

แบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม  
ในการใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดอุดรธานี\*  
A CAUSAL MODEL OF FACTORS INFLUENCING ENTREPRENEURS'  
BEHAVIORAL INTENTION TOWARD USING THUNGNGERN  
APPLICATION IN UDON THANI PROVINCE

นิษา ศักดิ์ชูวงศ์

Nisa Sakchuwong

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

Udon Thani Rajabhat University, Thailand

E-mail: nisa@udru.ac.th

## บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาแบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดอุดรธานี 2) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงิน งานวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการในจังหวัดอุดรธานีที่ใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงิน จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามแบบ 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมานด้วยวิธีวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างตามความแปรปรวนร่วม ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรแฝงที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดอุดรธานี ประกอบไปด้วย ตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ตัวแปรการรับรู้ความยากง่ายในการใช้งาน และตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งาน สรุปความสัมพันธ์ของตัวแปรในแบบจำลองดังนี้ 1) การรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความยากง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งาน 2) การรับรู้ความยากง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน และ 3) การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน นอกจากนี้ ตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่านของอิทธิพลทางอ้อมระหว่างตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงและการรับรู้ความยากง่ายในการใช้งานไปยังตัวแปรความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งาน

\* Received 2 August 2021; Revised 23 February 2022; Accepted 25 February 2022



**คำสำคัญ:** แอปพลิเคชันถุงเงิน, การรับรู้ประโยชน์, การรับรู้ความยากง่าย, การรับรู้ความเสี่ยง, ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

## Abstract

The objectives of this research article were to 1) develop a causal model of the factors influencing entrepreneurs' behavioral intention toward using the Thungngern application in Udon Thani Province 2) study causal factors influencing behavioral intention toward using Thungngern application. This research used the quantitative methods. The samples were collected from 400 entrepreneurs in Udon Thani Province who used the Thungngern application. They were randomized by systematic random sampling. The research's instrument was a five-level questionnaire. The inferential statistics used were a structural relation analysis by using Covariance-Based Structural Equation Modeling. The findings of the casual relation analysis showed that the latent factors influencing entrepreneurs' behavioral intention toward using the Thungngern application consisted of perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk variable. For more elaboration. 1) perceived usefulness and perceived ease of use directly positive influenced on entrepreneurs' behavioral intention. 2) perceived ease of use directly positive influence on perceived usefulness, and 3) perceived risk directly negative influence on entrepreneurs' behavioral intention and perceived usefulness. Moreover, perceived usefulness mediated the relationship between perceived risk and perceived ease of use to entrepreneurs' behavioral intention.

**Keywords:** Thungngern Application, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk, Behavioral Intention

## บทนำ

ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว นโยบายของรัฐบาลในปัจจุบันต้องการขับเคลื่อนประเทศด้วยนวัตกรรมโดยมีฐานคิดหลัก คือ เปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น ซึ่งเรียกนโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจ “ประเทศไทย 4.0” โดยหนึ่งในเป้าหมายหลัก คือ พัฒนาให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิต



อย่างยั่งยืน ซึ่งมีแผนงานยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment Master Plan) ของรัฐบาลที่มุ่งเน้นการดำเนินธุรกรรมทางการเงินให้เป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็วและลดปริมาณเอกสารทางการเงินเพื่อเตรียมพร้อมเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) (สำนักงานเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2561)

ในปีพ.ศ. 2562 เศรษฐกิจของประเทศไทยเกิดการชะลอตัวจากพิษสงครามการค้าระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศจีน ส่งผลให้ประชาชนมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายเงินมากยิ่งขึ้น รัฐบาลจึงได้ออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านโครงการ “ชิม ช้อป ใช้” เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนใช้จ่ายผ่านการท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นโดยรัฐสนับสนุนค่าใช้จ่ายจำนวน 1,000 บาท ส่วนที่เกินผู้ใช้สามารถเรียกรับเงินคืน (Cash Back) อีก 15% ผ่านแอปพลิเคชัน “เปาตัง” ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่ออำนวยความสะดวกให้ภาคประชาชนทำธุรกรรมผ่านระบบกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-wallet) และได้มีการพัฒนาแอปพลิเคชัน “ถุงเงิน” เพื่อรองรับผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ “ชิม ช้อป ใช้” ต่อมาในปีพ.ศ. 2563 เกิดสถานการณ์ไวรัสโคโรนา (Covid-19) ระบาดทำให้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศ รัฐบาลได้ออกนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจและช่วยเหลือประชาชน ผู้ประกอบการ ผ่านโครงการเราเที่ยวด้วยกันและคนละครึ่ง ซึ่งการใช้งานยังต้องทำธุรกรรมระหว่างแอปพลิเคชันเปาตังและแอปพลิเคชันถุงเงิน ต่อมาในปีพ.ศ. 2564 สถานการณ์ไวรัสโคโรนา (Covid-19) กลับมาระบาดรุนแรงยิ่งขึ้นรัฐบาลได้ออกนโยบายเพื่อเยียวยาและช่วยเหลือประชาชน ผู้ประกอบการผ่านโครงการเราชนะและ ม.33 เรารักกัน โดยรัฐบาลตั้งเป้าจะให้เกิดเงินหมุนเวียนกว่า 2.5 แสนล้านบาท และมีร้านค้าผู้ประกอบการเข้าร่วมมากกว่า 1.5 ล้านกิจการ (พีพีทีวี ออนไลน์, 2564) จากข้อมูล ณ วันที่ 27 มกราคม พ.ศ. 2564 มีร้านค้าเข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 1 ล้านกิจการ (สำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง, 2564) จะเห็นได้ว่าหากต้องการบรรลุเป้าหมายจะต้องจูงใจ เจ้าของร้านค้า ผู้ประกอบการกว่า 5 ล้านกิจการให้เข้าร่วมโครงการ

