

ปัจจัยเชิงสาเหตุและตัวแบบการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์
ของนักศึกษาเจนเนอเรชันซี (GENERATION Z) กรณีศึกษาจังหวัดอุดรธานี

CAUSAL FACTORS AND THE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL FOR ELECTRONIC
PAYMENT SYSTEMS AMONG GENERATION Z STUDENTS, UDON THANI PROVINCE

ปริญญ์ กัณหาสินธุ์¹

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

Parinya Kanhasin¹

¹Faculty of Management Science, Udon Thani Rajabhat University

(Received: May 15, 2026; Revised: August 28, 2026; Accepted: . August 31, 2026)

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือ 1) เพื่อศึกษาอิทธิพลการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาเจนเนอเรชันซี ในจังหวัดอุดรธานี และ 2) เพื่อยืนยันตัวแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างในบริบทของนักศึกษาเจนเนอเรชันซี ในจังหวัดอุดรธานี เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาเจนเนอเรชันซี ในสถาบันการศึกษา 9 แห่ง จังหวัดอุดรธานี จำนวน 400 คน ด้วยวิธีสุ่มแบบหลายขั้นตอน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาเจนเนอเรชันซี ในจังหวัดอุดรธานี มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยแสดงความสัมพันธ์ 1) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง 2) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และ 3) การรับรู้ประโยชน์ ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งในโมเดลทั้งหมดสามารถอธิบายค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ (R²) เท่ากับ ร้อยละ 51.70 ซึ่งแปลผลตัวแปรอิสระได้ว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ รองลงมา คือ การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

คำสำคัญ: ปัจจัยเชิงสาเหตุ, ตัวแบบการยอมรับ, เทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์, เจเนอเรชันซี

ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) to study the influence of subjective norms, perceived ease of use, and perceived usefulness on the acceptance of electronic payment technology among Generation Z students in Udon Thani Province; and 2) to confirm the structural relationship model in the context of Generation Z students in Udon Thani Province. Data were collected using questionnaires from a sample of 400 Generation Z students from 9 educational institutions in Udon Thani Province, selected by multi-stage random sampling. The data were analyzed using descriptive statistics and Structural Equation Modeling (SEM). The results revealed that the factors influencing the acceptance of electronic payment technology among Generation Z students in Udon Thani Province were highly congruent with the empirical data. The relationships can be summarized as follows: 1) Subjective Norm, 2) Perceived ease of use, and 3) Perceived usefulness was positively and directly affected by the acceptance of

electronic payment technology. The entire model was able to explain the predictive coefficient (R^2) at 51.70% the results of the independent variables indicated that subjective norms had the highest influence on the acceptance of electronic payment technology, followed by perceived usefulness and perceived ease of use, respectively.

Keywords: Causal Factors, Acceptance Model, Electronic Payment System, Generation Z

บทนำ

ระบบการชำระเงินทั่วโลกได้เข้าสู่ยุคการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ Digital Payment มีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด ภายใต้ระบบการชำระเงินที่มีประสิทธิภาพ ปลอดภัย ต้นทุนต่ำ และมีทางเลือกและรูปแบบการชำระเงินที่หลากหลายตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการจนกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ผู้ให้บริการก็มีจำนวนและความหลากหลายมากขึ้น ทั้งที่เป็นสถาบันการเงิน Non-Bank และ FinTech ที่ได้แข่งขันกันพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อให้การชำระเงินไร้รอยต่อ สะดวก และตอบโจทย์ผู้ให้บริการ การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ Digital Payment จะไม่ได้เป็นแค่สื่อการชำระเงิน “โอน-รับ-จ่าย” ของผู้ให้บริการเท่านั้น แต่ยังสร้างประโยชน์แก่ผู้บริการเพิ่มมากขึ้นจากข้อมูลการชำระเงินซึ่งถือเป็นรอยเท้าดิจิทัล (Digital Footprint) ที่น่าเชื่อถือ โดยปัจจุบันธนาคารและผู้ให้บริการอีคอมเมิร์ซหลายรายได้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลการชำระเงินมาออกแบบบริการทางการเงินที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน เช่น การให้สินเชื่อรายย่อยบนพื้นฐานของพฤติกรรมการใช้จ่าย และการแนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินเฉพาะบุคคล (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566) จากข้อมูลสถิติปริมาณธุรกรรม Digital Payment ในปี พ.ศ. 2560 – 2567 พบว่าประเทศไทยมีอัตราการเติบโตของการทำธุรกรรมชำระเงินผ่านระบบดิจิทัลเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2567 ปริมาณธุรกรรม Digital Payment เฉลี่ยต่อคนต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 651 ครั้ง หรือคิดเป็นประมาณ 1.8 ครั้งต่อวัน และช่องทาง internet & mobile banking ได้รับความนิยมสูงสุด (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2568) และจากผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศของ (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2565) พบว่ากลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ Generation Z หรือกลุ่มประชากรที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2541-2565 ซึ่งเป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่เติบโตในสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี โดยกิจกรรมที่นิยมใช้งานบนอินเทอร์เน็ต ได้แก่ การติดต่อสื่อสาร การรับชมสื่อบันเทิง การซื้อสินค้าและบริการ และการทำธุรกรรมทางการเงิน เป็นต้น

การศึกษากาการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ผ่านมา เช่น งานวิจัย A.Daragmeh, C.Lentner, and J.Sagi (2021) พบว่า องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ของ Generation X ในประเทศอิตาลี คือ ความง่ายในการใช้งานชำระเงิน และงานวิจัยของ คงณิษฐ์ชาวล ท., & สุวรรณน้อย ถ. (2022) ที่ศึกษาการสร้างแบบจำลองที่ผู้บริโภคเลือกชำระค่าสินค้าและบริการด้วย QR Code Payment ผ่านสมาร์ตโฟน พบว่า การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายและการรับรู้ถึงประโยชน์ จะส่งผลทำให้มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้อุปกรณ์ QR code payment นอกจากนี้ กมนทิพย์ ชูประทีป และคณะ (2568) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่าน QR Code ของผู้บริโภคเจนเอชซี พบว่า การรับรู้ประโยชน์ของ QR Code มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับในการใช้เทคโนโลยีการชำระเงินผ่าน QR Code (INTENT)

และจากการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ร่วมกับปัจจัย การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) การยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Acceptance of Electronic Payment Technology) พบว่ายังมีการศึกษาไม่มากนัก จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุและตัวแบบการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาเจนเนอเรชันซี (Generation Z) กรณีศึกษาจังหวัดอุดรธานีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยและยืนยันตัวแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างในบริบทของนักศึกษาเจนเนอเรชันซี เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการชำระเงินให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานในอนาคต และเพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) อย่างยั่งยืนในระยะยาว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาเจนเนอเรชันซี ในจังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อยืนยันตัวแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างในบริบทของนักศึกษาเจนเนอเรชันซี ในจังหวัดอุดรธานี

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm: SN)

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในบริบทการให้บริการชำระเงิน เป็นแนวคิดทางจิตวิทยาและพฤติกรรม ผู้บริโภคที่อธิบายว่า "คนรอบข้าง" มีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการชำระเงิน (Ajzen., 1991) แบ่งออกเป็น 1) อิทธิพลด้านข้อมูล (Informational Influence) เลือกใช้วิธีการชำระเงินนั้นเพราะเห็นว่าบุคคลที่มีความรู้หรือบุคคลที่น่าเชื่อถือใช้งานอยู่ 2) อิทธิพลด้านความต้องการเป็นส่วนหนึ่ง (Utilitarian Influence) เลือกใช้วิธีการชำระเงินนั้นเพราะต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม และ 3) อิทธิพลด้านการแสดงค่านิยม (Value-Expressive Influence) เลือกใช้วิธีการชำระเงินนั้นเพราะต้องการที่จะสะท้อนภาพลักษณ์ จากงานวิจัยของ A.Daragmeh, C.Lentner, and J.Sagi (2021) พบว่า กลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ จากที่กล่าวมาจึงกำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

H1: การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

2. การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU)

ความง่ายในการใช้งานระบบชำระเงิน (Davis, F.D., 1989) แบ่งออกเป็น 1) การเรียนรู้ได้ง่าย (Easy to learn) 2) ความชัดเจนและเข้าใจง่าย (Clear and understandable) 3) ความคล่องตัว (Flexibility) และ 4) ทักษะที่ต้องใช้ (Skill) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ A.Daragmeh, C.Lentner, and J.Sagi (2021) พบว่า ความง่ายในการใช้งาน เรียนรู้ได้ง่าย และทักษะในการใช้งานที่ไม่ซับซ้อนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ จากที่กล่าวมาจึงกำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

