบบการจัดการ 60*

สิ่งแวดล้อม (ISO 14001) มาใช้ในองค์การภาครัฐ: ศึกษากรณีสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์).

อินเทอร์เน็ตแบงก์กิง. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2565, จากเว็บไซต์

<https://www.mindphp.com/internet-banki>

Aaker, D. A., Kumar, Y., & Day, G. S. (2001). *Marketing Research* (7th ed.). New York: John Wiley & Sons.

Allport, G. W. (1968). *Reading in attitude theory and measurement*. New York: John Wiley & Sons.

Assael, H. (1995). *Consumer behavior and marketing action* (5th ed.). The United of America: International Thomson.

Axelrod, R. (Ed.). (2015). *Structure of decision: The cognitive maps of political Elites*. New Jersey: Princeton university press.

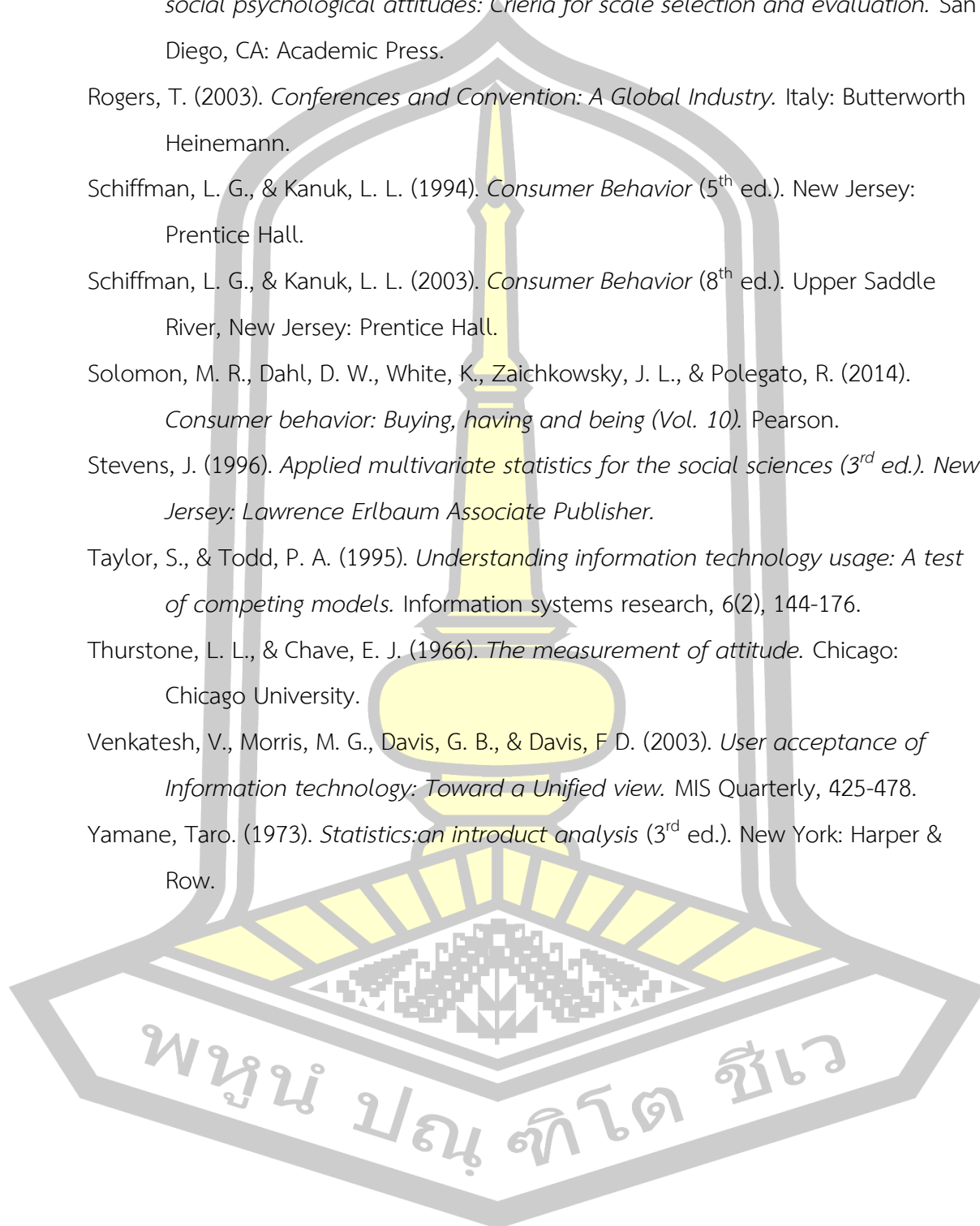
Best, J. W. (1977). *Research in Education* (3rd ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc.