จะเห็นได้ว่านโยบายของรัฐบาลเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันให้ประชาชนเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ เงินสดเป็นสังคมการใช้จ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสามารถอธิบายผ่านแบบจำลองสมการโครงสร้างการยอมรับเทคโนโลยี (Davis, F. D. et al., 1989) นั่นคือหากผู้ใช้งานรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานและรับรู้การใช้งานที่ง่าย จะส่งผลให้ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการใช้งานเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้ใช้งานจริงในที่สุด เมื่อพิจารณาแอปพลิเคชันถุงเงินที่มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องให้ใช้งานที่ง่าย รวมเอาการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านนโยบายต่าง ๆ เข้าในแอปพลิเคชันทำให้มีผู้ประกอบการ ร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการมีเพิ่มมากขึ้น แต่ก็เป็นที่น่าสังเกตว่ายังมีผู้ประกอบการอีกมากที่ยังไม่เข้าร่วมโครงการ ซึ่งหากรัฐบาลต้องการให้นโยบายต่าง ๆ ของรัฐดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องให้ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมโครงการมากที่สุด จากข้อมูลเบื้องต้นที่ผ่านมาผู้ประกอบการได้สะท้อน



ปัญหาการใช้งานในประเด็นของยอดเงินโอนล่าช้า การตรวจสอบรายการทำได้ยากและความเสี่ยงที่ยอดเงินไม่ครบ (ข้าวสด, 2564) ทำให้ผู้ประกอบการบางส่วนมีความกังวลใจในการใช้งานแอปพลิเคชันซึ่งน่าจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงินดังกล่าว

เมื่อพิจารณาการศึกษาแบบจำลองสมการโครงสร้างการยอมรับเทคโนโลยีที่ผ่านมา ผลการศึกษายังจำกัดอยู่เฉพาะตัวแปรการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ยังไม่ได้มีการนำตัวแปรอื่น ๆ เข้ามาร่วมอธิบายมากนัก เมื่อพิจารณาความกังวลใจที่เกิดขึ้นของผู้ใช้งาน ผู้วิจัยจึงได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและงานวิจัยที่ผ่านมาเบื้องต้นพบว่า มีงานวิจัยหลายเรื่องได้อธิบายถึงการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งาน (Perceived Risk) ที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งาน ซึ่งมีงานวิจัยที่นำเอาตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงมาอธิบายร่วมกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีได้แก่ Dachyar, M. & Liska, B. (Dachyar, M. & Liska, B., 2010) , Nguyen, T. D. & Nguyen, T. C. (Nguyen, T. D. & Nguyen, T. C., 2017) และ Galib, M. H. et al. (Galib, M. H. et al., 2018) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานร่วมกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีเพื่อให้สามารถอธิบายความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการใช้งานได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อประโยชน์ต่อภาครัฐในการพัฒนาปรับปรุงแอปพลิเคชันถุงเงินและจูงใจให้ผู้ประกอบการที่ยังไม่เข้าร่วมโครงการสมัครใช้งานมากยิ่งขึ้น เพื่อให้บรรลุตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ ในการเตรียมความพร้อมสู่สังคมไร้เงินสด เกิดประโยชน์ต่อผู้ประกอบการที่ต้องการนำข้อมูลไปใช้ในการบริหารจัดการที่ต้องการให้เกิดการยอมรับการเปลี่ยนแปลงจากการนำสิ่งใหม่ ๆ เข้ามาใช้งาน รวมถึงประโยชน์ต่อแวดวงวิชาการที่ต้องการยืนยันทฤษฎีและเป็นแนวทางให้ขยายผลการศึกษาไปยังตัวแปรหรือปัจจัยอื่น ๆ ต่อไป

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาแบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงิน

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษารั้งนี้เป็งานวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินวิจัยดังนี้

##### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบการในจังหวัดอุดรธานีที่ใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงินที่รับชำระค่าบริการจากโครงการที่รัฐบาลสนับสนุนได้แก่ โครงการคนละครึ่ง โครงการ



