

นวัตกรรมทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ธนาคารพาณิชย์ ในยุคการระบาดของไวรัส COVID-19

Financial Innovation Influencing Decision to Use the Commercial Banks
in the era of COVID-19

จิตรระวี ทองเถา

Jitravee Thongtao

บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

Business Administration Siam University, Thailand

E-mail jitravee@yahoo.com

Received December 11, 2020; Revised December 19, 2020; Accepted March 10, 2021

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมทางการเงินกับการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในยุคการระบาดของไวรัส COVID-19 และ 2) เพื่อศึกษานวัตกรรมทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในยุคการระบาดของไวรัส COVID-19 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การหาความสัมพันธ์โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการสร้างสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณด้วยวิธีแบบเป็นขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานเอกชนและเจ้าของธุรกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท นวัตกรรมทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานครทั้งหมด 3 ปัจจัย ได้แก่ ระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ ระบบนิเวศนวัตกรรม โครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยี และผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ และสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ได้แก่ $\hat{y} = .546 + .194 (X_2) + .145 (X_3) + .186(X_4)$: $R^2 = 0.667$

คำสำคัญ: นวัตกรรมทางการเงิน; การตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์; ไวรัส COVID-19

Abstract

This research aimed 1) to study the relationship of financial innovation and decision to use the commercial banks in the era of COVID-19 and 2) to study financial innovation influencing decision to use the commercial banks in the era of COVID-19. Samples consisted of people who used the commercial banks in Bangkok. Sampling was done of 400 customers. This study used the questionnaires and was the tools of collecting the data. The statistics were used by descriptive statistics, the percentage, average and standard deviation. The correlation was used to Pearson product correlation coefficient and a multiple linear regression with stepwise. The result of the study showed that most of the samples were female, 31–40 years of age, and completed a bachelor's degree. Most of them were private companies' employees and business owners with an average monthly income of 25,001–35,000 Baht. Financial innovation was influencing to using decision of the commercial banks in Bangkok with 4 factors included the big data, innovation ecosystem, technology infrastructure, and startup entrepreneur and a multiple linear regression equation: $\hat{y} = .546 + .194 (X2) + .145 (X3) + .186(X4)$; $R^2 = 0.667$

Keywords: Financial Innovation, Decision to use Commercial banks, COVID-19

บทนำ

ในยุคดิจิทัลที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างก้าวกระโดด ทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนก้าวสู่สังคมดิจิทัลที่มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในชีวิตประจำวัน สังเกตจากการทำธุรกรรมทางการเงิน จ่าย โอน ชำระค่าสินค้าและบริการ ด้วยสมาร์ทโฟน ที่ทันสมัยผ่านทางเครือข่ายไร้สายความเร็วสูง (Wireless Broadband) 3G 4G ซึ่งใช้งานได้ง่ายกว่า ทำให้ได้รับความสะดวก รวดเร็ว และคุ้มค่า โดยวิถีชีวิตในยุคดิจิทัล ที่เปลี่ยนไปนั้น ส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจและระบบการเงินของประเทศทำให้มีการแข่งขันกันทางธุรกิจ ที่สูงขึ้นของผู้ประกอบการธุรกิจเดิมในการปรับกระบวนการตัดสินใจดำเนินการธุรกิจใหม่ อีกทั้งมีการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่หรือที่เรียกว่า Startup ให้มีขีดความสามารถที่เข้มแข็ง เพื่อเป็นการยกระดับในการสร้างเทคโนโลยีทางการเงิน ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เทคโนโลยีทางการเงิน หรือที่เรียกว่า Financial Technology: FinTech ที่เกิดขึ้นทำให้รูปแบบของการให้บริการทางการเงินมีการเปลี่ยนแปลง ในมิติต่าง ๆ โดยเฉพาะความเปลี่ยนแปลงทางระบบนิเวศ (Ecosystem) และโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยี (Infrastructure) ในการพัฒนาเทคโนโลยีทางการเงิน ทำให้เกิดผลกระทบที่ชัดเจน ต่อหน่วยงานกำกับดูแลระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และกฎเกณฑ์ในการกำกับดูแลเทคโนโลยีทางการเงิน ซึ่งทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคการเงิน ภาคธุรกิจ และภาคประชาชน ควรมีการดำเนินการ ร่วมกันอย่างเป็นระบบมีการปรับตัวของผู้ให้บริการทางการเงิน

