

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

โลกในปัจจุบันได้พัฒนาเข้าสู่ยุคดิจิทัล อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือที่ทำให้การสื่อสารเป็นรูปแบบไร้พรมแดนทำให้มนุษย์สามารถสื่อสารกันข้ามประเทศด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว และมีต้นทุนที่ต่ำลงอย่างต่อเนื่อง อินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์มากขึ้นในแต่ละวัน ประเทศไทย เป็นประเทศหนึ่งที่จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ข้อมูลจากศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC, 2557) เปิดเผยถึงจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตปี 2552 คนไทยเริ่มนิยมใช้อินเทอร์เน็ตในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้งการค้นคว้าหาข้อมูล การสื่อสารระหว่างกัน รวมถึงการบริโภคสินค้า จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศไทย มีจำนวนการใช้งานที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2556 มีจำนวนผู้ใช้ 10.96 ล้านคน และปี 2557 ยอดผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นเกือบเท่าตัว โดยมีจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต 20.03 ล้านคน ภาคธุรกิจเล็งเห็นถึงช่องทางการค้ารูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมจากผู้บริโภค อีกทั้งเป็นช่องทางการค้าที่มีต้นทุนต่ำกว่าช่องทางการค้าอื่นๆ ทำให้เกิดความสามารถทางการแข่งขันด้านราคา ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) จึงกลายเป็นช่องทางการค้าที่ธุรกิจกำลังพัฒนาเพื่อใช้ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งผู้ซื้อและผู้ขายสามารถส่งข้อมูลคำสั่งซื้อระหว่างกันผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ทุกประเภท เช่น อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ เป็นต้น เพื่อทำการซื้อขายสินค้าระหว่างกัน บทบาทสำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อธุรกิจคือการช่วยลดขั้นตอนและค่าใช้จ่าย ในการสั่งซื้อของผู้ซื้อ การให้บริการหลังการขาย อีกทั้งผู้ให้บริการสามารถนำเสนอรายละเอียด และรายการสินค้า และข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้ซื้อ หรือการพูดคุยแลกเปลี่ยนกันระหว่างผู้ซื้อผู้ขาย ทำให้สามารถบริการลูกค้าได้ตลอดเวลา ทำให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้า และคำติชมอย่างรวดเร็วตลอดทั้งวัน ซึ่งเหนือกว่ารูปแบบช่องทางการค้าอื่นๆ เช่น ร้านค้า หรือจุดจำหน่าย เป็นต้น ที่ไม่สามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจทางการเงินการธนาคารมีการแข่งขันกันมากขึ้น ธนาคารพาณิชย์จำเป็นต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง และพัฒนารูปแบบการบริการให้ทันสมัยเหมาะสมกับยุคแห่งเทคโนโลยี ซึ่งธนาคารพาณิชย์ไทยได้นำเทคโนโลยีมาช่วยในการบริการ อำนวยความสะดวก เพิ่มความรวดเร็ว และสนองต่อความต้องการของลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านธนาคารบนอินเทอร์เน็ตรูปแบบต่างๆ ที่นำมาใช้ส่งเสริมให้ธนาคารสามารถเพิ่มช่องทางการหารายได้ขยายฐานลูกค้า และรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจ และยังเป็นการพัฒนาศักยภาพของธนาคารได้อีกด้วย ทั้งนี้การพัฒนาทางเทคโนโลยีซึ่งมีความสะดวก รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และเอื้ออำนวยการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ทำให้ธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตดังกล่าวมีความแตกต่างจากการทำธุรกรรมแบบเดิมอย่างสิ้นเชิง (สุชาติ บัวทองสุข, 2553) การใช้ธนาคารบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นบริการใหม่ของธนาคารพาณิชย์ได้มีแนวโน้มผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้นทุกวัน ทั้งนี้ เนื่องจากเป็นการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ด้วยตนเอง เปรียบเสมือนเป็นธนาคารส่วนตัวที่สามารถทำธุรกรรมต่างๆ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งเป็นอีกช่องทางการตลาดใหม่ที่ธนาคารจะได้รายได้จากค่าธรรมเนียมบริการต่างๆ และธนาคารจะสามารถลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในระยะยาว และยังได้รับผลประโยชน์ที่ไม่ใช่ตัวเงินอีกด้วย โดยเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์การประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงและผลประโยชน์ทางการตลาดต่างๆ ที่จะส่งเสริมให้บริการด้านอื่นๆ ของธนาคารได้รับภาพพจน์ที่ดีตามไปด้วย (จิวิรัช อินทร์บำรุง, 2553)

ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ หรือ อิเล็กทรอนิกส์แบงก์กิ้ง (Electronic Banking; Online banking; Internet banking) หมายถึงการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เช่นๆ โทรศัพท์มือถือ หรือ อินเทอร์เน็ต ซึ่งมีการให้บริการในหลายๆ ด้าน อาทิเช่น การฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน หรือการสอบถามยอดเงินคงเหลือ เป็นต้น รวมทั้งการให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ของธนาคารที่ทำได้ทุกที่ ทุกเวลา ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เช่น สอบถามยอดคงเหลือโอนเงิน ชำระค่าสาธารณูปโภค พิมพ์รายการเดินบัญชี ดูรายการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตย้อนหลัง ฯลฯ โดยผู้ที่สนใจใช้บริการจะต้องติดต่อกับธนาคารของตน เพื่อขอเปิดใช้บริการ รหัสผ่าน ชื่อในการเข้าใช้งานก่อน ในปัจจุบันธนาคารต่างๆ มีบริการให้ลูกค้าของธนาคารเลือกใช้หลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นการใช้บัตร ATM, บัตรเครดิต, อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง, ธนาคารผ่าน

อินเทอร์เน็ต (Internet-banking) ทำให้การดำเนินชีวิตมีความสะดวกสบายไม่ต้องเดินทางไปธนาคาร ในอนาคตการให้บริการของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ จะมีการพัฒนาและยังเพิ่มขีดความสามารถในการ ให้บริการในด้านอื่นๆ อีก เพื่อรองรับความต้องการในการใช้บริการของลูกค้า และจำนวนผู้ใช้บริการ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากความสะดวกสบาย และ รวดเร็วในการทำธุรกรรม รวมไปถึงการประหยัดทรัพยากรต่างๆ อีกด้วย (สรารุช ควชะกุล และไกร ชิต สุตะเมือง, 2557)

ในประเทศไทยแม้ว่าจะมีการเปิดให้บริการธนาคารผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตมานานเกือบ 10 ปี แต่ก็ยังถือว่าช่องทางดังกล่าวเป็นการเปิดให้บริการทางการเงินที่ยังมีช่องว่างอยู่มาก ในปี 2011 จากสถิติคนไทยใช้บริการธนาคารออนไลน์ 150 ล้านรายการต่อปี หรือคิดเป็นมูลค่ามากกว่า 350,000 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นอัตราการเติบโตถึง 50 – 60% ในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมา ซึ่งในประเทศไทยจากผลสำรวจจะเห็นได้ว่าธนาคารรายใหญ่ อย่างไทยพาณิชย์มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ 50 % และภายในปี 2015 ธนาคารได้ตั้งเป้าหมายว่าจะสร้างฐานลูกค้าสูงถึง 2.5 ล้านราย ธนาคารส่วนใหญ่ ตั้งเป้าหมายที่จะขยายบริการไปสู่ Mobile Banking เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเดินทาง ตลอดเวลา ขณะเดียวกันอุปกรณ์ และเทคโนโลยีต่างๆ ก็มีต้นทุน และการดำเนินงานต่างๆ ที่ถูกลง ทำให้ราคาลดลง ผู้บริโภคจึงเป็นเจ้าของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เทคโนโลยีต่างๆ ได้ง่ายขึ้น ซึ่งก็รวมไปถึง เทคโนโลยี 3G ที่ได้ก้าวเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้คนมากขึ้นเรื่อยๆ ปัจจุบันผู้บริโภคที่ใช้บริการธนาคารออนไลน์ ยังคงต้องใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ประมาณ 80% และอีก 20% เลือกใช้งานผ่านทางโทรศัพท์มือถือ ธนาคารออนไลน์ในยุคปัจจุบัน มีการอำนวยความสะดวกสบายให้แก่ผู้ใช้บริการในหลายๆ ช่องทาง เพื่อให้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่ ทุกเวลา และช่วยขจัดความยุ่งยาก วุ่นวาย และการรอคอยเป็นเวลานานๆ แม้กระทั่งในบ้านเองลูกค้า ก็สามารถที่จะทำธุรกรรมทางการเงินได้ แต่ทั้งนี้ผู้ใช้เองก็ควรที่จะตระหนักถึงความปลอดภัยเป็น สำคัญ ทุกครั้งที่มีการทำธุรกรรมควรมีมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า เพื่อป้องกันภัย ร้ายที่อาจแฝงตัวอยู่ในโลกออนไลน์ (สรารุช ควชะกุล และไกรชิต สุตะเมือง, 2557)