เราชนะ และโครงการ ม.33 เรารักกัน จากข้อมูลในระบบสารสนเทศช่วยค้นหาผู้ประกอบการในเว็บไซต์คนละครึ่งดอทคอม มีผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ ณ วันที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2564 จำนวน 14,524 ร้านค้า กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้เกณฑ์ขนาดประชากร (Yamane, T., 1973) เกณฑ์ 20 เท่าของตัวแปรสังเกต (Hair Jr., J. F. et al., 2010) และเกณฑ์อำนาจการทดสอบ (Kock, N. & Hadaya, P., 2018)

เลือกตัวอย่างจากวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic Sampling) แบบเส้นตรง จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง : ประชากรเท่ากับ 1 : 36 สุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ลำดับที่ 1 ถึง 36 ได้ตัวเลข 22 จะได้ลำดับการเลือกตัวอย่างจากเว็บไซต์คนละครึ่งดอทคอม เป็น  $22+36(n-1)$  โดยที่  $n$  คือ ลำดับการเลือกตัวอย่างตั้งแต่ 1, 2, 3,..., 400 เลือกตัวอย่างจนครบ 400 ตัวอย่าง

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบวัดความคิดเห็นของผู้ประกอบการในจังหวัดอุดรธานีที่ใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงิน ประกอบด้วยข้อคำถามในส่วนของตัวแปรในแบบจำลอง ได้แก่ ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความยากง่าย และการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงิน เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) กำหนดตัวเลือก 5 ระดับ โดยมีลักษณะการตอบจากระดับมากที่สุดจนถึงระดับน้อยที่สุด ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา ความถูกต้องของสำนวนและภาษาที่ใช้จนได้ค่า  $IOC = 1$  ทุกข้อคำถาม และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่คล้ายคลึงกับประชากรที่ทำการศึกษา จำนวน 30 ตัวอย่าง พบว่าแบบสอบถามในแต่ละด้านมีระดับความเชื่อมั่นระหว่าง 0.792 - 0.932 มากกว่า 0.7 ทุกตัวแปรซึ่งยอมรับได้ (Hair Jr., J. F. et al., 2010)

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีการรวบรวมเอาไว้แล้ว อาทิหนังสือวิชาการ บทความวิทยานิพนธ์ วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการใช้แบบสอบถามไปยังผู้ประกอบการในจังหวัดอุดรธานีที่ใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงิน ที่รับชำระค่าบริการจากโครงการที่รัฐบาลสนับสนุนได้แก่ โครงการคนละครึ่ง โครงการเราชนะและโครงการ ม.33 เรารักกัน โดยใช้ระยะเวลาเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 10 เมษายน - 10 พฤษภาคม พ.ศ. 2564 ระยะเวลา 1 เดือน

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่



1. วิเคราะห์ตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตว่ามีความเหมาะสมที่จะนำเข้าสู่แบบจำลองสมการโครงสร้างจากวิเคราะห์ความเป็นปกติของข้อมูล วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูล เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ แล้วนำไปวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันจากการทดสอบดัชนีความกลมกลืนโดยใช้เกณฑ์ดังนี้ (Hair Jr., J. F. et al., 2010) ค่าไคสแควร์ ( $\chi^2$ ) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $p > 0.05$ ), ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ ( $\chi^2 / df$ )  $< 2.00$ , ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI)  $> 0.95$ , ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนปรับแก้แล้ว (AGFI)  $> 0.90$ , ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI)  $> 0.95$ , ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized RMR)  $< 0.08$  และค่ารากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA)  $< 0.06$  ทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงเพื่อพิจารณาว่าตัวแปรมีความเหมาะสมในการนำเข้าสู่แบบจำลองสมการโครงสร้าง

2. วิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural equation modeling) พิจารณาความสอดคล้องของแบบจำลองที่พัฒนาจากข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยดูจากค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบจำลอง ค่าพารามิเตอร์แต่ละเส้น ความสมเหตุสมผลของขนาดและทิศทางของค่าพารามิเตอร์แต่ละเส้น แปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลการทดสอบสมมติฐานและผลการทดสอบอิทธิทางอ้อม

## ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบความกลมกลืนของแบบจำลอง ผู้วิจัยได้ปรับแบบจำลองเพื่อผ่อนคลายข้อตกลงเบื้องต้นโดยให้ความคลาดเคลื่อนของตัวแปรภายในสังเกตได้มีความสัมพันธ์กันเพื่อให้แบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาดัชนีความกลมกลืน ได้แก่ ค่าไคสแควร์ ( $\chi^2$ ) มีค่าเท่ากับ 104.445 ( $p = 0.285$ ) ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ ( $\chi^2 / df$ ) มีค่าเท่ากับ 1.077 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.969 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.956 ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.997 ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized RMR) มีค่าเท่ากับ 0.032 และค่ารากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.014 ผ่านเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาทุกเงื่อนไข แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองมีความสัมพันธ์สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ดังตารางที่ 1