เงินในการปรับปรุงบริการให้ตอบโจทย์ ความต้องการของผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการต้องปรับตัวในการใช้งานนวัตกรรมใหม่ มีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานให้รองรับเทคโนโลยีทางการเงินที่กำลังก้าวหน้า มีการปรับปรุงกฎเกณฑ์ในการกำกับดูแล ให้เอื้อต่อการรองรับการพัฒนาและการใช้นวัตกรรมที่เกิดขึ้นด้วย

ธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่สามารถระดมเงินฝากและนำไปใช้ประโยชน์จากเงินนั้น โดยการให้กู้ยืมปัจจุบันในประเทศไทยมีธนาคารพาณิชย์และสาขาที่เปิดดำเนินงานเพิ่มมากขึ้น ทำให้ธนาคารพาณิชย์ต้องเผชิญกับสภาพการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากผู้ให้บริการมีทางเลือกในการใช้บริการทางการเงินที่มากขึ้น ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ จึงต้องปรับตัวเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันด้วยการหาวิธีการและแนวทางในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพและเครื่องส่วนแบ่งตลาดให้ได้มากที่สุด เพื่อบรรลุเป้าหมายของการประกอบธุรกิจ คือ การมีกำไร ธนาคารพาณิชย์ได้พยายามแข่งขันกันในการหาลูกค้าให้เพิ่มขึ้น ทั้งด้านเงินฝากและการให้บริการอื่น ๆ ดังนั้น กิจกรรมด้านการตลาดจึงเข้ามามีบทบาทมากขึ้นโดยการสร้างความสัมพันธ์และปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เช่น เพิ่มผลิตภัณฑ์การเงินที่หลากหลาย บริการที่สะดวกรวดเร็ว ถูกต้อง เป็นการนำเทคโนโลยีขั้นสูง เน้นความมั่นคงปลอดภัย การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และมีการให้บริการธุรกิจแบบครบวงจร เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวมีส่วนช่วยดึงดูดใจลูกค้า และสร้างความประทับใจให้กับผู้ให้บริการ ทำให้เกิดความพอใจ มีความรู้สึกที่ดีต่อธนาคารและยังกลับมาใช้บริการกับธนาคารอย่างต่อเนื่อง

แนวคิดทางด้านนวัตกรรมทางการเงิน (Financial Innovation) เริ่มเป็นที่จับตามองมากขึ้น เมื่อเศรษฐกิจโลกและความมั่งคั่งของประเทศต่าง ๆ ล้วนแล้วมาจากภาคบริการทั้งสิ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในทศวรรษที่ผ่านมาเป็นที่ยอมรับกันว่า เศรษฐกิจโลกได้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจที่มีภาคบริการเป็นพื้นฐานและไม่เพียงเท่านั้น ในทุก ๆ ภาคส่วนของธุรกิจได้มุ่งเน้นการสร้างคุณภาพด้านการบริการเพื่อสร้างความโดดเด่นเหนือคู่แข่ง เป็นการสร้างความได้เปรียบด้านธุรกิจของตนเป็นการนำความคิด และทฤษฎีการดำเนินงานต่าง ๆ ที่เป็นระบบ และเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ มาใช้เป็นแนวทางการสร้างการบริการที่แตกต่าง เพื่อมุ่งตอบสนองต่อความพอใจของผู้ใช้บริการที่มักจะอยากได้บริการที่เกินความคาดหวังเสมอ (กมลทิพย์ ชลัษฐธรรมเนียม, 2560) ดังนั้น ธุรกิจด้านการบริการธนาคารพาณิชย์ที่กำลังมีการแข่งขันที่สูงขึ้น จึงสามารถนำแนวทางด้านนี้ มาร่วมใช้ในทางการธุรกิจได้ เพื่อดึงดูดผู้รับบริการให้มาใช้บริการมากขึ้น เพราะความทันสมัยนั้นเป็นจุดดึงดูดที่ดีในปัจจุบันนี้ เพราะฉะนั้นการที่ธนาคารพาณิชย์สร้างความเชื่อมั่นและความรู้สึกทางบวกของผู้รับบริการได้ น่าจะเป็นปัจจัยหรือเหตุผลหนึ่งที่ทำให้เลือกเข้ารับบริการในธนาคารพาณิชย์