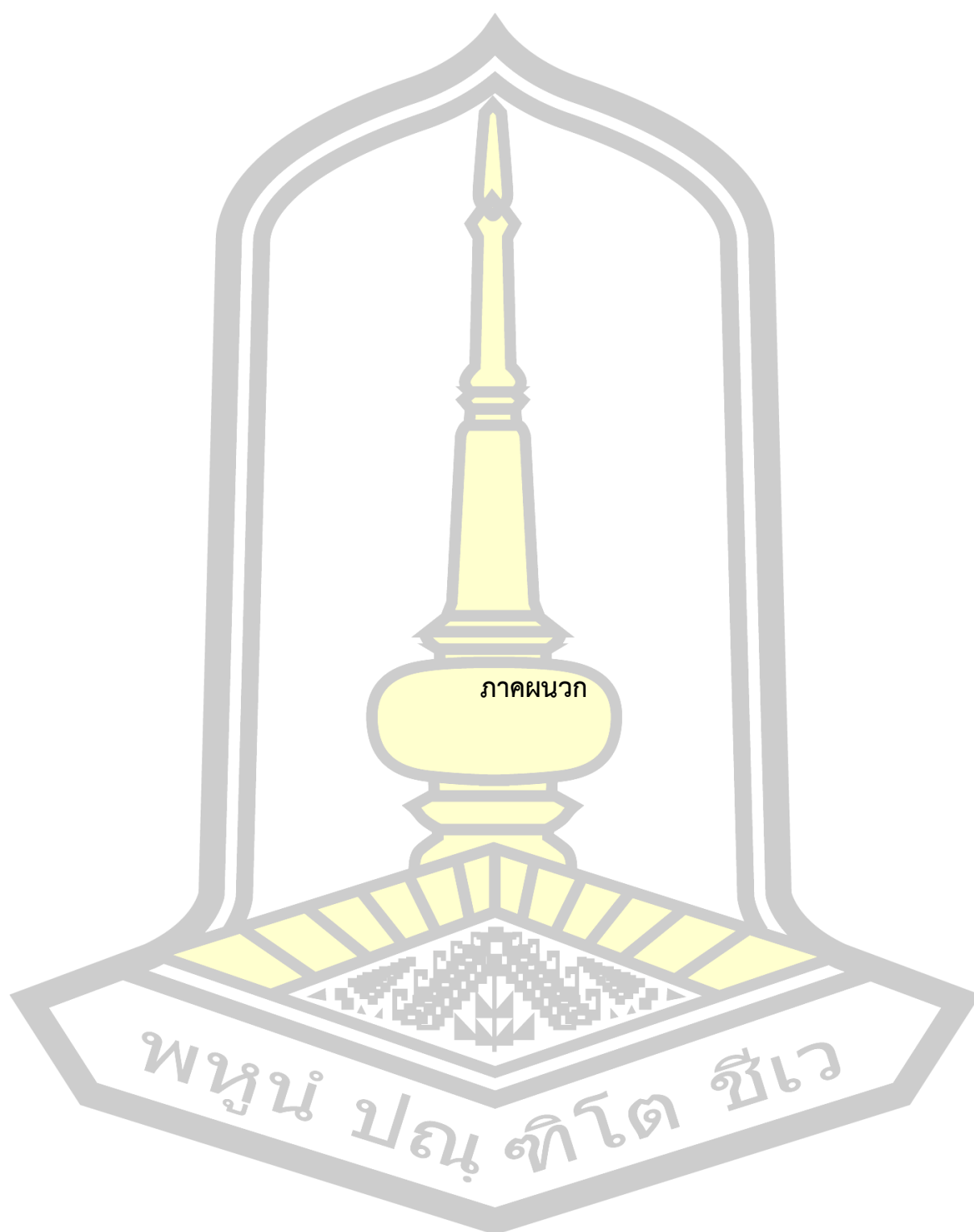
Chu, A. Z-C., & Chu, R. J-C. (2011). The intranet's role in newcomer socialization in hotel industry in Taiwan-technology acceptance model analysis [Electronics version]. *The International Journal of Human Resource Management*, 22(5), 1163-1179.

Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.

- Davis, F. D. (1985). *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: theory and results*. Doctoral Dissertation, MIT Sloan School of Management Cambridge.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management science*, 35(8), 982-1003.
- Defleur, M. L. & Ball-Rokeach, S. J. (1996). *Theories of Mass Communication*. London: Longman.
- Good, C. V. (1959). *Dictionary of education* (3rd ed.). New York: McGraw Hill.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data Analysis: A global perspective* (7th ed.). New York: Pearson Prentice Hall, Harper Collins College.
- Hanna, N., & Wozniak, R. (2001). *Consumer Behavior: An Applied Approach*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Inoue, T., Hoshino, H., Yamashita, T., Shimoyama, S., & Agata, K. (2015). *Planarian shows decision-making behavior in response to multiple stimuli by integrative brain function*. *Zoological letters*, 1(1), p.7.
- Katz, D. (1960). *The functional approach to the study of attitudes*. *Public Opinion Quarterly*, 24(2), 163-204.
- 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*, pp. 95-124.
- Moon, J. W., & Kim, Y. G. (2001). *Extending the TAM for a World-Wide-Web context*. *Information & Management*, 34(4), 217-230.
- Munn, D. P. (1971). *A study of sources for Swinburnes's Lesbia Brandon*. (Doctoral dissertation). Texas Tech University.

- Robinson, J. P., Shaver, P. R., & Wrightsman, L. S. (1991). *Measures of personality and social psychological attitudes: Criteria for scale selection and evaluation*. San Diego, CA: Academic Press.
- Rogers, T. (2003). *Conferences and Convention: A Global Industry*. Italy: Butterworth Heinemann.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer Behavior* (5th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2003). *Consumer Behavior* (8th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Solomon, M. R., Dahl, D. W., White, K., Zaichkowsky, J. L., & Polegato, R. (2014). *Consumer behavior: Buying, having and being* (Vol. 10). Pearson.
- Stevens, J. (1996). *Applied multivariate statistics for the social sciences* (3rd ed.). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associate Publisher.
- Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). *Understanding information technology usage: A test of competing models*. Information systems research, 6(2), 144-176.
- Thurstone, L. L., & Chave, E. J. (1966). *The measurement of attitude*. Chicago: Chicago University.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User acceptance of Information technology: Toward a Unified view*. MIS Quarterly, 425-478.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics:an introduct analysis* (3rd ed.). New York: Harper & Row.





ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้กลุ่มผู้สูงอายุใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกในภาคอีสาน

.....

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการทำการศึกษาวิจัยเท่านั้น

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ประกอบด้วยคำถาม รวม 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก

ตอนที่ 4 เกี่ยวกับการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก

ตอนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก

คำถามคัดกรอง

ท่านเกิดก่อนปี พ.ศ.2510 ใช่หรือไม่ ? (อายุ 55 ปีขึ้นไป)

☐ ใช่ (กรุณาตอบแบบสอบถามข้อต่อไป) ☐ 2) ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

ท่านเคยใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบคึกหรือไม่ ?

