



ทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินในยุค 4.0 Attitudes toward the Obstacles to Decide to Access Online Financial Transactions of Financial Institutions in the 4.0 Era

เบญญาภา กันทะวงศ์วาร
Benyapa Kantawongwan

สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ 50300
Department of Business Administration, Faculty of Business Administration and Liberal Arts,
Rajamangala University of Technology Lanna (Chiang Mai) 50300
Corresponding author, e-mail: benymeaw@hotmail.com
(Received: Nov 25, 2022; Revised: Oct 17, 2023; Accepted: Nov 6, 2023)

บทคัดย่อ

การทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง ขณะที่ประชากรไทยอีกจำนวนหนึ่งตัดสินใจไม่ทำธุรกรรมการเงินในรูปแบบดังกล่าว บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงิน และเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินในรูปแบบดังกล่าวของตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน โดยตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้ที่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่และตัดสินใจไม่ทำธุรกรรมการเงินในรูปแบบออนไลน์ 400 ราย ที่ถูกเลือกด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน ผลจากการศึกษาพบว่า ในภาพรวมตัวอย่างมีทัศนคติว่าบริบททางสังคมและวัฒนธรรมเป็นสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินในระดับปานกลาง ขณะที่ตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติต่อสิ่งกีดขวางแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมปลาย เป็นแม่บ้าน/พ่อบ้าน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินในรูปแบบออนไลน์แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ บางกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งจำเป็นต้องเพิ่มเติมความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ให้กับกลุ่มนี้เพื่อให้หันมาตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินในรูปแบบออนไลน์มากขึ้น

คำสำคัญ : สิ่งกีดขวางการตัดสินใจ การเข้าถึงธุรกรรมการเงิน สื่อออนไลน์ยุค 4.0

Abstract

The utilization of online financial transactions offered by financial institutions has been steadily increasing, but there are still some Thai citizens who prefer not to use this method. This article aims to examine perceptions toward barriers that influence decision-making to access online financial transactions offered by financial institutions and compare attitudes towards these barriers between different demographic groups. The research involved a sample of 400 individuals residing in Chiang Mai province who had chosen not to engage in online financial transactions. These participants were selected through a random sampling procedure, and data collection was conducted using a structured questionnaire. The data was subsequently analyzed employing descriptive statistical methods and hypothesis testing with variance analysis. The finding indicates that, overall, the sample exhibited a moderate attitude toward social and cultural contexts as barriers to accessing online financial transactions. However, when examining various demographic characteristics, noteworthy differences in attitude levels were observed at the 0.05 significance level. In particular, the subgroup under examination comprised individuals aged over 50, with educational qualifications falling below the high school level, typically serving as homemakers,

and having an average monthly income not exceeding 10,000 baht. This subgroup exhibited a statistically significant difference in their average level of attitude towards the obstacles to accessing online financial transactions when compared with some other sample groups. This variance reached significance at the 0.05 level. From these findings, it is necessary to enhance the knowledge and understanding of online financial transactions among this group to facilitate their decision-making process.

Keywords: Obstacles to decision-making, Accessibility to financial transaction, Online media in the 4.0 Era

บทนำ

ปัจจุบันเป็นยุค 4.0 ซึ่งเป็นยุคที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ของโลกไปอย่างรวดเร็ว มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ขับเคลื่อนประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้ามากขึ้น การเปลี่ยนแปลงนี้ก่อให้เกิดผลกระทบรอบด้านต่อหลากหลายอาชีพ ทำให้หลายกิจการพบโอกาสในการเติบโตอย่างก้าวกระโดด เนื่องจากอาศัยเทคโนโลยีที่ลดขั้นตอนการดำเนินงาน เพิ่มศักยภาพในการประกอบอาชีพหรือธุรกิจ เช่น ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ธุรกิจบริการสุขภาพ เป็นต้น ขณะเดียวกันมีหลายกิจการที่ต้องปิดตัวลงเนื่องจากปรับตัวไม่ทันการเปลี่ยนแปลงของโลกที่หมุนไปอย่างรวดเร็ว เช่น ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และวารสาร ธุรกิจโทรศัพท์พื้นฐาน เป็นต้น ในส่วนของสถาบันการเงินก็ได้มีการพัฒนามาสู่การทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ตามแผนพัฒนาระบบสถาบันการเงิน ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2559-2563) ของธนาคารแห่งประเทศไทยที่ส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในกิจกรรมทางเศรษฐกิจเพื่อให้ประเทศไทยเข้าสู่ยุค Thailand 4.0 มีการเปลี่ยนจากการใช้เงินกระดาษไปสู่งานอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นจนสามารถเข้าสู่ยุคสังคมไร้เงินสด (Cashless society) ได้ในอนาคต