**ตารางที่ 1** ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบความกลมกลืนของแบบจำลอง

| ค่าดัชนี         | เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา                   | ผลการทดสอบ                         |                                    | แปลผล     |
|------------------|--------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|-----------|
|                  |                                      | ก่อนปรับ                           | หลังปรับ                           |           |
| $\chi^2$         | มีนัยสำคัญทางสถิติ<br>( $p > 0.05$ ) | 123.730 (98 df)<br>( $p = 0.041$ ) | 104.445 (97 df)<br>( $p = 0.285$ ) | ผ่านเกณฑ์ |
| $\chi^2 / df$    | $< 2.00$                             | 1.263                              | 1.077                              | ผ่านเกณฑ์ |
| GFI              | $> 0.95$                             | 0.963                              | 0.969                              | ผ่านเกณฑ์ |
| AGFI             | $> 0.90$                             | 0.949                              | 0.956                              | ผ่านเกณฑ์ |
| CFI              | $> 0.95$                             | 0.991                              | 0.997                              | ผ่านเกณฑ์ |
| Standardized RMR | $< 0.08$                             | 0.033                              | 0.032                              | ผ่านเกณฑ์ |
| RMSEA            | $< 0.06$                             | 0.026                              | 0.014                              | ผ่านเกณฑ์ |

2. ผลการทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของตัวแปรแฝงในแบบจำลองสมการโครงสร้างดังนี้

ผลทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค ( $\alpha$ ) ตั้งแต่ 0.801 ถึง 0.855 และค่าความเชื่อมั่นองค์ประกอบ (CR) มีค่าตั้งแต่ 0.816 - 0.857 ซึ่งมากกว่า 0.7 แสดงว่าตัวแปรสังเกตมีความคงเส้นคงวาในการวัด

ผลทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ค่าความเที่ยงตรงภายใน (Convergent Validity) จากค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) มีค่าตั้งแต่ 0.528 - 0.602 ซึ่งมากกว่า 0.5 แสดงว่าตัวแปรสังเกตมีคุณสมบัติอยู่ร่วมกันในตัวแปรแฝงตรงตามทฤษฎีที่กำหนด

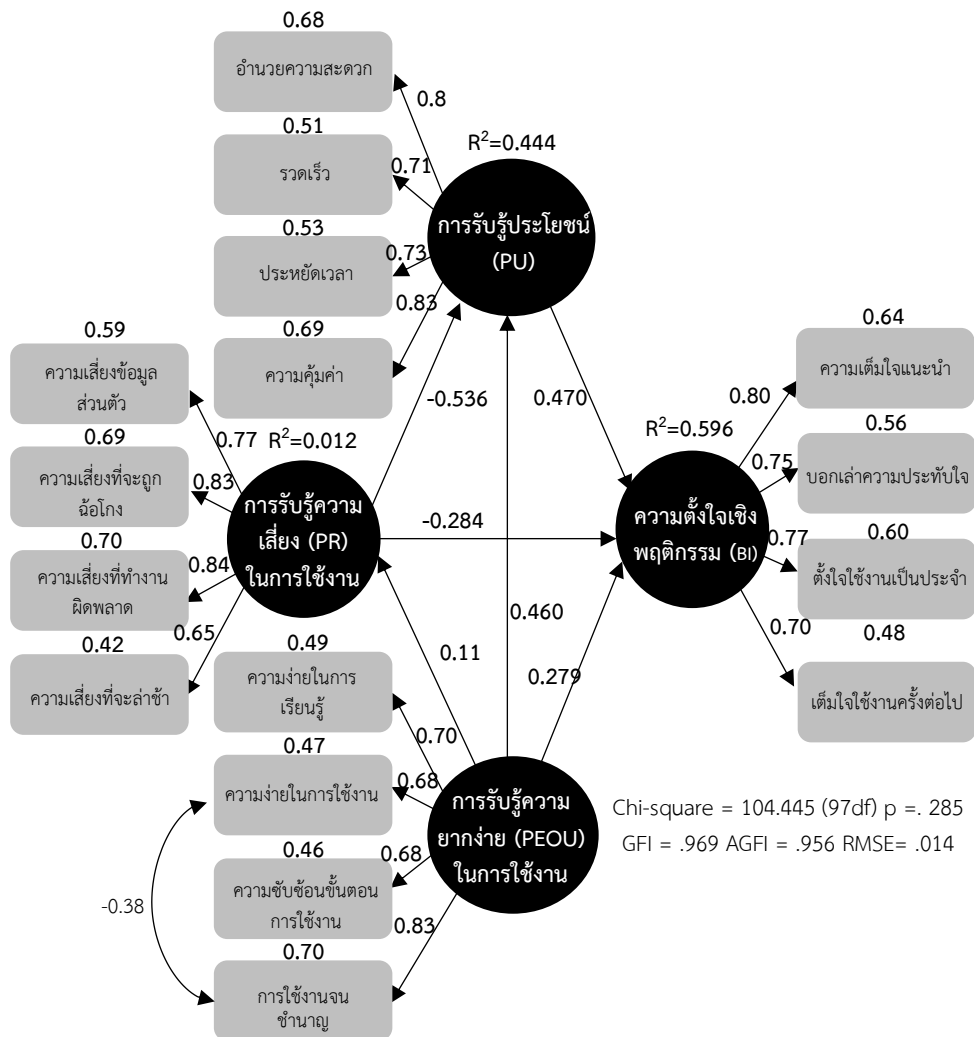
ผลทดสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนกของมาตรวัด (Discriminant Validity) ด้วยวิธีค่าความแปรปรวนร่วมสูงสุด (MSV) มีค่าตั้งแต่ 0.189 - 0.517 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) ของตัวแปรแฝงทุกค่า และผลการทดสอบด้วยวิธี Heterotrait - Monotrait Ratio of Correlations (HTMT) มีค่าตั้งแต่ 0.091 - 0.730 โดยค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงมีค่าต่ำกว่า 0.85 ทุกค่าแสดงว่าตัวแปรแฝงสามารถแยกออกจากตัวแปรแฝงอื่นได้อย่างชัดเจน ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ผลการทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของตัวแปรแฝง