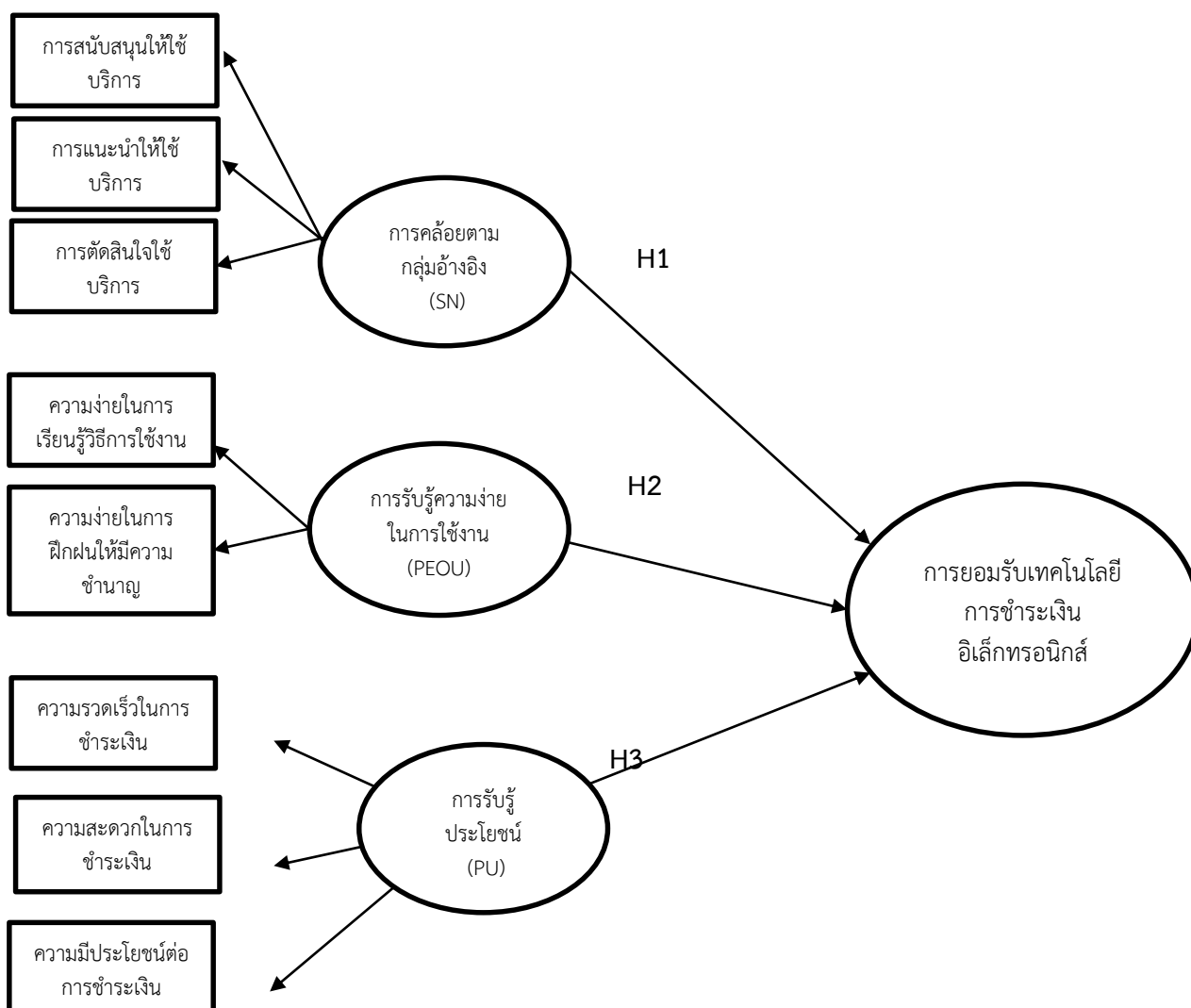
H2: การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

3. การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness: PU)

การรับรู้ประโยชน์ หมายถึง ระดับความเชื่อในประสิทธิภาพการทำงานของผู้ใช้เทคโนโลยีใหม่ (Davis, 1985) จากงานวิจัยของ A.Daragmeh, C.Lentner, and J.Sagi (2021) พบว่า การรับรู้ประโยชน์ของการชำระเงินมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ จากที่กล่าวมาจึงกำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

H3: การรับรู้ประโยชน์ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี(เจเนอเรชันซี) ในสถาบันการศึกษาจังหวัดอุดรธานี จำนวน 9 แห่ง ประกอบด้วย 1) มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี 2) วิทยาลัยพณิชยการ 3) วิทยาลัยสันตพล 4) มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตอุดรธานี 5)มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดอุดรธานี 6) มหาวิทยาลัยราชภัฏ วิทยาเขตอุดรธานี 7) วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี อุดรธานี 8) วิทยาลัยเทคนิคอุดรธานี และ 9) วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีอุดรธานี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 18-22 ปี และเคยชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินชีวิตประจำวัน กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้อัตราส่วน 20 ตัวอย่าง : 1 ตัวแปรสังเกตได้ (Bentler and Chou, 1987: 91) การวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 12 ตัวแปร ดังนั้นขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมคือ 240 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดตัวอย่างเพิ่มขึ้นจากเดิม เพื่อเป็นการเพิ่มอำนาจในการทดสอบทางสถิติ จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 400 ราย มากกว่าจำนวนขั้นต่ำที่กำหนดไว้ โดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi stage Random Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถามจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีตัวเลือก 5 ระดับ มีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.69 – 0.90 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 (ประสพชัย พสุนนท์, 2558:381) ถือได้ว่าแบบสอบถามมีความตรงเชิงเนื้อหา หลังจากนั้นได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย เพื่อนำมาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีค่าเท่ากับ 0.789 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีค่าเท่ากับ 0.799 การรับรู้ประโยชน์ มีค่าเท่ากับ 0.772 และการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเท่ากับ 0.872 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 (Cortina, 1993: 103) สรุปได้ว่าแบบสอบถามมีระดับความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ดี

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองจากนักศึกษาระดับปริญญาตรี(เจเนอเรชันซี) ในสถาบันการศึกษาจังหวัดอุดรธานี จำนวน 9 แห่ง โดยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi stage Random Sampling) ขั้นที่ 1 ทำการสุ่มสถาบันการศึกษาจำนวน 9 แห่ง จาก 12 แห่ง โดยสุ่มจากสถาบันการศึกษาที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองอุดรธานี ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ขั้นที่ 2 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ตามจำนวนผู้เรียนของสถานศึกษาที่เลือก จากเงื่อนไขผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีและมีอายุอยู่ในช่วง 18 – 22 ปี เก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 10 วัน (ในช่วงตั้งแต่วันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ.2568 – 30 ธันวาคม พ.ศ.2568) ในเบื้องต้นผู้วิจัยได้ขออนุญาตเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามโดยความยินยอมที่จะให้ข้อมูล จากนั้นชี้แจงรายละเอียดวัตถุประสงค์รวมถึงประโยชน์ของการวิจัย ซึ่งมีข้อคำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามที่เบื้องต้น คือพฤติกรรมการชำระเงินทาง

อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินชีวิตประจำวัน เมื่อได้ข้อมูลครบตามจำนวนที่กำหนด ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลและจึงนำไปใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง 2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้วิธีการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการประมาณค่าพารามิเตอร์จากโมเดลด้วยวิธีการประมาณค่าด้วยความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood Estimation: MLE) และวิเคราะห์อิทธิพลด้วยวิธีการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง(จำนวน 245 คน ร้อยละ 61.25 มีอายุเฉลี่ย 19.80 ปี) มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,001-10,000 บาท(จำนวน 275 คน ร้อยละ 68.75) มีความจำเป็นต้องใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินชีวิตประจำวัน จำนวนครั้งในการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านสมาร์ทโฟนในระยะเวลา 1 วันที่ผ่านมา มากที่สุดคือ 4-6 ครั้ง/วัน รองลงมาคือ 7-10 ครั้ง/วัน มูลค่ารวมที่ใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านสมาร์ทโฟนในระยะเวลา 1 วันที่ผ่านมา มากที่สุดคือ 101-200 บาท/วัน รองลงมาคือ 201-300 บาท/วัน และ 301-400 บาท/วัน ตามลำดับ ประเภท/หมวดหมู่ที่ใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านสมาร์ทโฟนในระยะเวลา 1 วันที่ผ่านมา พบว่า ส่วนใหญ่ใช้ในการชำระค่าอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด รองลงมาคือ ค่าเดินทาง แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในด้านพฤติกรรมการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

รายการ	รายละเอียดข้อคำถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	หญิง	245	61.25
	ชาย	155	38.75
		400	100.00
รายได้/เดือน	5,001-10,000 บาท	275	68.75
	10,001-15,000 บาท	91	22.75
	15,001-20,000 บาท	34	8.50
		400	100.00
ความจำเป็นในการใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	จำเป็น	400	100.00
จำนวนครั้งในการใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ในระยะเวลา 1 วันที่ผ่านมา	4-6 ครั้ง/วัน	346	86.50
	7-10 ครั้ง/วัน	54	13.50
		400	100.00
มูลค่ารวมที่ใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ในระยะเวลา 1 วันที่ผ่านมา	101-200 บาท/วัน	227	56.75
	201-300 บาท/วัน	126	31.50
	301-400 บาท/วัน	47	11.75

รายการ	รายละเอียดข้อความ	จำนวน	ร้อยละ
		400	100.00
ประเภทที่ใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ในระยะเวลา 1 วันที่ผ่านมา	ค่าอาหาร/เครื่องดื่ม	400	65.90
	ค่าสินค้า	75	12.36
	ค่าเดินทาง	132	21.75
		607	100.00

*ประเภทที่ใช้บริการชำระเงินฯ เป็นข้อความที่สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ วิเคราะห์ด้วยคำสั่ง Multiple Response ใน SPSS

2. ผลจากการประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model)

ผู้วิจัยประเมินโมเดลการวัดด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตลอดจนประเมินความเชื่อมั่น ความเที่ยงตรงเชิงลู่เข้า และความเที่ยงตรงเชิงจำแนกขององค์ประกอบก่อนดำเนินการวิเคราะห์โมเดลเชิงโครงสร้าง

2.1 ความเที่ยงตรงเชิงลู่เข้าและความเชื่อมั่น

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) พบว่า โมเดลการวัดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในระดับดี โดยมีค่า CMIN/df เท่ากับ 2.069 ซึ่งต่ำกว่า 3.00 ค่า GFI เท่ากับ 0.974 ค่า CFI เท่ากับ 0.987 ค่า TLI เท่ากับ 0.975 และค่า NFI เท่ากับ 0.975 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 0.90 ขณะที่ค่า RMSEA เท่ากับ 0.052 ซึ่งต่ำกว่า 0.06 และค่า PCLOSE เท่ากับ 0.412 ซึ่งสูงกว่า 0.05 นอกจากนี้ ตัวชี้วัดที่คงอยู่ในโมเดลมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.693–0.894 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ 0.50 ผลดังกล่าวสนับสนุนว่าโมเดลการวัดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์และมีความเที่ยงตรงเชิงลู่เข้าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จึงสามารถนำไปวิเคราะห์โมเดลเชิงโครงสร้างในขั้นตอนต่อไป

การประเมินโมเดลการวัด พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loadings: SFL) ของตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวแปร มีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (Hair et al., 2014: 618; ศุภกฤต ปิติพัฒน์, 2565: 189) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 แสดงถึงตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝง มีความตรงเชิงลู่เข้าอยู่ในเกณฑ์ดี (Hair et al., 2014: 618; ศุภกฤต ปิติพัฒน์, 2565: 189)