☐ ใช่ (กรุณาตอบแบบสอบถามข้อต่อไป) ☐ 2) ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

ท่านอาศัยหรือเคยอาศัยอยู่ในภาคอีสานหรือไม่ ?

☐ ใช่ (กรุณาตอบแบบสอบถามข้อต่อไป) ☐ 2) ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

นางสาวสิริธร อนุพันธ์

นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล

คณะกรรมการวิจัยและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

เบอร์โทรศัพท์ 086-2136781

E-mail: 63010987007@msu.ac.th

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ 1) ชาย

☐ 2) หญิง

2. อาชีพ

☐ 1) ข้าราชการ

☐ 2) พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ 3) พนักงานบริษัทเอกชน

☐ 4) ธุรกิจส่วนตัว

☐ 5) เกษียณอายุ

☐ 6) อื่น ๆ โปรดระบุ

3. ระดับการศึกษา

☐ 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ 2) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

☐ 3) สูงกว่าปริญญาตรี

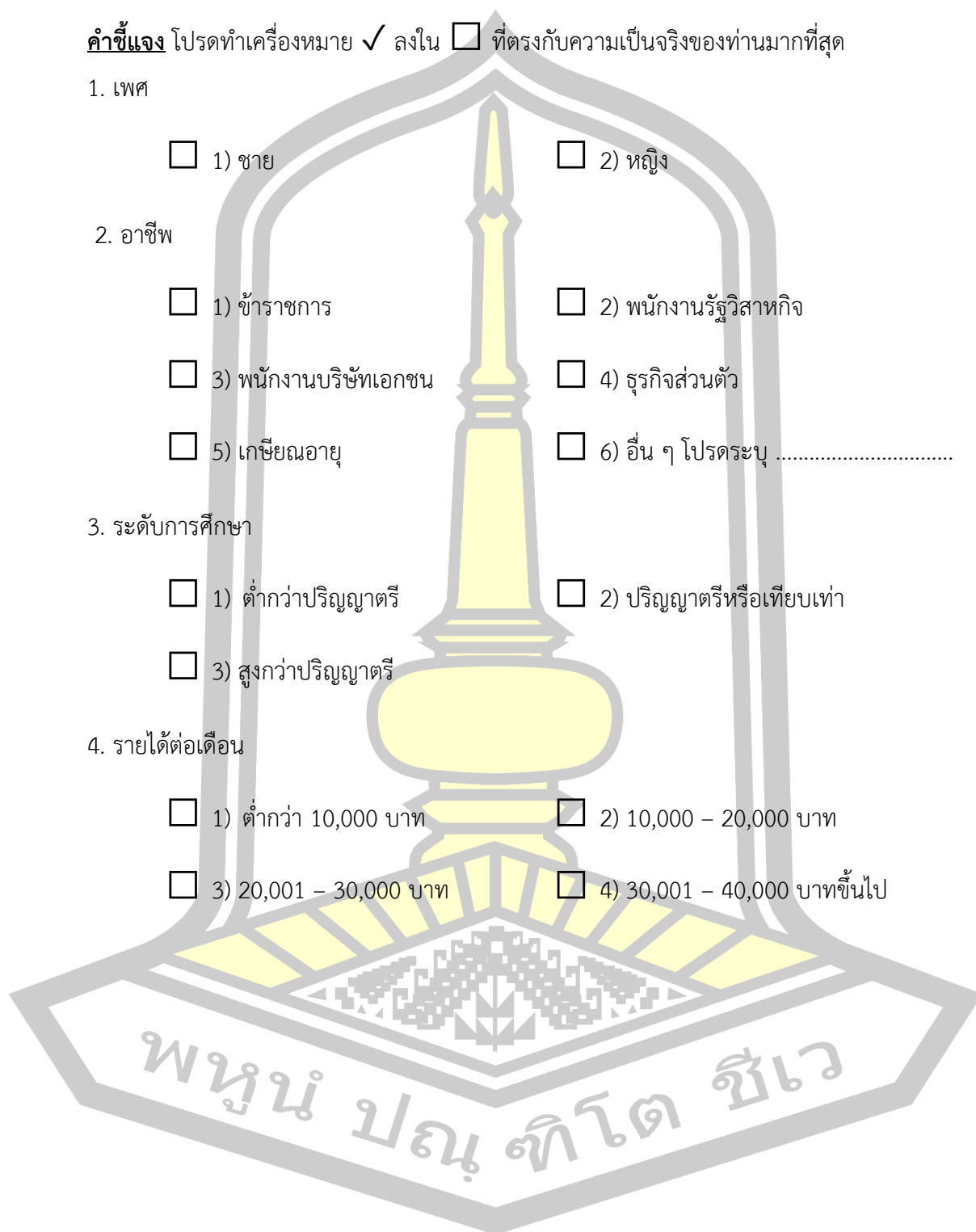
4. รายได้ต่อเดือน

☐ 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท

☒ 2) 10,000 – 20,000 บาท

☐ 3) 20,001 – 30,000 บาท

☐ 4) 30,001 – 40,000 บาทขึ้นไป



ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน

☐ 1) น้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน

☐ 2) 5-10 ครั้งต่อเดือน

☐ 3) 11-20 ครั้งต่อเดือน

☐ 4) มากกว่า 20 ครั้งต่อเดือน

2. ระยะเวลาในการใช้งาน

☐ 1) น้อยกว่า 1 ปี

☐ 2) 1-2 ปี

☐ 3) มากกว่า 2 ปี

3. ช่วงเวลาการทำธุรกรรมที่ท่านนิยมใช้งาน

☐ 1) ในเวลาทำการของธนาคาร

☐ 2) นอกเวลาทำการของธนาคาร

☐ 3) ทุกเวลาที่ต้องการใช้

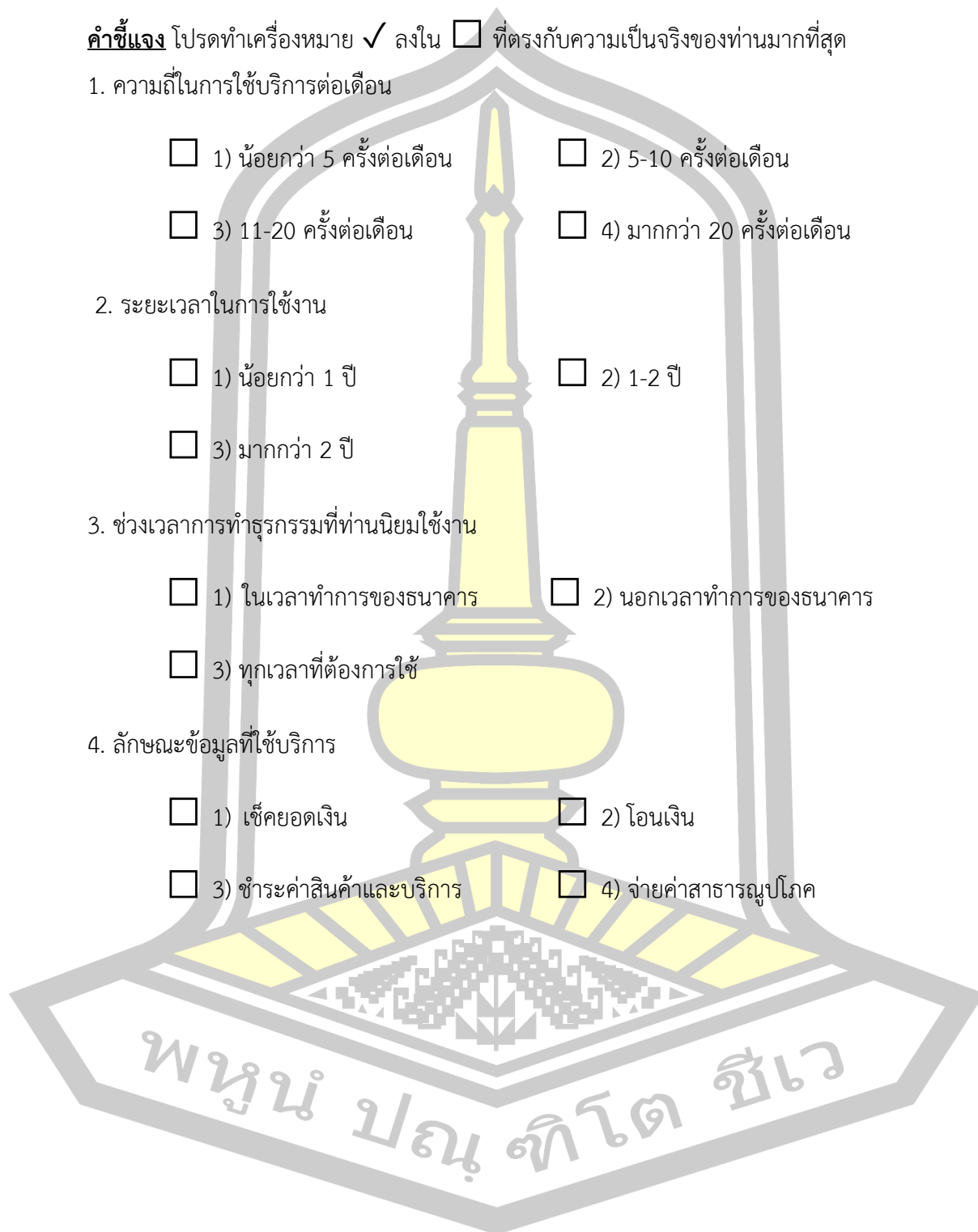