อย่างไรก็ตาม จากผลการศึกษาของนักวิจัยหลายท่าน พบว่าการใช้บริการธนาคารผ่าน อินเทอร์เน็ตยังคงมีปัญหา สาเหตุเกิดจากการผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่มั่นใจในการซื้อสินค้าทาง อินเทอร์เน็ต จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นในธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ จึงทำให้เกิดการ

ตัดสินใจใช้บริการในระดับน้อยที่ลดลง ซึ่งหากปล่อยไว้จะทำให้การธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตได้รับผลกระทบในวงกว้าง สาเหตุของปัญหาส่วนหนึ่งที่เกิดขึ้นเป็นเพราะภาคธุรกิจ และหน่วยงานรัฐยังไม่มีการศึกษาถึงการพัฒนา หรือการค้นหาวิธีการนำเสนอเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจและตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต รวมไปถึงการขาดความมั่นใจในความปลอดภัยของการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ จากการศึกษาในอดีตที่ผ่านมาจะเป็นการศึกษาที่แยกประเด็นต่างๆ ออกจากกัน เช่น McKnight และ Choudhury (2006) ศึกษาเกี่ยวกับความตั้งใจใช้บริการ โดยใช้ตัวแปรความไว้วางใจเป็นหลัก ขณะที่ไม่ได้มุ่งเน้นตัวแปรอื่นที่น่าสนใจ ขณะที่ Lu, Hsu และ Hsu (2005), Cunningham, Gerlach, Harper และ Young (2005) ศึกษาในเรื่องความตั้งใจใช้หรือการตัดสินใจใช้บริการ แต่ใช้ตัวแปรเรื่องของการรับรู้ความเสี่ยงเป็นหลัก และ George (2007) ศึกษาใช้ใช้บริการชำระเงินออนไลน์ โดยศึกษาทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีซึ่งจะเห็นว่าการศึกษาต่างๆ แยกองค์ประกอบที่สำคัญ และน่าสนใจออกจากกัน

ดังนั้นผู้ทำวิจัยจึงทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ห่อภิมานปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค เพื่อที่จะทำการสังเคราะห์ตัวแปรที่สำคัญ ได้แก่ คุณภาพของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจากงานวิจัยที่นำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่นักวิจัยสนใจศึกษาในงานวิจัยแต่ละเรื่อง ในเงื่อนไขที่แตกต่างกัน ลักษณะความสัมพันธ์มีเงื่อนไขที่ได้จากการวิเคราะห์ห่อภิมาน ทำให้ผลการวิเคราะห์ห่อภิมาน ให้ผลการวิเคราะห์ที่ลึกซึ้งมากกว่าผลการวิจัยเดิม ซึ่งยังขาดการศึกษาในลักษณะนี้อยู่ในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อภาคธุรกิจในการนำผลการศึกษาดังกล่าว ไปพัฒนาสร้างแบบจำลองแนวทางในการนำเสนอ และสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นในสายตาของผู้บริโภคเพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นการสร้างความสามารถทางการแข่งขันให้กับธุรกิจอย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญ 3 ประการในการศึกษา ดังนี้

1. เพื่อสังเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจากงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์
3. เพื่อพัฒนาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคที่ได้จากการศึกษา

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตของศึกษา ดังนี้

เมื่อได้ทำการเสาะค้นงานวิจัยที่จะนำมาสังเคราะห์แล้ว จึงทำการการตัดสินใจว่าจะสังเคราะห์งานวิจัยทุกเรื่อง หรือเลือกศึกษาเฉพาะบางส่วน มีทางเลือก 4 ทางคือ