เมื่อประเมินความเที่ยงของโมเดลการวัด โดยพิจารณาจากค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct reliability: CR) พบว่าอยู่ในเกณฑ์ดี โดยตัวแปรแฝงในโมเดลมีค่า CR ระหว่าง 0.755 – 0.854 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือ 0.70 (Hair et al., 2014: 619) แต่เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัด (AVE) พบว่า ตัวแปรแฝง 3 ตัวแปร ได้แก่ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SN) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) และการรับรู้ประโยชน์ (PU) มีค่า AVE เท่ากับ 0.511, 0.607 และ 0.662 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือ 0.50 (Fornell & Larcker, 1981: 46) แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงเหล่านี้สามารถอธิบายความแปรปรวนได้อยู่ในเกณฑ์ดี ผลการประเมินความเที่ยง โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ของแต่ละตัวแปรสังเกตได้ พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.772 – 0.872 สอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ DeVellis (2017) ที่เสนอว่า ควรมีความมากกว่า 0.70 แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ มีความเที่ยงอยู่ในเกณฑ์ดี

สำหรับตัวชี้วัด PEOU2 ถูกตัดออกจากโมเดลการวัด เนื่องจากมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.26 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ และสะท้อนความแปรปรวนร่วมกับองค์ประกอบแฝงในระดับต่ำ การ

ตัดตัวชี้วัดที่มีน้ำหนักองค์ประกอบต่ำสามารถดำเนินการได้เมื่อมีหลักฐานเชิงสถิติและไม่กระทบต่อความครอบคลุมเชิงเนื้อหาขององค์ประกอบ (Hair et al., 2019; Worthington & Whittaker, 2006) ภายหลังการตัด PEOU2 องค์ประกอบ PEOU คงเหลือสองตัวชี้วัด ได้แก่ PEOU1 และ PEOU3 ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.771 และ 0.787 ตามลำดับ โดยมีค่า CR เท่ากับ 0.755 และ AVE เท่ากับ 0.607 การกำหนดองค์ประกอบแฝงด้วยสองตัวชี้วัดสามารถยอมรับได้ใน SEM เมื่อโมเดลโดยรวมสามารถระบุค่าได้และไม่มีการกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างค่าคลาดเคลื่อนของตัวชี้วัดทั้งสอง (Kline, 2016; Davvetas et al., 2020; Hayduk & Littvay, 2012) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความตรงเชิงเหมือนและความเที่ยงของโมเดลการวัด

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	SFL
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SN) CR = 0.758 AVE = 0.511, α = 0.789	SN1:คนที่มีความสำคัญ สนับสนุนให้ชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	0.708
	SN2:คนที่มีความสำคัญ แนะนำให้ชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	0.743
	SN3:คนที่มีความสำคัญ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้ชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	0.693
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) CR = 0.755 AVE = 0.607, α = 0.799	PEOU1:การเรียนรู้วิธีการใช้งานชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นเรื่องง่าย	0.771
	PEOU3:การฝึกฝนการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ให้มีความชำนาญ เป็นเรื่องง่าย	0.787
การรับรู้ประโยชน์ (PU) CR = 0.854 AVE = 0.662, α = 0.772	PU1:การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้การชำระเงินรวดเร็วขึ้น	0.800
	PU2:การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ทำงานได้ง่ายขึ้น	0.894
	PU3:การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ มีประโยชน์มากกว่าการชำระเงินแบบเดิม	0.739
การยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (AE) CR = 0.839 AVE = 0.636, α = 0.872	BI1:ใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	0.878
	BI2:ใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ทุกครั้ง	0.702
	BI3:ใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ในอนาคตอันใกล้	0.803

หมายเหตุ: *** $P < 0.001$; SFL คือ น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน CR คือ ค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝง AVE คือ ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัด α คือ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค

2.2 ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก

หลังจากตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงกลุ่มเข้า ผู้วิจัยได้ประเมินความเที่ยงตรงเชิงจำแนกตามเกณฑ์ของ Fornell และ Larcker (1981) โดยเปรียบเทียบค่ารากที่สองของ AVE ของแต่ละองค์ประกอบกับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ตารางความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Fornell–Larcker Criterion)

Construct	SN	PEOU	PU	AE
SN	0.715			
PEOU	0.317	0.779		
PU	0.448	0.441	0.814	
AE	0.506	0.385	0.677	0.797

หมายเหตุ: ตัวเลขตัวหนาบนแนวทแยงคือค่ารากที่สองของ AVE ส่วนค่าด้านล่างแนวทแยงคือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่ารากที่สองของ AVE ของแต่ละองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .715–.814 และสูงกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับองค์ประกอบอื่นซึ่งอยู่ระหว่าง .317–.677 จึงแสดงว่าโมเดลการวัดมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

3. โมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model)

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) พบว่า โมเดลมีค่า Chi-square เท่ากับ 48.200 องศาอิสระเท่ากับ 28 และค่า p เท่ากับ 0.010 แม้ว่าค่า Chi-square จะมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เมื่อพิจารณาดัชนีความสอดคล้องอื่นร่วมด้วย พบว่า ค่า CMIN/df เท่ากับ 1.721 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ 3.00 (Diamantopoulos & Siguaw, 2000) ค่า CFI เท่ากับ 0.991 และค่า TLI เท่ากับ 0.983 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 0.95 (Kline, 2011) ขณะที่ค่า RMSEA เท่ากับ 0.043 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ 0.06 และค่า PCLOSE เท่ากับ 0.710 ซึ่งสูงกว่า 0.05 (Schumacker & Lomax, 2010) ผลดังกล่าวจึงสนับสนุนว่าโมเดลเชิงโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในระดับดีและมีความเหมาะสมสำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังแสดงในตารางที่ 4