ดังนั้น จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษาถึงนวัตกรรมทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในยุคไวรัส COVID-19 เพื่อเป็นแนวทางให้ธุรกิจบริการธนาคารพาณิชย์ของไทย ได้พัฒนาคุณภาพการให้บริการทางการเงิน มีการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการทางการเงินอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันให้สูงขึ้นและทำให้ผู้รับบริการได้รับการบริการ

ทางการเงินที่มีคุณภาพ ตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับบริการอย่างเต็มที่ และนำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดแผนทางการตลาด สร้างความได้เปรียบทางธุรกิจและสามารถเพิ่มผลกำไรให้กับธุรกิจบริการทางการเงินได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลต่อผู้ให้บริการในการตัดสินใจเข้ารับบริการที่ธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครให้เพิ่มมากยิ่งขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมทางการเงินกับการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ ในยุคการระบาดของไวรัส COVID-19
2. เพื่อศึกษานวัตกรรมทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในยุคการระบาดของไวรัส COVID-19

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดองค์ประกอบพื้นฐานของนวัตกรรมทางการเงิน

นวัตกรรมทางการเงินส่วนมากในปัจจุบันจะเป็นการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบต่าง ๆ ทำให้การทำธุรกรรมมีความสะดวก รวดเร็ว และลดค่าใช้จ่ายลง ทั้งนี้องค์ประกอบพื้นฐานของนวัตกรรมทางการเงินที่เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อน ระบบการเงินในยุคดิจิทัล ประกอบไปด้วย 1) ระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เป็นปริมาณของข้อมูลที่มีจำนวนมาก และมีขนาดใหญ่กว่าข้อมูลทั่วไป ข้อมูลมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาอย่างรวดเร็ว ข้อมูลนั้นต้องมีความถูกต้อง และสามารถนำข้อมูลนั้นมาใช้ประโยชน์ได้จริง 2) ระบบนิเวศนวัตกรรม (Innovation Ecosystem) เป็นการเชื่อมโยงของทรัพยากรมนุษย์ทุน ทางการเงินและโครงสร้างพื้นฐานรวมถึงการวิจัยและพัฒนา เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมทางการเงินและเข้าถึงบริการทางการเงินได้อย่างทั่วถึง มีประสิทธิภาพ มีเสถียรภาพ และมีความปลอดภัย 3) โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี (Infrastructure) ได้แก่ อินเทอร์เน็ตหรือ เครือข่ายโทรศัพท์มือถือที่มีความครอบคลุมสามารถรองรับการใช้งานของประชาชนได้ 4) ผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ (Startup) ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับธุรกิจ ด้านเทคโนโลยีหรือธุรกิจที่มีการนำนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้ในธุรกิจ รวมถึงการทำธุรกิจให้เติบโตขึ้นแบบก้าวกระโดด (พรชัย ชุนหจินดา, 2560)

ดังนั้น จากการศึกษาความหมายและองค์ประกอบพื้นฐานของนวัตกรรมทางการเงินสำหรับประเทศไทยที่มีการนำนวัตกรรมมาช่วยอำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น โอนเงิน จ่ายชำระค่าสินค้าและบริการ เป็นต้น ทำให้สรุปได้ว่า นวัตกรรมทางการเงิน หรือ Financial Technology : FinTech เป็นการสร้างสรรค์ระบบการเงินแบบใหม่ด้วยการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ให้เป็นบริการทางการเงินรูปแบบใหม่และสร้างผู้ประกอบการธุรกิจใหม่ (Startup) ที่ให้บริการทางการเงิน

โดยในการกระตุ้นให้มีการพัฒนานวัตกรรมทางการเงินของประเทศไทยจะต้องประกอบไปด้วยระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ที่มีการประมวลผลอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่เป็น Infrastructure ทางด้านเทคโนโลยีหนึ่งที่สำคัญในการเชื่อมโยงข้อมูลจำนวนมากระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และกลุ่มธุรกิจ Startup เพื่อก่อให้เกิดระบบนิเวศนวัตกรรม (Innovation Ecosystem) ที่มีเสถียรภาพ รวมถึงนโยบายภาครัฐที่จะมากำกับดูแล และสนับสนุนธุรกิจ Startup เพื่อส่งเสริมให้นวัตกรรมทางการเงินมีความมั่นคงและยั่งยืน (พรชัย ชุนหจินดา, 2560)