| ตัวแปรแฝง            | Reliability      |                       | Convergent and Discriminant Validity |                         |                                                    |      |    |    |
|----------------------|------------------|-----------------------|--------------------------------------|-------------------------|----------------------------------------------------|------|----|----|
|                      | Cronbach's Alpha | Composite Reliability | Average Variance Extracted           | Maximum Shared Variance | Heterotrait-monotrait Ratio of Correlations (HTMT) |      |    |    |
|                      | ( $\alpha$ )     | (CR)                  | (AVE)                                | (MSV)                   | PU                                                 | PEOU | PR | BI |
| PU ( $R^2 = 0.444$ ) | 0.852            | 0.857                 | 0.601                                | 0.517                   |                                                    |      |    |    |
| PEOU                 | 0.801            | 0.816                 | 0.528                                | 0.189                   | 0.411                                              |      |    |    |



| ตัวแปรแฝง            | Reliability      |                       | Convergent and Discriminant Validity |                         |                                                    |       |       |    |
|----------------------|------------------|-----------------------|--------------------------------------|-------------------------|----------------------------------------------------|-------|-------|----|
|                      | Cronbach's Alpha | Composite Reliability | Average Variance Extracted           | Maximum Shared Variance | Heterotrait-monotrait Ratio of Correlations (HTMT) |       |       |    |
|                      | ( $\alpha$ )     | (CR)                  | (AVE)                                | (MSV)                   | PU                                                 | PEOU  | PR    | BI |
| PR ( $R^2 = 0.012$ ) | 0.855            | 0.857                 | 0.602                                | 0.235                   | 0.498                                              | 0.091 |       |    |
| BI ( $R^2 = 0.596$ ) | 0.839            | 0.841                 | 0.571                                | 0.517                   | 0.730                                              | 0.425 | 0.502 |    |



ภาพที่ 1 แบบจำลองสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดอุดรธานี



3. ผลการทดสอบสมมติฐานจากกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ ผลการทดสอบสมมติฐานและค่าสถิติของตัวแปรแฝง แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานและค่าสถิติของตัวแปรแฝง

| สมมติฐาน       | เส้นทางอิทธิพล |   | น้ำหนักอิทธิพล | สถิติที่    |          | ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน | ผลทดสอบสมมติฐาน |
|----------------|----------------|---|----------------|-------------|----------|-----------------------|-----------------|
|                |                |   |                | ( $\beta$ ) | (t)      | (S.E.)                |                 |
| H <sub>1</sub> | PU             | → | BI             | 0.470       | 6.815**  | 0.058                 | ยอมรับ          |
| H <sub>2</sub> | PEOU           | → | BI             | 0.279       | 4.823**  | 0.068                 | ยอมรับ          |
| H <sub>3</sub> | PR             | → | BI             | -0.284      | -4.740** | 0.050                 | ยอมรับ          |
| H <sub>4</sub> | PEOU           | → | PU             | 0.460       | 8.333**  | 0.077                 | ยอมรับ          |
| H <sub>5</sub> | PEOU           | → | PR             | 0.112       | 1.932    | 0.082                 | ปฏิเสธ          |
| H <sub>6</sub> | PR             | → | PU             | -0.536      | -9.554** | 0.055                 | ยอมรับ          |

หมายเหตุ \*\* ระดับนัยสำคัญ .01

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลทดสอบยอมรับสมมติฐาน 1 การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันลงทุนอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 เนื่องจากมีค่าสถิติ (t) เท่ากับ 6.815 ซึ่งมากกว่า 2.58 มีน้ำหนักอิทธิพล ( $\beta$ ) ในเชิงบวกเท่ากับ 0.470