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ให้นิยามของธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ไว้ว่า เป็นการทำธุรกรรมต่าง ๆ เช่น การฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน หรือสอบถามยอดเงิน กับสถาบันการเงินโดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตาม การทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ดังกล่าวอาจถูกเรียกด้วยชื่อภาษาอังกฤษที่แตกต่างกันตามแพลตฟอร์มของอุปกรณ์ที่ใช้ทำงาน คือ Internet banking ที่เป็นการทำธุรกรรมการเงินผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ประจำที่ เช่น คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (Desktop) หรือคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop) ขณะที่ Mobile banking เป็นการทำธุรกรรมการเงินผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เคลื่อนที่ที่สามารถนำติดตัวไปใช้งานในสถานที่ต่างๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันการให้บริการของ Internet banking/Mobile banking ได้ขยายขอบเขตมากขึ้นเพื่อครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งจำนวนผู้ใช้บริการยังเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในทุก ๆ ด้าน ทั้งจำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ ปริมาณรายการ และมูลค่ารายการ โดยพบว่าในช่วงปี 2556-2558 มีการเพิ่มจำนวนบัญชีสะสมของผู้ใช้ Mobile banking อย่างก้าวกระโดดจาก 1.16 ล้านบัญชี เป็น 6.29 และ 13.91 ล้านบัญชี ตามลำดับ หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 435 และ 123 ตามลำดับ ในส่วนของ Internet banking ก็มีจำนวนบัญชีสะสมเพิ่มขึ้นจาก 8.03 ล้านบัญชี เป็น 10.16 และ 11.90 ล้านบัญชี ตามลำดับ ด้านปริมาณการทำธุรกรรมการเงินผ่าน Mobile banking ก็เพิ่มขึ้นจาก 57 ล้านรายการ ในปี 2556 เป็น 585 ล้านรายการ ในปี 2559 ขณะที่การทำธุรกรรมการเงินผ่าน Internet banking เพิ่มขึ้นจาก 162 ล้านรายการ ในปี 2556 เป็น 240 ล้านรายการ ในปี 2559 (Bank of Thailand, 2018)