1. การศึกษางานวิจัยทุกเรื่องที่สามารถสืบค้นได้ วิธีนี้จะได้ผลการวิเคราะห์ที่ครอบคลุมแต่จะเสียเวลา และงานวิจัยบางส่วนที่ไม่มีคุณภาพอาจมีปัญหาในการสังเคราะห์
2. การเลือกงานวิจัยโดยใช้การเลือกแบบแบ่งชั้นตามลักษณะงานวิจัย วิธีนี้นักวิจัยต้องกำหนดตัวแปรลักษณะงานวิจัยเป็นเกณฑ์ในการแบ่งชั้นงานวิจัย แล้วจึงสุ่มเลือกงานวิจัยมาเป็นสัดส่วนเท่ากันทุกชั้น
3. การเลือกเฉพาะงานวิจัยที่มีการพิมพ์เผยแพร่ สำหรับวิธีนี้แม้ว่าจะเชื่อมั่นได้ว่า ได้งานวิจัยที่มีคุณภาพ แต่ก็อาจเกิดความลำเอียงในผลการสังเคราะห์ได้ เพราะงานวิจัยที่ไม่ได้รับการพิมพ์เผยแพร่ มักจะให้ผลการวิจัยที่ไม่สมบูรณ์
4. การเลือกเฉพาะงานวิจัยที่มีคุณภาพ โดยการประเมินจากนักวิจัย หรือผู้ทรงคุณวุฒิ

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยคาดว่าจะได้ประโยชน์ ดังนี้

1. ด้านวิชาการ งานวิจัยนี้มีประโยชน์ต่องานวิชาการในแง่ของการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค โดยการใช้การวิเคราะห์ห่อภิมาณซึ่งมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาทฤษฎี เพราะข้อค้นพบที่กว้างขวางลุ่มลึกจากการวิเคราะห์ห่อภิมาณ ช่วยให้ได้หลักฐานสนับสนุนการพัฒนาทฤษฎี ทางวิชาการ อันจะเป็นการขยายขอบเขตแห่งความรู้ให้กว้างขวางต่อไป ซึ่งทำให้เกิดประโยชน์เชิงทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และมีประโยชน์ต่อการนำไปประยุกต์ในการวิจัยทางสังคมศาสตร์

2. ด้านนโยบาย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ได้แนวทางยุทธศาสตร์และข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับการยอมรับการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน รวมทั้งได้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการวางนโยบายส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาคุณภาพการบริการ และความปลอดภัยของบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ให้มีศักยภาพอย่างยั่งยืน และมีความสามารถในการแข่งขันได้ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์

3. ด้านเศรษฐกิจ/พาณิชย์ ผลการวิจัยที่ได้จะนำไปเผยแพร่แก่กลุ่มเป้าหมาย สาธารณชน ธุรกิจธนาคาร และองค์กรทั้งภาคเอกชนและภาครัฐที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการให้คำปรึกษาแนะนำแก่ผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการต่อยอดองค์ความรู้ที่ได้รับให้เกิดประโยชน์ในการปฏิบัติจริง และเป็นกลไกหลักที่สำคัญยิ่งต่อยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างธนาคารอิเล็กทรอนิกส์สู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน โดยการผลักดันธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ให้เจริญเติบโต และยกระดับมาตรฐานการยอมรับการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในระดับภูมิภาค และประชาคมอาเซียน

4. ด้านการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ธุรกิจธนาคารสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนทางเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาศักยภาพธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการ สร้างความไว้วางใจแก่ผู้ใช้บริการ และเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันหรือกำหนดเป็นทางเลือกหนึ่งของการยกระดับมาตรฐานการยอมรับการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ โดยสามารถนำองค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค ที่ประเมินจากงานวิจัยในอดีต ซึ่งเปรียบเสมือนการป้อนข้อมูลย้อนกลับให้ธนาคารและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้ทราบถึงแนวทางเชิงกลยุทธ์ เพื่อการยกระดับ

มาตรฐานการยอมรับการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ อันจะเป็นการยกระดับขีด
ความสามารถการแข่งขันของธนาคารให้บรรลุผลสำเร็จ น