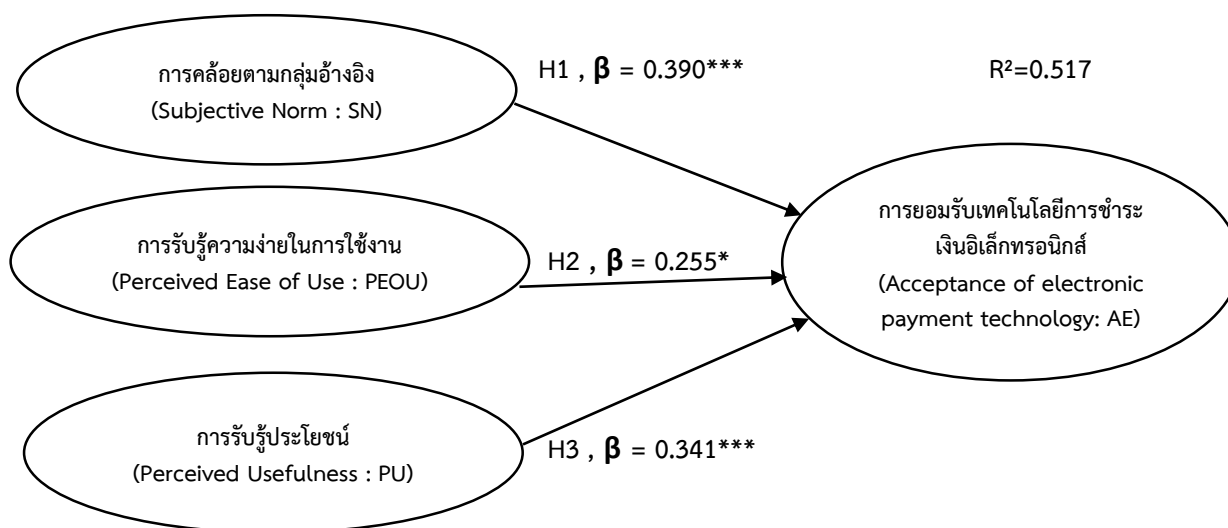
ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	เส้นทางอิทธิพล	ผลของอิทธิพล	β	C.R.	p-value	ทิศทาง	ผลการทดสอบ
H1	SN $\rightarrow$ AE	DE	0.390	5.599	< 0.001***	(+)	ยอมรับ
H2	PEOU $\rightarrow$ AE	DE	0.255	2.187	0.029*	(+)	ยอมรับ
H3	PU $\rightarrow$ AE	DE	0.341	3.397	< 0.001***	(+)	ยอมรับ

*หมายเหตุ: DE = อิทธิพลทางตรง, β = ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน; C.R. = Critical Ratio , *** p < 0.001 , ** p < 0.01, *p < 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.390$, C.R. = 5.599, p < 0.001) จึงสนับสนุนสมมติฐาน H1 การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.255$, C.R. = 2.187, p = 0.029) จึงสนับสนุนสมมติฐาน H2 และการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.341$, C.R. = 3.397, p < 0.001) จึงสนับสนุนสมมติฐาน H3

เมื่อเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน พบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยตัวแปรทั้งสามร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ร้อยละ 51.70 ($R^2=0.517$)



ภาพที่ 2 ผลการทดสอบโมเดลเชิงโครงสร้าง

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ ผลการวิเคราะห์โมเดลเชิงโครงสร้างแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งานและปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ล้วนมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาเจนเอเรชันซีในจังหวัดอุดรธานี ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่เติบโตมากับเทคโนโลยีดิจิทัลและมีรูปแบบพฤติกรรมการใช้งานที่แตกต่างจากกลุ่มวัยอื่นอย่างชัดเจน และผู้วิจัยมีประเด็นอภิปรายเพื่อความชัดเจนของผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงที่สุดต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาเจนเอเรชันซีในจังหวัดอุดรธานี เป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดทางสังคมสูง มีการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดียเป็นประจำ และให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของเพื่อนหรือบุคคลในเครือข่าย ทำให้แรงสนับสนุนจากคนรอบข้าง เช่น เพื่อนร่วมชั้นเรียน อินฟลูเอนเซอร์ หรือคอนเทนต์ครีเอเตอร์ในโซเชียลมีเดีย กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้เกิดการใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ยิ่งในบริบทสถาบันการศึกษาในพื้นที่อำเภอเมืองอุดรธานี ซึ่งเป็นเมืองใหญ่ที่กำลังพัฒนาอย่างรวดเร็ว การเลียนแบบพฤติกรรมหรือการทำตามเทรนด์จึงยังเป็นตัวขับเคลื่อนที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ

2. ปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีนัยสำคัญต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มนักศึกษาเจนเอเรชันซี จะเป็นกลุ่มที่มีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยีสูง แต่พวกเขายังคงให้ความสำคัญกับความเรียบง่ายและความสะดวกในการใช้งาน การออกแบบที่ตรงไปตรงมา ไม่ซับซ้อน และตอบสนองรวดเร็ว เช่น Mobile Banking, QR Payment หรือ e-Wallet ต่าง ๆ มีผลต่อความพึงพอใจและการใช้งานอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มนักศึกษาและวัยรุ่นที่ใช้โทรศัพท์ในการทำธุรกรรมประจำวัน สอดคล้องกับงานวิจัย Ariyaphanphitak, P. (2025) กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานมีความคุ้นเคยและสามารถปรับตัวต่อเทคโนโลยีการชำระเงินแบบดิจิทัล เช่น e-Wallet, PromptPay และแอปพลิเคชันธนาคารบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ได้อย่างรวดเร็ว และยังรับรู้ถึงประโยชน์ของระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งในด้านความสะดวก ความรวดเร็ว และความสามารถในการจัดการทางการเงิน โดยมีปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการ

ยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้คุณค่าของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness) และความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use)

3. ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ เป็นแรงผลักดันที่สำคัญต่อยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาเจนเอเรชันซีในจังหวัดอุดรธานี เนื่องจากกลุ่มวัยนี้มีพฤติกรรมมุ่งเน้นความสะดวก รวดเร็ว และการทำธุรกรรมที่ปราศจากเงินสด เช่น การสแกนจ่ายในร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ หรือซื้อสินค้าออนไลน์ การรับรู้ว่าการเหล่านี้นี้ช่วยลดเวลา ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของพวกเขา ทำให้ประโยชน์ที่ได้รับกลายเป็นเหตุผลสำคัญในการเลือกใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านสมาร์ตโฟนอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัย รัฐชัย ศีลาเจริญ. (2568) ที่ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ความพึงพอใจ และความเชื่อมั่นในผู้ให้บริการ ส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

กล่าวโดยสรุป ผลการวิจัยชี้ว่าปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลสูงสุดต่อนักศึกษาเจนเอเรชันซีในจังหวัดอุดรธานี สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมกลุ่มของเยาวชนในต่างจังหวัด การยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่ได้ขึ้นอยู่กับความรู้ความง่ายเพียงอย่างเดียว แต่อยู่กับบริบททางสังคมและอิทธิพลของบุคคลรอบข้างซึ่งมีความแตกต่างกันตามกลุ่มวัยและพื้นที่ Budrak et al. (2024) ข้อค้นพบนี้ช่วยชี้ทิศทางให้ผู้พัฒนาบริการและผู้กำหนดนโยบายเน้นการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มวัยรุ่น การออกแบบฟังก์ชันที่ใช้งานง่าย และการสร้างคุณค่าที่ชัดเจน เพื่อต่อยอดการใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ให้แพร่หลายมากขึ้นในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ในงานวิจัยนี้ศึกษากับกลุ่มนักศึกษาเจนเอเรชันซี ในจังหวัดอุดรธานี พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ได้รับอิทธิพลทางตรงจากการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน การค้นพบนี้ช่วยให้เข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านสมาร์ตโฟน ผู้ให้บริการทั้งที่เป็นสถาบันการเงิน Non-Bank และ FinTech จึงควรที่จะพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อให้การชำระเงินไร้รอยต่อ สะดวก ปลอดภัย และตอบโจทย์ผู้ใช้บริการในอนาคต

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความปลอดภัยทางไซเบอร์ เสถียรภาพของระบบและโครงสร้างพื้นฐาน ประสบการณ์ผู้ใช้ และความเป็นส่วนตัวและข้อมูล ต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านสมาร์ตโฟน เพื่อลดปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น เช่น การหลอกลวงให้กดลิงก์ปลอม หรือการปลอมตัวเป็นเจ้าหน้าที่เพื่อขอรหัส OTP หรือข้อมูลส่วนตัว, มัลแวร์ที่แอบติดตั้งในเครื่องเพื่อดักจับข้อมูลการพิมพ์รหัสผ่าน หรือสร้างหน้าจอปลอมทับหน้าแอปธนาคารจริง, ความกังวลเรื่องการถูกติดตามพฤติกรรมการซื้อเพื่อนำไปใช้ในการโฆษณาที่รุกล้ำความเป็นส่วนตัว, และ แอปพลิเคชันธนาคาร ล่มในช่วงเวลาสำคัญ เช่น วันเงินเดือนออก หรือช่วงเทศกาลลดราคา ทำให้ผู้ใช้ไม่สามารถชำระเงินได้ การศึกษาเหล่านี้จะมีประโยชน์ต่อความเชื่อมั่นในการเลือกใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านสมาร์ตโฟนในชีวิตประจำวันได้

2. ข้อจำกัดในงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดด้านการวัดตัวแปรการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน เนื่องจากตัวชี้วัด PEOU2 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ในระดับต่ำ (0.26) จึงถูกตัดออกจากโมเดลการวัด ส่งผลให้

องค์ประกอบ PEOU เหลือตัวชี้วัดเพียงสองข้อ ได้แก่ PEOU1 และ PEOU3 แม้โมเดลที่มีองค์ประกอบแฝงซึ่งวัดด้วยตัวชี้วัดสองข้อจะสามารถประมาณค่าได้ เมื่ออยู่ในโมเดลสมการโครงสร้างที่สามารถระบุค่าได้อย่างเหมาะสม (Davvetas et al., 2020) และผลการประเมินภายหลังการตัดตัวชี้วัดพบว่าค่าความเชื่อมั่นเชิงองค์ประกอบและค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไปควรพัฒนาตัวชี้วัดเพิ่มเติมให้ครอบคลุมมิติของการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ตลอดจนทดสอบเครื่องมือกับกลุ่มตัวอย่างอื่นเพื่อยืนยันความเชื่อมั่น ความเที่ยงตรง และความคงที่ของโครงสร้างการวัด