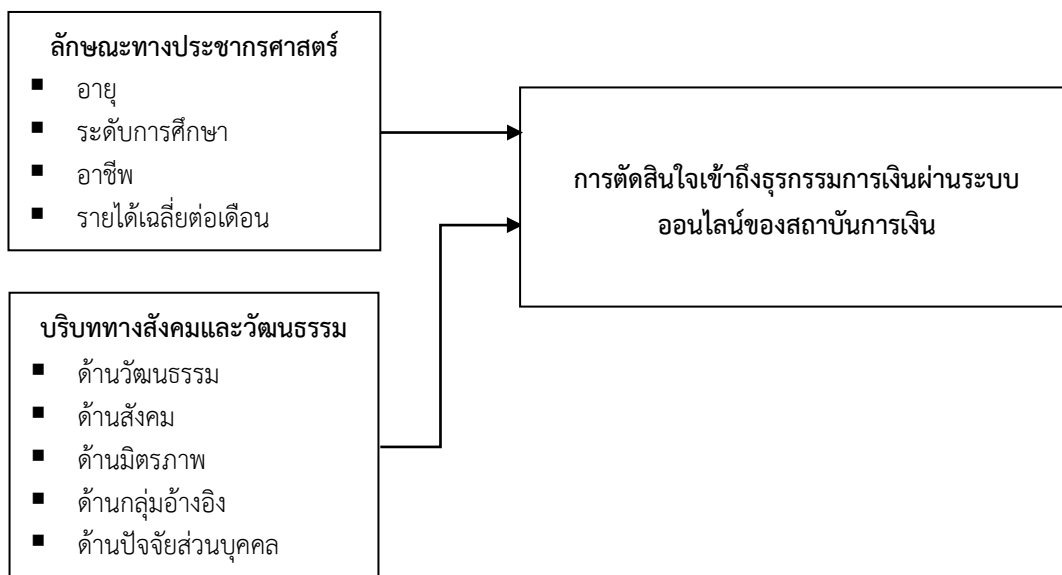
อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์จะมีความสะดวกสบาย รวดเร็ว แต่ยังมีประชาชนจำนวนหนึ่งที่ยังไม่ทำธุรกรรมการเงินผ่านช่องทางออนไลน์ เนื่องจากเหตุผลหลักคือ ไม่เชื่อมั่นในระบบการรักษาความปลอดภัยของสถาบันการเงิน กลัวเกิดการโจรกรรมข้อมูลได้ง่าย และกลัวไม่มีหลักฐานยืนยันในการทำรายการ (Udomvechsakul, 2014) รวมถึงปัจจัยด้านบริบททางสังคมและวัฒนธรรม เช่น ค่านิยม ประเพณี ครอบครัวหรือบุคคลใกล้ชิด ที่อาจเป็นอุปสรรคหรือสิ่งกีดขวางที่ทำให้บุคคลตัดสินใจไม่ทำธุรกรรมการเงินในรูปแบบออนไลน์ ส่งผลให้การพัฒนาประเทศไทยเพื่อเข้าสู่สังคมไร้เงินสดอาจต้องใช้เวลามากขึ้น ดังนั้นบทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาถึงทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงิน โดยสารสนเทศที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์สำหรับสถาบันการเงินต่าง ๆ ในการนำไปใช้ประกอบการวางกลยุทธ์การสื่อสารและการต้นเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ นอกจากนี้ ยังอาจเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมหรือสนับสนุนให้มีการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินเพื่อลดการใช้เงินสดตามนโยบายที่วางไว้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ประเมินทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงิน
2. เปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Kotler, 1997) และสารสนเทศที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่พบว่า การตัดสินใจของบุคคลอยู่ภายใต้บริบททางสังคมและวัฒนธรรม (Socio-cultural context) (Parinyavuttichai, 2017) ที่ประกอบด้วยวัฒนธรรม (Culture) สังคม (Society) มิตรภาพ (Companionship) กลุ่มอ้างอิง (Reference group) และปัจจัยส่วนบุคคล มาใช้ศึกษาเพื่อตอบคำถามวิจัยที่ว่า บุคคลมีทัศนคติต่อปัจจัยที่เป็นสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินอย่างไร และลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของบุคคลมีผลต่อทัศนคติดังกล่าวอย่างไร ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่และตัดสินใจไม่ทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงิน และมีอายุ 15 ปีขึ้นไป เนื่องจากสามารถเป็นเจ้าของบัญชีเงินฝากโดยไม่ต้องมีบิดา/มารดาให้ความยินยอม (Kasikornbank, 2021) ทั้งนี้ด้วยการไม่ทราบจำนวนประชากร จึงเลือกสูตรของ W.G. Cochran (Cochran, 1953) ในการคำนวณขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมจำนวน 400 ราย และใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยมีคำถามคัดกรอง 2 ข้อ คือ 1) ผู้ตอบแบบสอบถามต้องมีอายุ 15 ปีขึ้นไป และ 2) ผู้ตอบแบบสอบถามต้องไม่เคยทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงิน ซึ่งตัวอย่างต้องเป็นผู้ที่ตอบ “ใช่” ในคำถามคัดกรองทั้งสองข้อ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งชุดคำถามออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นชุดคำถามที่สอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินที่มีมาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ที่แบ่งเกณฑ์การให้คะแนนออกเป็น 5 ระดับเรียงจาก 1 คือ น้อยที่สุด ไปยัง 5 คือ มากที่สุด

แบบสอบถามที่พัฒนาได้ผ่านการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ ด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิด้านเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ ซึ่งพบว่า มีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 0.76 และมีการนำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ไปทดสอบ (Pilot test) กับตัวอย่างที่มีลักษณะเดียวกับประชากร เพื่อนำมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาร์ค (Cronbach's alpha coefficient) พบว่า มีระดับค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.96 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีคุณภาพน่าเชื่อถือ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive analytical statistic) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ส่วนทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินของผู้ตอบแบบสอบถามถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ก่อนนำมาแปลผล โดยหาความกว้างของอันตรภาคชั้นตามเกณฑ์ของเบสท์ (Best, 1977) ซึ่งมีค่าในช่วงเท่ากับ 0.8 จึงสามารถแบ่งช่วงคะแนนเพื่อการแปลผลได้ดังนี้

ช่วงคะแนน 4.21-5.00	หมายถึง มีอิทธิพลในระดับมากที่สุด
ช่วงคะแนน 3.41-4.20	หมายถึง มีอิทธิพลในระดับมาก
ช่วงคะแนน 2.61-3.40	หมายถึง มีอิทธิพลในระดับปานกลาง
ช่วงคะแนน 1.81-2.60	หมายถึง มีอิทธิพลในระดับน้อย
ช่วงคะแนน 1.00-1.80	หมายถึง มีอิทธิพลในระดับน้อยที่สุด