4. ลักษณะข้อมูลที่ให้บริการ

☐ 1) เชื้อยอดเงิน

☒ 2) โอนเงิน

☐ 3) ชำระค่าสินค้าและบริการ

☐ 4) จ่ายค่าสาธารณูปโภค



โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องความคิดเห็นของท่านว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมเพียงใด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง

ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับ การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด
1. การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง					
1.1 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง สามารถใช้ได้ทุกที่ ทุกเวลา					
1.2 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไป ธนาคาร ตู้เอทีเอ็ม หรือเคาน์เตอร์ เซอร์วิส					
1.3 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง ช่วยลดความเสี่ยงจากการพกพาเงินสด					
1.4 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง สามารถตรวจสอบข้อมูลธุรกรรมทาง การเงินย้อนหลังได้ง่าย					
1.5 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง ทำให้ท่านได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น					
2. การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง					
2.1 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง เป็นเรื่องสามารถเรียนรู้ และทำความเข้าใจได้					
2.2 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง					
2.3 การชำระเงินผ่านระบบ อินเทอร์เน็ตแบงก์กิง สามารถเข้าถึง ขั้นตอนได้ง่าย					
2.4 ท่านสามารถศึกษาขั้นตอนการใ้ งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงได้ด้วยตนเอง					