แนวคิดการตัดสินใจใช้บริการ

การตัดสินใจ (decision making) เป็นกระบวนการในการตัดสินใจเลือกที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีผู้บริโภคก็ต้องตัดสินใจในการเลือกสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยลูกค้าจะเลือกสินค้าหรือบริการตามสถานการณ์หรือข้อมูลที่มี การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญซึ่งอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค (Izogo, 2015) ขั้นตอนการตัดสินใจ (buying decision process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้บริโภค มีทั้งหมด 5 ขั้นตอน ดังกระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอนของบริโคมดังนี้ Salter and Tether (2006) ให้ความหมาย การตัดสินใจไว้ว่า การตัดสินใจคือการเลือกจากทางเลือกหรือตัวเลือกที่มีอยู่

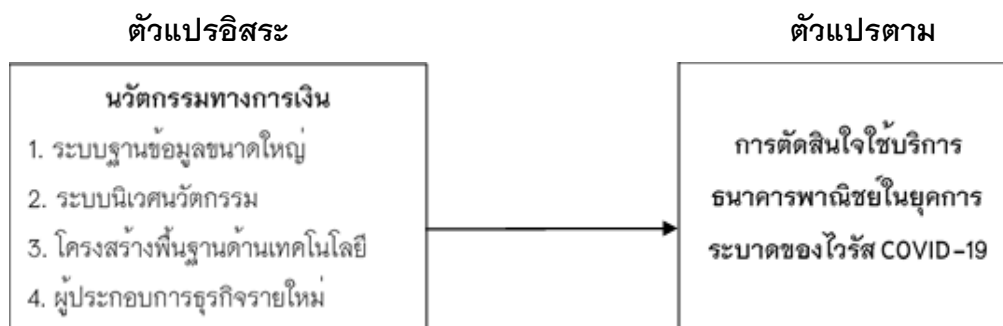
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Walker and Johnson (2016) ได้ศึกษาว่าทำไมผู้บริโภคถึงใช้หรือไม่ใช้บริการที่เป็นเทคโนโลยีได้แก่อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง การซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต และการชำระสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ผลจากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคจะเต็มใจหรือไม่เต็มใจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลหลักคือ ความสามารถของแต่ละบุคคลในการใช้บริการเหล่านี้ การรับรู้ความเสี่ยง และการรับรู้ถึงประโยชน์ ทั้งสามปัจจัยนี้ล้วนส่งผลและส่งเสริมให้เกิดการใช้งานจริง

พรชัย ชุนหจินดา (2560) วิจัยเรื่องนวัตกรรมทางการเงิน (FinTech) เพื่อก้าวสู่การเป็นประเทศไทย 4.0 ได้วิจัยว่า นวัตกรรมทางการเงินที่สร้างขึ้น มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพิ่มประสิทธิภาพโครงสร้างพื้นฐาน (2) เพิ่มประสิทธิภาพ กิจกรรมมูลค่าสูงด้วยระบบอัตโนมัติ (3) ตัดตัวกลางทางการเงิน (4) สร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (5) นำเสนอสินค้าและบริการเฉพาะ และ (6) เพิ่มศักยภาพของลูกค้า ซึ่งส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางการเงิน คือ (1) การชำระเงิน (2) การซื้อขาย (3) การจัดการการลงทุน (4) การระดมทุน (5) การฝากเงิน และการกู้ยืมเงิน และ (6) การประกันภัย นอกจากนี้ มีกลุ่มเทคโนโลยีบางชนิดที่เป็นเทคโนโลยีสำคัญ ที่อยู่เบื้องหลังธุรกิจนวัตกรรมทางการเงิน ซึ่งถือว่าเป็นโครงสร้างพื้นฐานของการสร้างนวัตกรรมในธุรกิจนวัตกรรมทางการเงินโดยเทคโนโลยีเหล่านี้ ไม่เพียงเพิ่มความเร็ว ความถูกต้องแม่นยำ และปริมาณในการทำธุรกรรม แต่ยังเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการนำเสนอบริการทางการเงินแบบใหม่ ๆ ที่ไม่เคยมีมาก่อน