นอกจากนี้ ในการศึกษาได้ประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way analysis of variance: One-way ANOVA) ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน หากพบว่า ค่าเฉลี่ยดังกล่าวแตกต่างกันตามลักษณะประชากรศาสตร์ จะประยุกต์ใช้การทดสอบรายคู่ (Multiple comparison /Post Hoc test) ค้นหาที่แตกต่างกัน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\alpha = 0.05$)

สำหรับการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว มีผลการตรวจสอบพอสังเขปดังนี้

1) การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับความเป็นอิสระระหว่างกันของตัวอย่าง (Independency of sample test) ด้วยวิธี Runs test ของตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ตัวแปรทั้งหมดมีค่า $p\text{-value} > 0.05$ จึงยอมรับสมมติฐานหลักของการสุ่ม และสรุปได้ว่า ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีความเป็นอิสระระหว่างกัน อย่างไรก็ตาม ตัวอย่างที่ใช้ครั้งนี้ไม่ใช่ตัวแทนประชากรอย่างแท้จริง และไม่ควรรีใช้อ้างอิงถึงประชากรทั้งหมด แต่ด้วยการมีคุณลักษณะส่วนบุคคลที่สำคัญอย่างสุ่ม ที่แสดงให้เห็นว่า ตัวอย่างมีความเป็นอิสระระหว่างกัน จึงสามารถประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวในการทดสอบสมมติฐานตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้

2) การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับการแจกแจงแบบเป็นโค้งปกติของตัวอย่าง (Sample normal distribution) ด้วย Kolmogorov-Smirnov test of normality พบว่า ตัวแปรทั้งหมดมีค่า $p\text{-value} < 0.05$ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ว่า ข้อมูลของตัวอย่างมีลักษณะการแจกแจงแบบเป็นโค้งปกติ ซึ่งทำให้มีโอกาสที่จะเกิดความคลาดเคลื่อนประเภทที่ 1 (Type I Error) จนอาจทำให้ค่าความเชื่อมั่นของอำนาจการทดสอบต่ำ อย่างไรก็ตาม ถ้ามีจำนวนตัวอย่างที่มากเพียงพอ ($n > 200$) จะได้รับการยกเว้นว่าไม่ต้องพิจารณาการแจกแจงความเป็นโค้งปกติของตัวอย่าง (Kosolkittiamporn, 2020) ตาม Central limit theorem ซึ่งในการศึกษานี้ตัวจำนวนตัวอย่างมากถึง 400 ตัวอย่าง

3) การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับ Homogeneity between sample groups ด้วย Levene's test หากพบว่าการละเมิดข้อตกลงดังกล่าว จะประยุกต์ใช้ Welch test และ Brown-Forsythe test แทน F-test

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกว่าร้อยละ 30.30 มีอายุ 50 ปี ขึ้นไป มีระดับการศึกษาสูงสุด

ต่ำกว่ามัธยมปลายร้อยละ 37.50 และประกอบอาชีพรับจ้าง/ค้าขายร้อยละ 34.80 โดยร้อยละ 40.50 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประมาณไม่เกิน 10,000 บาท

2. ทักษะที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงิน

ผลการประเมินทักษะของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินที่แสดงในตารางที่ 1 พบว่า ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติต่อปัจจัยที่เป็นสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.856$, S.D. = 0.864) และเมื่อพิจารณาปัจจัยในรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมมีอิทธิพลในการกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินมากที่สุด และมีระดับทัศนคติต่อปัจจัยดังกล่าวในระดับมาก ($\bar{X} = 3.445$, S.D. = 1.134) สำหรับปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มอ้างอิง และสังคม เป็นสามปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติว่า ปัจจัยทั้งสามด้านดังกล่าวมีอิทธิพลในการกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยด้านมิตรภาพ เป็นด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติว่า เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินน้อยที่สุด และมีระดับทัศนคติต่อปัจจัยดังกล่าวในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.575$, S.D. = 1.051)

ตารางที่ 1 ทักษะที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินของผู้ตอบแบบสอบถาม

สิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับทัศนคติ
1. ด้านวัฒนธรรม	3.445	1.134	มาก
2. ด้านปัจจัยส่วนบุคคล	2.903	0.996	ปานกลาง
3. ด้านกลุ่มอ้างอิง	2.895	1.052	ปานกลาง
4. ด้านสังคม	2.725	1.027	ปานกลาง
5. ด้านมิตรภาพ	2.575	1.051	น้อย
รวม	2.856	0.864	ปานกลาง

3. การเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงิน ที่จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถแสดงผลการศึกษาได้ดังตารางที่ 2-5

ผลการทดสอบความแตกต่างตามช่วงอายุที่แสดงในตารางที่ 2 พบว่า ค่า *p-value* ของ Levene's test มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด ($\alpha = 0.05$) แสดงว่า ระดับทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละช่วงอายุมีความแปรปรวนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นจึงเลือกใช้ค่าสถิติทดสอบ Welch และ Brown Forsythe ในการทดสอบค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติดังกล่าว โดยค่า *p-value* ของสถิติทดสอบทั้งสองมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด ($\alpha = 0.05$) แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละช่วงอายุมีค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติที่มีต่อปัจจัยที่เป็นสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (มีอย่างน้อย 1 คู่ ที่มีค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติแตกต่างกัน) และเมื่อพิจารณาผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's C ที่เป็น Post-Hoc tests พบว่า คู่ของตัวอย่างที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี กับตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ขึ้นไป และคู่ของตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 21-30 ปี กับตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการทดสอบดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากมีทัศนคติว่า สิ่งกีดขวางมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินสูงกว่าผู้ที่มีอายุน้อย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ที่มีอายุมากมักตระหนักถึงบริบททางสังคมและวัฒนธรรมค่อนข้างมากเมื่อต้องตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ เช่น ความปลอดภัยของการทำธุรกรรม พฤติกรรมและประสบการณ์ของคนใกล้ชิด เป็นต้น ดังนั้นหากเชื่อว่าการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ไม่มีความปลอดภัย หรือได้รับข่าวสารที่ไม่ดีเกี่ยวกับการทำธุรกรรมการเงินในลักษณะดังกล่าวจากคนใกล้ชิด ก็อาจทำให้ตัดสินใจไม่ใช้บริการได้

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ช่วงอายุ	จำนวนตัวอย่าง	ค่าเฉลี่ย ($\pm$ SD)	คู่ที่แตกต่าง ^a	สถิติทดสอบ
1. ไม่เกิน 20 ปี	18	2.206 $\pm$ 0.729	1-5	Welch = 8.73 df = 4, 61.05, <i>p-value</i> = 0.00
2. อายุ 21-30 ปี	121	2.667 $\pm$ 1.012	2-5	
3. อายุ 31-40 ปี	18	2.560 $\pm$ 0.884	-	Brown-Forsythe = 7.85 df = 4, 131.55, <i>p-value</i> = 0.00
4. อายุ 41-50 ปี	46	2.828 $\pm$ 0.811	-	
5. อายุ 50 ปีขึ้นไป	197	3.064 $\pm$ 0.718	5-1, 5-2	

หมายเหตุ : ค่า Levene statistic = 9.70 (df = 4, 395, *p-value* = 0.00), SD = standard deviation (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และ ^a ทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's C

ตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างของทัศนคติตามระดับการศึกษาสูงสุดพบว่า ค่า *p-value* ของ Levene's test มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด ($\alpha = 0.05$) แสดงว่า ระดับทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละระดับการศึกษามีความแปรปรวนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ขณะที่ค่า *p-value* ของ Welch และ Brown Forsythe มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด ($\alpha = 0.05$) เช่นกัน หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละระดับการศึกษามีค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (เมื่ออย่างน้อย 1 คู่ที่มีค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติแตกต่างกัน) และเมื่อพิจารณาผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's C พบว่า ตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมปลายมีค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติแตกต่างจากตัวอย่างกลุ่มอื่น ๆ กล่าวคือ ตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมปลายมีค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินสูงสุด และแตกต่างจากตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมปลาย/ปวช. และปริญญาตรี แสดงให้เห็นว่า ตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมปลายมีค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติต่อสิ่งกีดขวางดังกล่าวสูงกว่าตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่มัธยมปลายขึ้นไปมีทัศนคติว่าปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม หรือคนใกล้ชิด มีอิทธิพลกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินในระดับปานกลาง ขณะที่ตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมปลายกลับมีทัศนคติว่าชุดปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ในระดับมาก

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินตามระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	จำนวนตัวอย่าง	ค่าเฉลี่ย ($\pm$ SD)	คู่ที่แตกต่าง ^a	สถิติทดสอบ
1. ต่ำกว่ามัธยมปลาย	150	3.117 $\pm$ 0.700	1-2, 1-4	Welch = 7.13 df = 4, 56.13, <i>p-value</i> = 0.00
2. มัธยมปลาย/ปวช.	78	2.800 $\pm$ 0.814	2-1	
3. ปวส./อนุปริญญา	28	2.903 $\pm$ 0.794	-	Brown-Forsythe = 7.02 df = 4, 96.31, <i>p-value</i> = 0.00
4. ปริญญาตรี	133	2.623 $\pm$ 0.985	4-1	
5. สูงกว่าปริญญาตรี	11	2.370 $\pm$ 0.915	-	