2.5 ท่านสามารถใช้ใช้งานอินเทอร์เน็ต แบบคึก โดยไม่ต้องใช้ความพยายาม มากนัก					
3. ทักษะคิดต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก					
3.1 ท่านคิดว่าการใช้งานอินเทอร์เน็ต แบบคึก มี ความปลอดภัยน่าเชื่อถือ					
3.2 ท่านคิดว่าการใช้งานอินเทอร์เน็ต แบบคึก มี ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมที่ เหมาะสม					
3.3 ท่านคิดว่าการใช้งานอินเทอร์เน็ต แบบคึก มี ขั้นตอนการสมัครใช้บริการที่ง่ายและ ไม่ยุ่งยาก					
3.4 ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก ท่านคิดว่าการแจ้งเตือนทุกครั้งที่มีการ ทำรายการในบัญชีของท่านเป็นสิ่งที่ดี					
3.5 ท่านสามารถติดต่อกับคอลเซ็น เตอร์ของธนาคารได้ทันทีเมื่อเกิด ปัญหาในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก					
4. การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก					
4.1 ท่านตั้งใจจะใช้งานอินเทอร์เน็ต แบบคึกต่อไป					
4.2 ท่านพึงพอใจในประสิทธิภาพของ อินเทอร์เน็ตแบบคึก					
4.3 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก ทำให้การทำธุรกรรมการเงินของท่าน สะดวก และประหยัดเวลา					

มากขึ้น					
4.4 ท่านมีความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของงานระบบอินเทอร์เน็ตแบบค์กิง					
4.5 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบค์กิงเหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวันของท่าน					

ตอนที่ 4 เกี่ยวกับการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบค์กิง

การตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบค์กิง	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
1. ท่านมีความพึงพอใจกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบค์กิง					
2. ท่านรู้สึกว่าคุณตัดสินใจไม่ผิดที่เลือกใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบค์กิงนี้					
3. ท่านคิดว่าจะแนะนำเพื่อนของท่านให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบค์กิงนี้					
4. ท่านคิดที่จะใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบค์กิงบ่อยขึ้น					
5. ท่านแน่ใจที่จะใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบค์กิงนี้ต่อไป					

ตอนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบค์กิง

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข
เอกสารจริยธรรม



คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

เอกสารรับรองโครงการวิจัย

เลขที่การรับรอง : 348-352/2566

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาไทย) ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้กลุ่มผู้สูงอายุใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งในภาคอีสาน
ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาอังกฤษ) Factors Influencing Elders to Apply Internet Banking in Northeast Thailand.

ผู้วิจัย : นางสาวสิริธร อนุพันธ์

หน่วยงานที่รับผิดชอบ : คณะการบัญชีและการจัดการ

สถานที่ทำการวิจัย : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ประเภทการพิจารณาแบบ : แบบเร่งรัด

วันที่รับรอง : 11 กันยายน 2566

วันหมดอายุ : 10 กันยายน 2567

ข้อเสนอการวิจัยนี้ ได้รับการพิจารณาและให้ความเห็นชอบจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคามแล้ว และอนุมัติในด้านจริยธรรมให้ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องข้างต้นได้ บนพื้นฐานของโครงการงานวิจัยที่คณะกรรมการฯ ได้รับและพิจารณา เมื่อเสร็จสิ้นโครงการแล้วให้ผู้วิจัยส่งแบบฟอร์มการปิดโครงการและรายงานผลการดำเนินงานมายังคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม หรือหากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ในโครงการวิจัย ผู้วิจัยจะต้องยื่นขอรับการพิจารณาใหม่

ภคร. สหจิตร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกียรติคุณหญิงราตรี สว่างจิตร)
ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ทั้งนี้ การรับรองนี้มีเงื่อนไขดังที่ระบุไว้ด้านหลังทุกข้อ (ดูด้านหลังของเอกสารรับรองโครงการวิจัย)

นักวิจัยทุกท่านที่ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยต้องปฏิบัติตามดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการวิจัยตามที่ระบุไว้ในโครงการวิจัยอย่างเคร่งครัด
2. ใช้เอกสารแนะนำอาสาสมัคร ใบยินยอม (และเอกสารเชิญเข้าร่วมวิจัยหรือใบโฆษณาถ้ามี) แบบสัมภาษณ์ และหรือ แบบสอบถาม เฉพาะที่มีตราประทับของคณะกรรมการจริยธรรมในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เท่านั้น และส่งสำเนาเอกสารดังกล่าวให้กับผู้เข้าร่วมวิจัยจริงรายแรกมาที่คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน เพื่อเก็บไว้เป็นหลักฐาน
3. รายงานเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ร้ายแรงที่เกิดขึ้นหรือการเปลี่ยนแปลงกิจกรรมวิจัยใดๆ ต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ภายในระยะเวลา 5 วันทำการ
4. ส่งรายงานความก้าวหน้าต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน ตามเวลาที่กำหนดหรือเมื่อได้รับการร้องขอ
5. หากการวิจัยไม่สามารถดำเนินการเสร็จสิ้นภายในกำหนด ผู้วิจัยต้องยื่นขออนุมัติใหม่ก่อน อย่างน้อย 60 วัน
6. หากการวิจัยเสร็จสมบูรณ์ผู้วิจัยต้องแจ้งปิดโครงการตามแบบฟอร์มของคณะกรรมการจริยธรรมในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* รายชื่อของคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน (ชื่อและตำแหน่ง) ที่เข้าร่วมประชุม ณ วันที่พิจารณารับรองโครงการวิจัย (หากร้องขอส่งหน้า)

352166
ECMSU01-05.03 Update 2021

เอกสารชี้แจงสำหรับอาสาสมัครที่ตอบแบบสอบถาม
(สำหรับการตอบแบบสอบถาม 18 ปีขึ้นไป)

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

เนื่องด้วยข้าพเจ้า นางสาวสิริธร อนุพันธ์ นิสิตปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล คณะ
การบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กำลังดำเนินการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้กลุ่ม
ผู้สูงอายุใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงในภาคอีสาน (Factors Influencing Elders to Apply Internet Banking
in Northeast Thailand)” โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน
3. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน
4. เพื่อศึกษาการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงของกลุ่มผู้สูงอายุในภาคอีสาน