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิดของ นวัตกรรมทางการเงิน (พรชัย ชุนหจินดา, 2560) และแนวคิดการตัดสินใจใช้บริการ (Izogo, 2015) โดยมีรายละเอียด ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการที่เข้ารับบริการธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรคำนวณแบบไม่ทราบประชากรของ Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05 จากจำนวนประชากรของผู้ใช้บริการที่เข้ารับบริการธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานครและอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร แต่เพื่อความแม่นยำในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้เก็บตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง (กัลยา วาณิช บัญชา, 2557)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แนวคิดของเทคโนโลยีทางการเงิน อีกทั้งยังดัดแปลงแบบสอบถามที่มีผู้สร้างมาแล้ว เป็นแนวทางเพื่อกำหนดกรอบและขอบเขตของเนื้อหาในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา ซึ่งแบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับนวัตกรรมทางการเงิน ได้แก่ ระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ ระบบนิเวศนวัตกรรม โครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยี และผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ โดยแสดงเกณฑ์ในการวัดระดับความสำคัญ (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานครโดยแสดงเกณฑ์ในการวัดระดับความสำคัญ (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย ได้แก่ ค่าคะแนนอยู่ในช่วง 4.21–5.00 หมายความว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าคะแนนอยู่ในช่วง 3.41–4.20 หมายความว่า อยู่ในระดับมาก ค่าคะแนนอยู่ในช่วง 2.61–3.40 หมายความว่า อยู่ในระดับปานกลาง ค่าคะแนนอยู่ในช่วง 1.81–2.60 หมายความว่า อยู่ในระดับน้อย และค่าคะแนนอยู่ในช่วง 1.00–1.80 หมายความว่า อยู่ในระดับน้อยที่สุด (สรชัย พิศาลบุตร, 2548)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive sampling) วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 11:00 – 18:00 น. จำนวนวันละ 40 ตัวอย่าง เป็นเวลา 10 วัน โดยเก็บข้อมูลในเดือน มกราคม พ.ศ. 2563

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) จากค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของแบบสอบถามโดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม $\alpha = 0.911$ ส่วนการหาความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการกับการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Produce Moment Correlation Coefficient) และการสร้างสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ด้วยวิธีแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise)

เกณฑ์การแปลผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เช่น การเกณฑ์การแปลผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Bartz, 1999) ประกอบด้วย ช่วงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง .81 – 1.00 มีความสัมพันธ์กันสูงมาก อยู่ในช่วง .61 – .80 มีความสัมพันธ์กันสูง อยู่ในช่วง .41 – .60 มีความสัมพันธ์กันปานกลาง อยู่ในช่วง .21 – .40 มีความสัมพันธ์กันต่ำ อยู่ในช่วง .00 – .20 มีความสัมพันธ์กันต่ำมาก

ผลการวิจัย

1. การศึกษานวัตกรรมทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในยุคการระบาดของไวรัส COVID-19 จากเกณฑ์ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง ระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด 1.50 – 2.49 หมายถึง ระดับการตัดสินใจน้อย 2.50 – 3.49 หมายถึง ระดับการตัดสินใจปานกลาง 3.50 – 4.49 หมายถึง ระดับการตัดสินใจมาก 4.50 – 5.00 หมายถึง ระดับการตัดสินใจมากที่สุด ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 นวัตกรรมทางการเงินที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในยุคการระบาดของไวรัส COVID-19

นวัตกรรมทางการเงิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
ด้านระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่	3.76	0.425	มาก
ด้านระบบนิเวศนวัตกรรม	3.72	0.443	มาก
ด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี	4.10	0.654	มาก
ด้านผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่	3.75	0.453	มาก
รวม	3.73	0.494	มาก

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมทางการเงินกับการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในยุคการระบาดของไวรัส COVID-19 ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า นวัตกรรมทางการเงินทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์นวัตกรรมทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในยุคการระบาดของไวรัส COVID-19 จากเกณฑ์ค่าเฉลี่ย