ผลทดสอบยอมรับสมมติฐาน 2 การรับรู้ความยากง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันลงทุนอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 เนื่องจากมีค่าสถิติ (t) เท่ากับ 4.823 ซึ่งมากกว่า 2.58 มีน้ำหนักอิทธิพล ( $\beta$ ) ในเชิงบวกเท่ากับ 0.279

ผลทดสอบยอมรับสมมติฐาน 3 การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันลงทุนอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 เนื่องจากมีค่าสถิติ (t) เท่ากับ -4.740 ซึ่งน้อยกว่า -2.58 มีน้ำหนักอิทธิพล ( $\beta$ ) ในเชิงลบเท่ากับ -0.284

ผลทดสอบยอมรับสมมติฐาน 4 การรับรู้ความยากง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานแอปพลิเคชันลงทุนอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 เนื่องจากมีค่าสถิติ (t) เท่ากับ 8.333 ซึ่งมากกว่า 2.58 มีน้ำหนักอิทธิพล ( $\beta$ ) ในเชิงบวกเท่ากับ 0.460

ผลทดสอบปฏิเสธสมมติฐาน 5 เนื่องจากการรับรู้ความยากง่ายในการใช้งานไม่มีอิทธิพลกับความเสี่ยงในการใช้งานแอปพลิเคชันลงทุน ที่ระดับ .05 มีค่าสถิติ (t) เท่ากับ



1.932 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 1.96 มีน้ำหนักอิทธิพล ( $\beta$ ) ในเชิงบวกเท่ากับ 0.112 ซึ่งจะอภิปรายผลต่อไป

ผลทดสอบยอมรับสมมติฐาน 6 การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงินอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 เนื่องจากมีค่าสถิติ (t) เท่ากับ -9.554 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า -2.58 มีน้ำหนักอิทธิพล ( $\beta$ ) ในเชิงลบเท่ากับ -0.536

4. ผลการทดสอบอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลโดยรวมด้วยวิธี Bootstrapping ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ทดลองแทนที่ค่าตัวแปรจำนวน 2,000 ครั้ง ผลการทดสอบดังตารางที่ 4

**ตารางที่ 4** แสดงอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลโดยรวมของตัวแปร

| เส้นทางอิทธิพล     | น้ำหนักอิทธิพล |         | ความเชื่อมั่น 95% |        | ความหมาย          |
|--------------------|----------------|---------|-------------------|--------|-------------------|
|                    | ( $\beta$ )    | P-value | Lower             | Upper  |                   |
| 1. PEOU --> BI     |                |         |                   |        |                   |
| Total Effect       | 0.476**        | 0.001   | 0.386             | 0.56   |                   |
| Indirect Effect    |                |         |                   |        | เป็นตัวแปรส่งผ่าน |
| PEOU --> PU --> BI | 0.208**        | 0.001   | 0.143             | 0.295  | บางส่วน           |
| Direct Effect      | 0.268**        | 0.001   | 0.151             | 0.373  |                   |
| 2. PR --> BI       |                |         |                   |        |                   |
| Total Effect       | -<br>0.517**   | 0.001   | -0.595            | -0.442 |                   |
| Indirect Effect    |                |         |                   |        | เป็นตัวแปรส่งผ่าน |
| PR --> PU --> BI   | -<br>0.243**   | 0.001   | -0.348            | -0.155 | บางส่วน           |
| Direct Effect      | -<br>0.274**   | 0.001   | -0.402            | -0.153 |                   |

หมายเหตุ \*\*ระดับนัยสำคัญ .01 (Bootstrapping times = 2,000)

เส้นทางอิทธิพลจากตัวแปรเหตุ ส่งผ่านไปยังตัวแปรผล ประกอบด้วย 2 เส้นทาง ได้แก่  
เส้นทางที่ 1 การรับรู้ความยากง่ายในการใช้งานส่งผ่านอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานไปยังความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานที่ระดับนัยสำคัญ .01 มีค่าน้ำหนักอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกเท่ากับ 0.208

เส้นทางที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานส่งผ่านอิทธิพลทางอ้อม ผ่านตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานไปยังความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานระดับนัยสำคัญ .01 มีค่าน้ำหนักอิทธิพลทางอ้อมเชิงลบเท่ากับ -0.243



## อภิปรายผล

จากผลการวิจัยแบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดอุดรธานี ผู้วิจัยอภิปรายผลตามข้อค้นพบและความสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงิน ผลจากการวิจัยพบว่าหากผู้ใช้งานรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานเพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลให้เกิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานเพิ่มสูงขึ้นเช่นเดียวกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการเมื่อได้ลองใช้งานเกิดความรู้สึกว่า แอปพลิเคชันถุงเงินสามารถช่วยอำนวยความสะดวก เกิดความรวดเร็ว ประหยัดเวลาและคุ้มค่าที่จะใช้งาน จึงเกิดความเต็มใจแนะนำ บอกเล่าความประทับใจ ตั้งใจจะใช้งานในครั้งต่อไปและตั้งใจจะใช้เป็นประจำ ดังข้อค้นพบของ Dachyar, M. & Liska, B.; Chin, J. & Lin, S. C. และ Galib, M. H. et al. ซึ่งศึกษาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี E-Commerce, Management System และ Social CRM ตามลำดับ ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ายิ่งผู้ใช้งานรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานมากขึ้นจะส่งผลให้เกิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานเพิ่มขึ้นตาม (Dachyar, M. & Liska, B., 2010); (Chin, J. & Lin, S. C., 2016); (Galib, M. H. et al., 2018)

2. การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงิน ผลจากการวิจัยพบว่าหากผู้ใช้งานรับรู้ว่าย่างแอปพลิเคชันถุงเงินยิ่งใช้งานได้ง่ายจะส่งผลให้เกิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานเพิ่มสูงขึ้นเช่นเดียวกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการเมื่อได้ใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงินเกิดความรู้สึกว่าใช้งานง่าย ไม่ต้องเรียนรู้มากนัก ขั้นตอนการใช้งานไม่ซับซ้อน ใช้ไม่นานก็เกิดความชำนาญ จึงเกิดความเต็มใจแนะนำ บอกเล่าความประทับใจ ตั้งใจจะใช้งานในครั้งต่อไปและตั้งใจจะใช้เป็นประจำ ดังข้อค้นพบของ Dachyar, M. & Liska, B.; Chin, J. & Lin, S. C. และ Neda, A. & Saeedeh, R. H. ซึ่งศึกษาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี E-Commerce, Management System และ Social Commerce ตามลำดับ ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ายิ่งผู้ใช้งานรับรู้ความง่ายในการใช้งานมากขึ้นจะส่งผลให้เกิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานเพิ่มขึ้นตาม (Dachyar, M. & Liska, B., 2010); (Chin, J. & Lin, S. C., 2016); (Neda, A. & Saeedeh, R. H., 2017)

3. การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงิน ผลจากการวิจัยพบว่าหากผู้ใช้งานรับรู้ว่ามีความเสี่ยงการใช้งานเพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลให้เกิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานลดลง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการรับรู้ว่าการใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงิน อาจเกิดความเสี่ยงของข้อมูลส่วนตัวรั่วไหล เกิดการฉ้อโกง ระบบผิดพลาดและไม่ได้รับเงิน ผู้ใช้งานจะบอกเล่าในเชิงลบ ไม่แนะนำให้ผู้อื่นใช้งาน การใช้งานลดลงและอาจจะไม่ใช้งานอีก ดังข้อค้นพบของ Kim, D. J. et al.;



Nguyen, T. D. & Nguyen, T. C. และ Galib, M. H. et al. ซึ่งศึกษาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี E-Commerce, Online Banking และ Social CRM ตามลำดับ ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ายิ่งผู้ใช้งานรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานมากขึ้นจะส่งผลให้ความสนใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานลดลง (Galib, M. H. et al., 2018); (Nguyen, T. D. & Nguyen, T. C., 2017); (Kim, D. J. et al., 2008)

4. การรับรู้ความยากง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงิน ผลจากการวิจัยพบว่า หากผู้ใช้งานยังรับรู้ว่าการใช้งานง่ายส่งผลให้เกิดการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการเมื่อได้ใช้งานเกิดความรู้สึกว่าใช้งานง่าย ไม่ต้องเรียนรู้มากนัก ขั้นตอนการใช้งานไม่ซับซ้อน ใช้ไม่นานก็เกิดความชำนาญ จึงรับรู้ว่าการใช้งานง่ายช่วยอำนวยความสะดวก เกิดความรวดเร็ว ประหยัดเวลาและคุ้มค่าที่จะใช้งาน ดังข้อค้นพบของ Kamarulzaman, Y. และ Dachyar, M. & Liska, B. ซึ่งศึกษาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี E-Commerce และ Chin, J. & Lin, S.C. ศึกษาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี Management System ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ายิ่งผู้ใช้งานรับรู้ความยากง่ายในการใช้งานมากขึ้นจะส่งผลให้การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานเพิ่มขึ้นตาม (Kamarulzaman, Y., 2007); (Dachyar, M. & Liska, B., 2010); (Chin, J. & Lin, S. C., 2016)