หมายเหตุ : ค่า Levene statistic = 6.89 (df = 4, 395, *p-value* = 0.00), SD = standard deviation (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และ ^a ทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's C

ส่วนผลการทดสอบความแตกต่างของทัศนคติตามอาชีพที่แสดงในตารางที่ 4 พบว่า ค่า *p-value* ของ Levene's test มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด ($\alpha = 0.05$) แสดงว่าระดับทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละอาชีพมีความแปรปรวนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ขณะที่ค่า *p-value* ของ Welch และ Brown Forsythe มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด ($\alpha = 0.05$) เช่นเดียวกัน แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละอาชีพมีค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (เมื่ออย่างน้อย 1 คู่ที่มีค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติแตกต่างกัน) และจาก Post-Hoc tests ด้วยวิธี Dunnett's C พบว่า ตัวอย่างที่ประกอบอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน และรับจ้าง/ค้าขายเป็นสองกลุ่มอาชีพที่มีค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึง

ธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่า แม่บ้าน/พ่อบ้าน และผู้ประกอบการอาชีพรับจ้าง/ค้าขายมักเกี่ยวข้องกับการธุรกรรมการเงินในรูปแบบออนไลน์ของสถาบันการเงิน น้อยกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ อย่างเช่น การไม่ได้รับค่าจ้าง การไม่ได้จ่ายเงินเดือนผ่านระบบออนไลน์ อีกทั้งคนใกล้ชิดอาจไม่มีใคร เคยทำธุรกรรมการเงินในรูปแบบออนไลน์ ดังนั้นบริบททางสังคม และกลุ่มอ้างอิงจึงมีอิทธิพลค่อนข้างมากในการกีดขวาง การตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ ของสถาบันการเงินตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพ	จำนวนตัวอย่าง	ค่าเฉลี่ย ($\pm$ SD)	คู่ที่แตกต่าง ^a	สถิติทดสอบ
1. นักเรียน/นักศึกษา	85	2.610 $\pm$ 1.050	1-5, 1-6	Welch = 4.87 df = 6, 103.71, <i>p-value</i> = 0.00 Brown-Forsythe = 4.72 df = 6, 206.51, <i>p-value</i> = 0.00
2. พนักงานบริษัทเอกชน	31	2.590 $\pm$ 0.747	2-6	
3. ธุรกิจส่วนตัว	49	2.566 $\pm$ 0.877	3-5, 3-6	
4. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	24	2.944 $\pm$ 0.791	-	
5. รับจ้าง/ค้าขาย	139	3.050 $\pm$ 0.745	5-1, 5-3	
6. แม่บ้าน/พ่อบ้าน	51	3.110 $\pm$ 0.639	6-1, 6-2, 6-3	
7. อื่น ๆ	21	2.915 $\pm$ 0.993	-	

หมายเหตุ : ค่า Levene statistic = 5.03 (df = 6, 393, *p-value* = 0.00), SD = standard deviation (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และ ^a ทดสอบ ความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's C

สำหรับผลการทดสอบความแตกต่างในตารางที่ 5 พบว่า ค่า *p-value* ของ Levene's test มีค่ามากกว่าระดับ นัยสำคัญที่กำหนด (α = 0.05) แสดงว่าค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบ ออนไลน์ของสถาบันการเงินของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละระดับรายได้มีความแปรปรวนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นจึงเลือกใช้ค่าสถิติทดสอบ F ในการทดสอบค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติดังกล่าว โดยค่า *p-value* ของ F-test มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (α = 0.05) แสดงว่า ค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจ เข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละระดับรายได้มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (มีอย่างน้อย 1 คู่ที่มีค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติแตกต่างกัน) และเมื่อพิจารณาผลการทดสอบ ความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า ตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 บาท ขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติที่มี ต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินต่ำที่สุด และแตกต่างจากตัวอย่างที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วงไม่เกิน 20,000 บาท และ 30,000-40,000 บาท ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่า ตัวอย่างที่มีรายได้สูงส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงที่ซึ่งมักทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินที่มีความสะดวกมากกว่า ขณะที่ตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ที่ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรม การเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินสูงที่สุด มักมีโอกาสในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์น้อยกว่าเงินสด เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่การศึกษาต่ำ และประกอบอาชีพรับจ้าง/ค้าขาย หรือเป็นแม่บ้าน/พ่อบ้าน