ตัวแปร	1	2	3	4	5
1. ด้านระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่	1.000				
2. ด้านระบบนิเวศนวัตกรรม	.657**	1.000			
3. ด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี	.624**	.514**	1.000		
4. ด้านผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่	.772**	.457**	.740**	1.000	
5. การตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์	.657**	.655**	.650**	.595**	1.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ แบบเป็นขั้นตอน (Stepwise) ในการวิเคราะห์นวัตกรรมทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในยุคการระบาดของไวรัส COVID-19 ได้ผ่านเกณฑ์การตรวจสอบเงื่อนไขก่อนการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression: MRA) พบว่า ค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน โดยค่า Durbin-Watson = 1.6 และมีการแจกแจงปกติจากแผนภาพฮิสโตแกรม โดยตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์แบบเส้นตรง และตัวแปรสาเหตุไม่มีความสัมพันธ์กันจากค่า Tolerance ในแต่ละตัวแปรสูงกว่า .10 และจากการสร้างสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression: MRA) ด้วยวิธี Stepwise ปัจจัยระหว่างนวัตกรรมทางการเงินกับการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในยุคการระบาดของไวรัส

COVID-19 จากเกณฑ์ค่าเฉลี่ย มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และความสามารถในการพยากรณ์ได้ระดับดี ทั้งนี้ มีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.667 หรือคิดเป็นร้อยละ 66.7 และผู้วิจัยได้ทำการทดสอบค่า R^2 ที่เป็นค่าที่น่าเชื่อถือได้ โดยการเปรียบเทียบกับค่า Adjust $R^2 = 0.653$ หรือคิดเป็นร้อยละ 65.30 ซึ่งเป็นค่าที่ใกล้เคียงกับ R^2 มาก แสดงถึงค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) มีความน่าเชื่อถือ

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ด้วยวิธีแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise)

นวัตกรรมทางการเงิน	b	S.E.B.	Beta	t	p-value
ด้านระบบนิเวศนวัตกรรม	.286	.155	.143	5.430	.000
ด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี	.194	.043	.229	4.555	.000
ด้านผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่	.189	.037	.183	2.782	.000

a. Dependent Variable: การตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในยุคการระบาดของไวรัส COVID-19

R-square (R^2) = .667 Adjusted R-square = .658 Std. Error of the Estimate (S.E.) = .377

F = 125.230 Sig. = .000

อภิปรายผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร จากเกณฑ์ค่าเฉลี่ย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.30 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.83 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 53.47 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและเจ้าของธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 32.48 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.28

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยปัจจัยนวัตกรรมทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในยุคการระบาดของไวรัส COVID-19 จากเกณฑ์ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี ($\bar{x} = 4.10$) รองลงมา ได้แก่ ด้านระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ ($\bar{x} = 3.76$) ด้านผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ ($\bar{x} = 3.75$) และ น้อยที่สุดคือ ด้านระบบนิเวศนวัตกรรม ($\bar{x} = 3.72$) อธิบายได้ว่า ผู้ที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานครในยุคการระบาดของไวรัส COVID-19 จากเกณฑ์ค่าเฉลี่ย ให้ความสำคัญด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีมากที่สุด เนื่องจากอินเทอร์เน็ตต้องหรือระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความครอบคลุมสามารถรองรับการใช้งานได้อย่างเต็มที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เวทย์ นุชเจริญ (2559) ได้ทำการวิจัยพบว่าโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีเป็นตัวแปรสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในยุคการระบาดของไวรัส COVID-19 พบว่า ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี ด้านระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ ด้านผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ และด้านระบบนิเวศ

นวัตกรรม มีความสัมพันธ์ทางบวกและมีความสัมพันธ์ไม่เกิน 0.80 ทำให้ไม่เกิดสภาวะ Multicollinearity (กัลยา วาณิชบัญชา, 2557) และทำให้ตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิจัยมีความเหมาะสมในการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ แบบเป็นขั้นตอน (Stepwise)

การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ แบบเป็นขั้นตอน ในการวิเคราะห์ปัจจัยนวัตกรรมการเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในยุคการระบาดของไวรัส COVID-19 โดยนำตัวแปรอิสระ เข้าสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณทั้ง 4 ตัวแปร พบว่า มีตัวแปรอิสระ 3 ตัวแปร เข้าสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ได้แก่ (1) ด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี (2) ด้านระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (3) ด้านผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ ซึ่งสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณที่ได้สามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในยุคการระบาดของไวรัส COVID-19 ร้อยละ 66.7 และมีค่าความแปรปรวน เท่ากับ 0.377