ประโยชน์ที่ท่านจะได้รับจากการวิจัยนี้ ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงของกลุ่ม
ผู้สูงอายุ ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงของกลุ่มผู้สูงอายุ ทำให้
ทราบถึงความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ ความปลอดภัยในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงของกลุ่มผู้สูงอายุ และ
ผู้ประกอบการธนาคารสามารถสร้าง และพัฒนาระบบอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงให้กับผู้สูงอายุได้

“ท่านอาจจะไม่ได้รับประโยชน์โดยตรงจากการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ แต่ข้อมูลที่ได้จะมีประโยชน์ต่อ สถาบัน
การเงิน, ส่วนรวม และชุมชน เป็นต้น

หากท่านตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยจะขอให้ท่านตอบแบบสอบถามในประเด็น การยอมรับการใช้งาน
อินเทอร์เน็ตแบงก์กิง ซึ่งประกอบด้วยคำถามมีทั้งหมด 4 ส่วน จำนวน 36 ข้อ โดยใช้เวลาในการตอบแบบสอบถาม
ประมาณ 10-20 นาที และจะขอรับแบบสอบถามคืนโดยผู้วิจัยจะไปเก็บด้วยตนเอง

หากท่านรู้สึกอึดอัด หรือรู้สึกไม่สบายใจกับบางคำถาม ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่ตอบคำถามเหล่านั้นได้ รวมถึงท่านมี
สิทธิ์ถอนตัวออกจากโครงการนี้เมื่อใดก็ได้ โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า และการไม่เข้าร่วมวิจัยหรือถอนตัวออกจาก
โครงการวิจัยนี้ จะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อการดำรงชีวิตของท่านในปัจจุบันและอนาคต

ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามของท่านจะถูกเก็บรักษาไว้ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะเป็นรายบุคคล แต่จะรายงาน
ผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น และจะดำเนินการทำลายข้อมูลที่เกี่ยวข้องภายหลังเสร็จสิ้นการวิจัย
การวิจัยครั้งนี้ท่านจะไม่ได้รับค่าตอบแทนและไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น

หากท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับงานวิจัย โปรดติดต่อได้ที่ นางสาวสิริธร อนุพันธ์ นิสิตปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ
และนวัตกรรมดิจิทัล คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เบอร์โทรศัพท์ 086-2136781

หากท่านได้รับการปฏิบัติไม่ตรงตามที่ระบุไว้หรือต้องการทราบสิทธิของท่านขณะเข้าร่วมการวิจัยนี้ สามารถ
ติดต่อได้ที่ “คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กองส่งเสริมการวิจัยและประกันวิชาการ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม” โทร. 043-754416 เบอร์ภายใน 1755

ขอขอบพระคุณอย่างสูง

(นางสาวสิริธร อนุพันธ์)

ผู้วิจัย



ECMSU01-06.03

**แบบแสดงความยินยอมให้ทำการวิจัยจากอาสาสมัคร
(สำหรับอาสาสมัครอายุ 18 ปีขึ้นไป)**

ข้าพเจ้า (นาง/นางสาว/นาย)	นามสกุล	อายุ	ปี
บ้านเลขที่	หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ
		จังหวัด	

ได้อ่านคำชี้แจง/รับฟังคำอธิบายจากนางสาวสิริธร อนุพันธ์ เกี่ยวกับการเป็นอาสาสมัครในโครงการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้กลุ่มผู้สูงอายุใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคลั่งในภาคอีสาน” โดยข้อความที่อธิบายประกอบด้วยรายละเอียดทั้งหมดเกี่ยวกับที่มาและจุดมุ่งหมายในการทำวิจัย, รายละเอียดของขั้นตอนต่างๆ ที่ข้าพเจ้าต้องปฏิบัติและได้รับการปฏิบัติ, ประโยชน์ที่ข้าพเจ้าจะได้รับจากการวิจัย และความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเข้าร่วมการวิจัย รวมทั้งแนวทางป้องกันและแก้ไขหากเกิดอันตราย โดยได้อ่าน/รับฟังคำอธิบายข้อความในเอกสารชี้แจงสำหรับอาสาสมัครที่ตอบแบบสอบถาม โดยตลอด อีกทั้งยังได้รับคำอธิบายและการตอบข้อสงสัยจากหัวหน้าโครงการวิจัยเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ตลอดจนการรับรองจากผู้วิจัยที่จะเก็บรักษาข้อมูลของข้าพเจ้าไว้เป็นความลับ และไม่ระบุชื่อหรือข้อมูลส่วนตัวเป็นรายบุคคลต่อสาธารณชน โดยผลการวิจัยจะนำเสนอในลักษณะภาพรวมที่เป็นการสรุปผลการวิจัยเพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น

“ในการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครของโครงการวิจัยครั้งนี้ ข้าพเจ้าเข้าร่วมด้วยความสมัครใจ” และข้าพเจ้าสามารถถอนตัวจากการศึกษานี้เมื่อใดก็ได้ ถ้าข้าพเจ้าปรารถนา โดยจะไม่มีผลกระทบและไม่เสียสิทธิใดๆ ในการรับรู้ประโยชน์หรือวิธีการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคลั่งที่ข้าพเจ้าจะได้รับต่อไปในอนาคต

ข้าพเจ้าเข้าใจข้อความในเอกสารชี้แจงอาสาสมัคร และแบบแสดงความยินยอมนี้โดยตลอดแล้วจึงลงลายมือชื่อไว้ ณ ที่นี้

ลงชื่อ.....อาสาสมัคร

(.....)

วันที่.....

ลงชื่อ.....พยาน

(.....)

วันที่.....

ลงชื่อ.....ผู้ขอความยินยอม

(นางสาวสิริธร อนุพันธ์)

วันที่.....