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ ของสถาบันการเงินตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับรายได้	จำนวนตัวอย่าง	ค่าเฉลี่ย ($\pm$ SD)	คู่ที่แตกต่าง ^a	สถิติทดสอบ
1. ไม่เกิน 10,000 บาท	162	2.977 $\pm$ 0.885	1-3, 1-6	F = 3.24 df = 5, 394, <i>p-value</i> = 0.01
2. 10,001-20,000 บาท	157	2.871 $\pm$ 0.811	2-6	
3. 20,001-30,000 บาท	40	2.579 $\pm$ 0.867	3-1	
4. 30,001-40,000 บาท	10	2.907 $\pm$ 0.514	4-6	
5. 40,001-50,000 บาท	18	2.698 $\pm$ 0.850	-	
6. 50,000 บาทขึ้นไป	13	2.187 $\pm$ 1.042	6-1, 6-2, 6-4	

หมายเหตุ : ค่า Levene statistic = 1.12 (df = 5, 394, *p-value* = 0.35), SD = standard deviation (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และ ^a ทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่ตัดสินใจไม่เข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงิน ถูกกีดขวางด้วยปัจจัยบริบททางสังคมและวัฒนธรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น (ก) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ หรือค่านิยมที่ว่า การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางออนไลน์มีความไม่ปลอดภัยและยุ่งยาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Tunsuparp (2020) ที่สรุปว่า พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตขึ้นอยู่กับความคุ้นเคยกับอินเทอร์เน็ต รวมถึงค่านิยมของบุคคลใกล้ชิดที่มีต่ออินเทอร์เน็ต (ข) ปัจจัยส่วนบุคคล ที่ประกอบไปด้วยอายุ เพศ ความจำเป็น ความเชื่อ และแรงจูงใจ ที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจ เนื่องจากการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์เป็นสิ่งใหม่ ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีทัศนคติและความเชื่อในการทำธุรกรรมการเงินผ่านช่องทางออนไลน์แตกต่างกัน และความเชื่อบางอย่างอาจส่งผลให้บุคคลตัดสินใจไม่เข้าถึงธุรกรรมการเงินออนไลน์ เช่น เชื่อว่าตนเองมีอายุมากไม่สามารถเรียนรู้การทำธุรกรรมการเงินในรูปแบบนี้ได้ ดังเช่นในงานศึกษาของ Nuneam & Jitnomrat (2018) ที่พบว่า ผู้บริโภคที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น อายุ เพศ ที่แตกต่างกัน มีการใช้งานธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชันแตกต่างกัน (ค) ปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิงที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมรอบตัว เช่น การได้รับข่าวสารต่างๆ โดยเฉพาะข่าวสารที่มาจากบุคคลที่น่าเชื่อถือ ดังนั้นหากบุคคลไม่เคยได้รับข่าวสารใด ๆ เกี่ยวกับการทำธุรกรรมการเงินออนไลน์จากสถาบันการเงิน ก็อาจตัดสินใจไม่เข้าถึงธุรกรรมดังกล่าวได้ ดังที่ Klomdeang (2017) พบว่า ปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิงมีผลต่อการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (ง) ปัจจัยด้านสังคม คือ กลุ่มบุคคลที่อาศัยอยู่ร่วมกัน โดยเฉพาะครอบครัวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหรือการตัดสินใจของบุคคล ดังนั้นหากไม่มีคนในครอบครัวใช้บริการธุรกรรมการเงินออนไลน์ ก็อาจทำให้บุคคลนั้นไม่สนใจที่จะเข้าถึงธุรกรรมการเงินดังกล่าว เช่นเดียวกับที่ Rotchanakitumnuai (2019) สรุปว่า ปัจจัยด้านสังคม หรืออิทธิพลในสังคม ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว/เพื่อน ต่างก็มีบทบาทสำคัญต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง และ (จ) ปัจจัยด้านมิตรภาพ คือ คนส่วนใหญ่มักจะตอบสนองและมีค่านิยมที่ดีต่อการตัดสินใจในการทำสิ่งต่าง ๆ ที่ครอบครัว/เพื่อนเป็นผู้แนะนำ ดังนั้นหากคนในครอบครัว/คนใกล้ชิดมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการทำธุรกรรมการเงินออนไลน์ จะกีดขวางให้บุคคลนั้นตัดสินใจไม่เข้าถึงธุรกรรมการเงินออนไลน์ได้ ดังเช่นที่ Penglawan & Jariangprasert (2019) ได้สรุปว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีด้านมิตรภาพมีผลต่อการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ ๆ กล่าวคือ ถ้าผู้ใช้รับรู้ว่าคุณค่าในครอบครัว/เพื่อนมีการใช้งานเทคโนโลยีนั้นน้อย ก็มีแนวโน้มที่บุคคลนั้นจะยอมรับเทคโนโลยีนั้น ๆ

สำหรับผลการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินตามลักษณะทางประชากรศาสตร์พบว่า ค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินมีความแตกต่างกันตามลักษณะประชากรศาสตร์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Sukpopet (2015) ที่สรุปว่า บุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการแตกต่างกัน

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินพบว่า ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติว่า ปัจจัยสิ่งกีดขวางที่กำหนดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมมีอิทธิพลในการกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ในระดับมาก ขณะที่ปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มอ้างอิง และสังคม มีอิทธิพลในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยด้านมิตรภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติว่า มีอิทธิพลในระดับน้อย

ผลการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงินตามลักษณะทางประชากรศาสตร์พบว่า ตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา เป็นแม่บ้าน/พ่อบ้าน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติต่อสิ่งกีดขวางการตัดสินใจเข้าถึงธุรกรรมการเงินในรูปแบบออนไลน์แตกต่างจากตัวอย่างอื่น ๆ บางกลุ่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการศึกษาที่ได้ มีข้อเสนอแนะบางประการที่สำคัญคือ สถาบันการเงินควรมีการให้ข้อมูลหรือใช้บุคคลอ้างอิง เช่น การใช้ผู้เชี่ยวชาญหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือด้านการรักษาความปลอดภัยของระบบธุรกรรมการเงินออนไลน์ เป็นต้น เพื่อให้กลุ่มคนที่มีอายุมาก และมีอาชีพที่มีรายได้ไม่สูงมากนัก เช่น แม่บ้านหรือรับจ้าง เป็นต้น เกิดความมั่นใจในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงิน สำหรับการศึกษาในอนาคตในประเด็นเกี่ยวกับสิ่งกีดขวางการตัดสินใจในการเข้าถึงธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ของสถาบันการเงิน อาจพิจารณา



ปัจจัยที่มีอิทธิพลในมิติอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ความรู้หรือความสามารถในการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ คุณภาพของเทคโนโลยี ทักษะการยอมรับความเสี่ยง เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- Bank of Thailand. (2018). *Payment transaction* [Online]. Retrieved March 21, 2022, from: <https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/Pages/StatPaymentTransactions.aspx>. (in Thai)
- Best, J. (1977). *Research in education*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling techniques*. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Kasikornbank. (2021). *Saving account* [Online]. Retrieved April 2, 2022, from: <https://kasikornbank.com/th/personal/Account>. (in Thai)
- Kosolkittiampon, S. (2020). Assumption test of one-way analysis of variance in social science research. *Journal of Yala Rajabhat University*, 15(1), 117-124. (in Thai)
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: analysis, planning, implement* (9th ed.). New Jersey: McGraw-Hill, Inc.
- Nuneam, J. & Jitnomrat, T. (2018). Personal factor that affect the transaction via K-Mobile Banking Plus application of Kasikornbank in Bangkok. *Journal of Graduate Studies*, 7(2), 33-42. (in Thai)
- Parinyavuttichai, N. (2017). The nature of risks from socio-cultural perspectives: A case study of an information systems project in a Thai context. *Journal of Rajanagarindra University*, 14(32), 109-119. (in Thai)
- Penglawan, K. & Jariangprasert, N. (2019). Factors influencing internet banking customers towards commercial bank prompt pay system. *Journal of Business, Economics and Communications*, 14(2), 153-164. (in Thai)
- Rotchanakitumnuai, R. (2019). Mobile banking acceptance for continuing usage of Thai commercial banks. *Journal of Business Administration The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 8(2), 10-21. (in Thai)
- Sukpopet, C. (2015). *Factors affecting the consumer's decision making to choose all star driving range golf complex*. Master's Thesis. Silpakorn University. (in Thai)
- Tunsuparp, S. (2020). Effect of user characteristics and internet using behavior on the adoption of internet banking. *Journal of the Association of Researchers*, 25(3), 350-369. (in Thai)
- Udomvechsakul, S. (2014). *Factor affecting confidence in utilize M-banking application*. Independent studies. Bangkok: Thammasat University. (in Thai)