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

นวัตกรรมการเงินในด้านระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ ด้านระบบนิเวศนวัตกรรม ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยี และด้านผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในยุคการระบาดของไวรัส COVID-19 ข้อค้นพบนี้จะนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และการกำหนดนโยบายในการสร้างคุณภาพให้กับการให้บริการให้มีความเหมาะสม และทำให้ผู้ให้บริการมีความตระหนักในการให้บริการในธุรกิจธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้การบริการนั้นมีคุณภาพและนำไปสู่การบริการที่ยั่งยืน

สรุป

ปัจจัยนวัตกรรมการเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในยุคการระบาดของไวรัส COVID-19 พบว่า มีแค่ 3 ด้าน ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ (1) ด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี (2) ด้านระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (3) ด้านผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ โดยมีความผันแปรของการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในยุคการระบาดของไวรัส COVID-19 ร้อยละ 66.7 และมีค่าความแปรปรวน เท่ากับ 0.377

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ควรมีแผนกลยุทธ์ในการสร้างนวัตกรรมการเงินให้กับกลุ่มผู้ให้บริการ ทั้งนี้การสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ จะต้องมุ่งเน้นถึงประโยชน์ที่ผู้ให้บริการจะได้รับจากการใช้บริการ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ ทั้งนี้การพัฒนาระบบสารสนเทศหรือแอปพลิเคชันในการให้บริการจะต้องมีรูปแบบการใช้งานที่ง่ายแสดงให้เห็นประโยชน์และให้ความ

ปลอดภัยแก่ผู้ใช้บริการซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ของผู้ใช้บริการ ในช่วงการระบาดของไวรัส COVID-19

2. หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องควรมีนโยบายสำหรับการพัฒนานวัตกรรมทางการเงินภายในองค์กรที่มุ่งเน้นให้สะท้อนถึงการเป็นผู้ให้บริการธนาคารพาณิชย์ได้มาตรฐาน มีเป้าหมายที่ชัดเจน และส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมทางการเงินด้านต่าง ๆ ด้วยการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่สามารถวัดได้ด้วยผลงานและตัวชี้วัดที่เป็นรูปธรรมและเป็นที่ยอมรับ รวมถึงการจัดสรรทรัพยากรในการให้บริการลูกค้าได้อย่างเหมาะสมและตรงต่อวัตถุประสงค์ เพื่อการพัฒนาคูณภาพการให้บริการอย่างมีทิศทางต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กมลทิพย์ ขลังธรรมเนียม. 2554. นวัตกรรมบริการพยาบาล. *วารสารวิทยาลัยพยาบาลพระปกเกล้า จันทบุรี*, 22(2), 71-79.
- กัลยา วาณิชบัญชา. (2557). *การใช้ SPSS สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรชัย ชุนหจินดา. (2560). ฟินเทค (FinTech) เพื่อก้าวสู่การเป็นประเทศไทย 4.0. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม*, 7(1), 1-23.
- สรชัย พิศาลบุตร. (2548). *เรียนรู้สถิติและการวิจัยด้วยกรณีศึกษา*. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- เวทย์ นุชเจริญ. (2559). *ETDA เผยผลสำรวจพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตและมูลค่าอีคอมเมิร์ซ ไขว้ความพร้อมไทยก้าวขึ้นเป็นเจ้าอีคอมเมิร์ซอาเซียน*. สืบค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.etda.or.th/content/thailand-internet-user-profile-2017-and-value-of-e-commerce-survey-in-thailand-2017-press-conference.html>
- Bartz, A. E. (1999). *Basic statistical concepts*. (4th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Izogo, E. (2015). Determinant of attitudinal loyalty in Nigeria telecom services sector: does commitment play a mediating role. *Journal of Retail and Consumer Services*, 23, 107-117.
- Salter, A., & Tether, B. S. (2006). *Innovation in services. Through the looking glass of innovation studies*. London: Tanaka Business School, Imperial College.
- Walker, R., & Johnson, L. (2016). Why consumers use and do not use technology-enabled services. *Journal of Services Marketing*, 20(2), 125-135.