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้กลุ่มผู้สูงอายุใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกในภาคอีสาน

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ และนวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ประกอบด้วยคำถาม รวม 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป
- ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก
- ตอนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก
- ตอนที่ 4 เกี่ยวกับการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก
- ตอนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก

คำถามคัดกรอง

ท่านเกิดก่อนปี พ.ศ.2510 ใช่หรือไม่ ? (อายุ 55 ปีขึ้นไป)

- ☐ 1) ใช่ (กรุณาตอบแบบสอบถามข้อต่อไป) ☐ 2) ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

ท่านเคยใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบคึกหรือไม่ ?

- ☐ 1) ใช่ (กรุณาตอบแบบสอบถามข้อต่อไป) ☐ 2) ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

ท่านอาศัยหรือเคยอาศัยอยู่ในภาคอีสานหรือไม่ ?

- ☐ 1) ใช่ (กรุณาตอบแบบสอบถามข้อต่อไป) ☐ 2) ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)



นางสาวสิริธร อนุพันธ์

นิสิตระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

เบอร์โทรศัพท์ 086-2136781

E-mail: 63010987007@msu.ac.th

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ 1) ชาย

☐ 2) หญิง

2. อาชีพ

☐ 1) ข้าราชการ

☐ 2) พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ 3) พนักงานบริษัทเอกชน

☐ 4) ธุรกิจส่วนตัว

☐ 5) เกษียณอายุ

☐ 6) อื่น ๆ โปรดระบุ

3. ระดับการศึกษา

☐ 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ 2) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

☐ 3) สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้ต่อเดือน

☐ 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท

☐ 2) 10,000 – 20,000 บาท

☐ 3) 20,001 – 30,000 บาท

☐ 4) 30,001 – 40,000 บาทขึ้นไป



ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน

- ☐ 1) น้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน ☐ 2) 5-10 ครั้งต่อเดือน
☐ 3) 11-20 ครั้งต่อเดือน ☐ 4) มากกว่า 20 ครั้งต่อเดือน

2. ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกถึงปัจจุบัน

- ☐ 1) น้อยกว่า 1 ปี ☐ 2) 1-2 ปี
☐ 3) มากกว่า 2 ปี

3. ช่วงเวลาการทำธุรกรรมบนอินเทอร์เน็ตแบบคึกที่ท่านนิยมใช้งาน

- ☐ 1) ในเวลาทำการของธนาคาร ☐ 2) นอกเวลาทำการของธนาคาร
☐ 3) ทุกเวลาที่ต้องการใช้

4. ลักษณะการทำธุรกรรมที่ใช้บริการบนอินเทอร์เน็ตแบบคึก

- ☐ 1) เชื้อยอดเงิน ☐ 2) โอนเงิน
☐ 3) ชำระค่าสินค้าและบริการ ☐ 4) จ่ายค่าสาธารณูปโภค





แบบประเมินความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม
(Index of Item-Objective Congruence : IOC)

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้กลุ่มผู้สูงอายุใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงคิงในภาคอีสาน
ผู้วิจัย	นางสาวสิริธร อนุพันธ์
กรรมการควบคุม	อ.ดร.พงศธร ตันตระกูลบัณฑิตย์
ปริญญา	มหาบัณฑิต สาขาวิชา บริหารธุรกิจนวัตกรรมการและดิจิทัล
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คำชี้แจง : แบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ใช้สำหรับประเมินความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อข้อคำถามในแบบสอบถามว่ามีความเหมาะสมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัยเพียงใด โดยได้กำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความเที่ยงตรง ดังนี้

- +1 = ข้อคำถามมีความเหมาะสม
- 0 = ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่
- 1 = ข้อคำถามไม่มีความเหมาะสม





โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องความคิดเห็นของท่านว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง

ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับ การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง	ระดับความคิดเห็น		
	เหมาะสม (+1)	ไม่แน่ใจ (0)	ไม่เหมาะสม (-1)
1. การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง			
1.1 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง สามารถใช้ได้ทุกที่ ทุกเวลา			
1.2 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง ช่วยลดค่าใช้จ่ายใน การเดินทาง			
1.3 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง ช่วยลดความเสี่ยง จากการพกพาเงินสด			
1.4 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง สามารถตรวจสอบ ข้อมูลธุรกรรมทางการเงินย้อนหลังได้ง่าย			
1.5 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง ทำให้ท่านได้รับ ความสะดวกในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น			
2. การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง			
2.1 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงเป็นเรื่องสามารถ เรียนรู้ และทำความเข้าใจได้			
2.2 เมนูการใช้งานของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงมีรูปแบบที่ เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน			
2.3 การชำระเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง สามารถเข้าถึงขั้นตอนได้ง่าย			
2.4 ท่านสามารถศึกษาขั้นตอนการใช้งานอินเทอร์เน็ต แบงก์กิงได้ด้วยตนเอง			
2.5 ท่านสามารถใช้ใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง โดยไม่ ต้องใช้ความพยายามมากนัก			

3. ทศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง			
3.1 ท่านคิดว่าอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงมีความสำคัญในการใช้ชีวิตประจำวันของท่าน			
3.2 ท่านคิดอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงเป็นศูนย์รวมการทำธุรกรรมทางการเงิน			
3.3 ท่านมีความสนใจและพร้อมเรียนรู้การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง			
3.4 ท่านคิดว่าการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง ทำให้ท่านรับรู้ข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและทันทั่วทั้งที่			
3.5 ท่านคิดว่าการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงเป็นสิ่งที่ทันสมัย			
4. การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง			
4.1 ท่านตั้งใจจะใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงต่อไป			
4.2 ท่านพึงพอใจในประสิทธิภาพของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง			
4.3 ท่านยินดีที่จะแนะนำให้คนรู้จักใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง			
4.4 ท่านจะใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิงในการทำธุรกรรมทางการเงินทุกครั้ง			
4.5 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวันของท่าน			



ตอนที่ 4 เกี่ยวกับการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก

การตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก	ระดับความคิดเห็น		
	เหมาะสม (+1)	ไม่แน่ใจ (0)	ไม่เหมาะสม (-1)
1. ท่านมีความพึงพอใจกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก			
2. ท่านรู้สึกว่าคุณตัดสินใจไม่ดีที่เลือกใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก			
3. ท่านคิดว่าคำแนะนำเพื่อนของท่านให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบคึกนี้			
4. ท่านคิดที่จะใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกบ่อยขึ้น			
5. ท่านมั่นใจที่จะใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึกนี้ต่อไป			

ตอนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบคึก

.....