เอกสารอ้างอิง

- กมลทิพย์ ชูประทีป, เสาวนีย์ สิทธิโชติ, อรุณา มุลศรี, สุพักตร์ มะกุล, และพีระนันท์ คำบอนพิทักษ์. (2568). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีการชำระเงินผ่าน QR Code ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นซี. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 7(4), 1–11.
- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2565). *ผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยปี 2565 Thailand Internet User Behavior 2022*. สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2569, จาก <https://www.etda.or.th/th/Our-Service/statistics-and-information.aspx>
- ทวิวรรณ คงณิษฐ์वाल, และณอมศักดิ์ สุวรรณน้อย. (2565). การสร้างแบบจำลองที่ผู้บริโภคเลือกชำระค่าสินค้าและบริการด้วย QR Code Payment ผ่านสมาร์ตโฟน: กรณีศึกษากรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 12(1), 41–56.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). *โครงการสำรวจพฤติกรรมการชำระเงินประชาชน โดยการบันทึกการใช้จ่ายประจำวัน (Payment Diary) ประจำปี 2566*. สืบค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2569, จาก <https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/research-and-publications/research/payment-research/Occasional-Paper-2023-Website.pdf>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2568). *ทิศทางการพัฒนาระบบการชำระเงินภายใต้ภูมิทัศน์การเงินไทย*. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2569, จาก <https://www.bot.or.th/th/news-and-media/news/news-20250930.html>
- ประสพชัย พสุนนท์. (2558). ความเที่ยงตรงของแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 18(18), 375–396.
- รัฐชัย ศีลาเจริญ. (2568). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานโมบายล์แบงก์กิ้งอย่างต่อเนื่อง*. Chulalongkorn University Theses and Dissertations (Chula ETD). สืบค้นเมื่อ 11 พฤษภาคม 2569, จาก <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/75436/>
- ศุภกฤต ปิติพัฒน์. (2565). แรงจูงใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเสมือนในเกมออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นซี. *วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ*, 9(1), 180–197.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ariyaphanphitak, P. (2025). A study of consumer behaviors and barriers to the use of digital payment systems in Bangkok. *Journal of Dhamma for Life*, 31(4), 127–143.
- Bentler, P. M., & Chou, C.-P. (1987). Practical issues in structural modeling. *Sociological Methods & Research*, 16(1), 78–117. <https://doi.org/10.1177/0049124187016001004>

- Bollen, K. A. (1989). **Structural equations with latent variables**. Wiley.
- Budrak, K., Kittinorarat, J., & Kachawangsi, A. (2024). The influence of technology acceptance on the intention to use online banking applications for financial transactions among Generation B users in Bangkok, Thailand. **Asian Interdisciplinary and Sustainability Review**, 13(2), 112–120.
- Cortina, J. M. (1993). What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. **Journal of Applied Psychology**, 78(1), 98–104. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.78.1.98>
- Daragmeh, A., Lentner, C., & Sagi, J. (2021). Fintech payments in the era of COVID-19: Factors influencing behavioral intentions of “Generation X” in Hungary to use mobile payment. **Journal of Behavioral and Experimental Finance**, 32, Article 100574.
- Davis, F. D. (1985). **A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results** [Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology]. MIT DSpace. <https://dspace.mit.edu/handle/1721.1/15192>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. **MIS Quarterly**, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davvetas, V., Diamantopoulos, A., Zaefarian, G., & Sichtmann, C. (2020). Ten basic questions about structural equations modeling you should know the answers to—but perhaps you don’t. **Industrial Marketing Management**, 90, 252–263.
- DeVellis, R. F. (2017). **Scale development: Theory and applications** (4th ed.). SAGE Publications.
- Diamantopoulos, A., & Siguaw, J. A. (2000). **Introducing LISREL: A guide for the uninitiated**. SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781849209359>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. **Journal of Marketing Research**, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). **Multivariate data analysis** (7th ed.). Pearson Education.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). **Multivariate data analysis** (8th ed.). Cengage.
- Hayduk, L. A., & Littvay, L. (2012). Should researchers use single indicators, best indicators, or multiple indicators in structural equation models? **BMC Medical Research Methodology**, 12, Article 159.
- Jöreskog, K. G., & Sörbom, D. (1993). **LISREL 8: User’s reference guide**. Scientific Software International.
- Kelloway, E. K. (2015). **Using Mplus for structural equation modeling: A researcher’s guide**. Sage Publications.

- Kline, R. B. (2011). **Principles and practice of structural equation modeling** (3rd ed.). Guilford Press.
- Kline, R. B. (2016). **Principles and practice of structural equation modeling** (4th ed.). Guilford Press.
- Nunnally, J. C. (1978). **Psychometric theory** (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Saetim, S. (2020). Factors influencing mobile banking adoption of students in Prince of Songkla University, Trang Campus. **Silpakorn University Journal**, 40(4), 68–85.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). **A beginner's guide to structural equation modeling** (3rd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Worthington, R. L., & Whittaker, T. A. (2006). Scale development research: A content analysis and recommendations for best practices. **The Counseling Psychologist**, 34(6), 806–838.
<https://doi.org/10.1177/0011000006288127>