.....

.....



ภาคผนวก ค
ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ



แบบประเมินความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม
(Index of Item-Objective Congruence : IOC)

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้กลุ่มผู้สูงอายุใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบพกพาในภาคอีสาน
ผู้วิจัย	นางสาวสิริธร อนุพันธ์
ปริญญา	มหาบัณฑิต สาขาวิชา บริหารธุรกิจนวัตกรรมและดิจิทัล
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คำชี้แจง : แบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ใช้สำหรับประเมินความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อข้อคำถามในแบบสอบถามว่ามีความเหมาะสมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวความคิดในการวิจัยเพียงใด โดยได้กำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความเที่ยงตรง ดังนี้

- +1 = ข้อคำถามมีความเหมาะสม
- 0 = ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่
- 1 = ข้อคำถามไม่มีความเหมาะสม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องความคิดเห็นของท่านว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมเพียงใด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง

ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนต่อการยอมรับ การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง	ระดับความคิดเห็น		
	เหมาะสม (+1)	ไม่แน่ใจ (0)	ไม่เหมาะสม (-1)
1. การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง			
1.1 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง สามารถใช้ได้ทุกที่ ทุกเวลา	✓		
1.2 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง ช่วยลดค่าใช้จ่ายใน การเดินทางไปธนาคาร ตู้เอทีเอ็ม หรือเคาน์เตอร์ เซอร์วิส	✓		
1.3 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง ช่วยลดความเสี่ยง จากการพกพาเงินสด	✓		
1.4 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง สามารถตรวจสอบ ข้อมูลธุรกรรมทางการเงินย้อนหลังได้ง่าย	✓		
1.5 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง ทำให้ท่านได้รับ ความสะดวกมากยิ่งขึ้น - ผู้ตอบ ว่าง ๆ		✓	
2. การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง			
2.1 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิงเป็นเรื่องสามารถ เรียนรู้ และทำความเข้าใจได้	✓		
2.2 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง สามารถใช้งานได้ อย่างต่อเนื่อง		✓	
2.3 การชำระเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตแบงก์กิง สามารถเข้าถึงขั้นตอนได้ง่าย	✓		
2.4 ท่านสามารถศึกษาขั้นตอนการใช้งานอินเทอร์เน็ต แบงก์กิงได้ด้วยตนเอง	✓		

เป็นทางว่าง
ในกรณีว่าง ๆ

ปริญญ์สิทธิ์

มธบ. จก. ๖๓

อ่าน
Recommend

2.5 ท่านสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบพกพา โดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก	/		
3. ทศนคติต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบพกพา			
3.1 ท่านคิดว่าการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบพกพา มีความปลอดภัยน่าเชื่อถือ			
3.2 ท่านคิดว่าการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบพกพา มีค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมที่เหมาะสม			
3.3 ท่านคิดว่าการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบพกพา มีขั้นตอนการสมัครใช้บริการที่ง่ายและไม่ยุ่งยาก			
3.4 ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบพกพา ท่านคิดว่าการแจ้งเตือนทุกครั้งที่มีการทำรายการในบัญชีของท่านเป็นสิ่งที่ดี			
3.5 ท่านสามารถติดต่อกับคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารได้ทันทีเมื่อเกิดปัญหาในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบพกพา			
4. การยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบพกพา			
4.1 ท่านตั้งใจจะใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบพกพาต่อไป	/		
4.2 ท่านพึงพอใจในประสิทธิภาพของอินเทอร์เน็ตแบบพกพา	/		
4.3 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบพกพา ทำให้การทำธุรกรรมการเงินของท่านสะดวก และประหยัดเวลามากขึ้น			/
4.4 ท่านมีความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของงานระบบอินเทอร์เน็ตแบบพกพา			/
4.5 การใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบพกพา เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวันของท่าน	/		

ฉบับ ๑๐. 1.1 , 1.2

ฉบับ 3. 1

ตอนที่ 4 เกี่ยวกับการตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบสังคม

การตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบสังคม	ระดับความคิดเห็น		
	เหมาะสม (+1)	ไม่แน่ใจ (0)	ไม่เหมาะสม (-1)
1. ท่านมีความพึงพอใจกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบสังคม	/		
2. ท่านรู้สึกว่าคุณตัดสินใจไม่ดีที่เลือกใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบสังคมนี้ <i>ฉันก็ไม่แน่ใจกับ อินเทอร์เน็ต 10 ปีแล้ว</i>		/	
3. ท่านคิดว่าคำแนะนำเพื่อนของท่านให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบสังคมนี้			
4. ท่านคิดที่จะใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบสังคมบ่อยขึ้น		/	
5. ท่านตั้งใจที่จะใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบสังคมนี้ต่อไป	/		

ตอนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบบสังคม

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นางสาวสิริธร อนุพันธ์
วันเกิด 24 ธันวาคม 2540
สถานที่เกิด มหาสารคาม
สถานที่อยู่ปัจจุบัน 3 หมู่ 18 ต.หัวเรือ อ.วาปีปทุม จ.มหาสารคาม 44120
ประวัติการศึกษา ปี 2563 ปริญญาตรี คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ปี 2567 ปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล คณะการบัญชี
และการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