5. การรับรู้ความยากง่ายในการใช้งานไม่มีอิทธิพลกับความเสี่ยงในการใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงิน ผลจากการวิจัยพบว่า ถึงแม้ผู้ใช้งานจะรับรู้ว่าการใช้งานได้ง่ายแต่ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะแอปพลิเคชันถุงเงินเป็นเทคโนโลยีที่ใหม่ต่อผู้ใช้งานจึงยังเกิดความกังวลจากความเสี่ยงต่าง ๆ ในการใช้งานถึงแม้ว่าจะใช้งานได้ง่ายเพียงใดก็ตาม ดังข้อค้นพบของ Kamarulzaman, Y. ศึกษาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี E-Commerce ในปี 2007 (Kamarulzaman, Y., 2007) ซึ่งการซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในอังกฤษในยุคนั้นถือเป็นเรื่องใหม่และผู้ใช้งานยังกังวลต่อความเสี่ยงในการซื้อสินค้าผ่านช่องทางดังกล่าว ต่างจากข้อค้นพบของ Featherman, M. & Pavlou, P.; Null, K. D. et al. และ Azmi, A. C. & Kamarulzaman, Y. ได้ศึกษาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี Internet software, Health Technology และ Tax E-Filing ตามลำดับ ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวผู้ใช้งานสามารถประเมินความเสี่ยงจากการใช้งานได้ในระดับหนึ่ง เมื่อได้ใช้งานเทคโนโลยีดังกล่าวและรับรู้ว่าการใช้งานได้ง่ายจึงรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานลดลง (Featherman, M. & Pavlou, P., 2003); (Null, K. D. et al., 2011); (Azmi, A. C. & Kamarulzaman, Y., 2012)

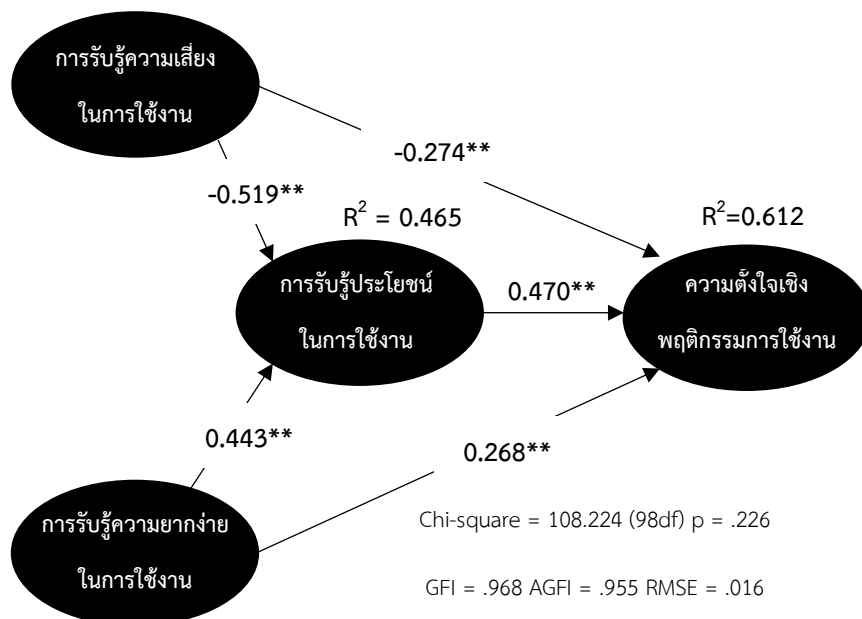
6. การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงิน ผลจากการวิจัยพบว่าหากผู้ใช้งานรับรู้ความเสี่ยงในการใช้มากขึ้นจะส่งผลให้เกิดการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานลดลง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเมื่อผู้ประกอบการใช้งานได้รับรู้ว่ามีความเสี่ยงต่าง ๆ เกิดขึ้น ความเสี่ยงนั้นส่งผลในด้านลบและไม่เกิดประโยชน์ที่



จะใช้งานแอปพลิเคชันถุงเงิน ดังข้อค้นพบของ Azmi, A. C. & Kamarulzaman, Y. และ Neda, A. & Saeedeh, R. H. ได้ศึกษาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี Tax E-Filing และ Social Commerce ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ายิ่งผู้ใช้งานรับรู้รับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานมากขึ้นจะส่งผลให้การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานลดลง (Azmi, A. C. & Kamarulzaman, Y., 2012); (Neda, A. & Saeedeh, R. H., 2017)

## องค์ความรู้ใหม่

จากสมมติฐานทั้ง 6 ข้อ ตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานเป็นตัวแปรเหตุร่วมกับตัวแปรการรับรู้ความยากง่ายในการใช้งาน โดยมีตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วนไปยังตัวแปรความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการใช้งาน นั่นหมายความว่าหากพัฒนาแอปพลิเคชันถุงเงินให้ผู้ใช้งานรับรู้ความเสี่ยงลดลงในประเด็นของความเสี่ยงข้อมูลส่วนตัว ความเสี่ยงที่จะถูกฉ้อโกง ความเสี่ยงที่ทำงานผิดพลาดและความเสี่ยงที่ทำงานล่าช้า และให้ผู้ใช้งานรับรู้ถึงการใช้งานที่ง่ายเพิ่มมากขึ้น ในประเด็นของความง่ายในการเรียนรู้ ความง่ายในการใช้งาน ความซับซ้อนขั้นตอนการใช้งานและการใช้งานจนชำนาญ จะทำให้ผู้ใช้งานรับรู้ถึงประโยชน์เพิ่มสูงขึ้นในประเด็นของการอำนวยความสะดวก ความรวดเร็ว ประหยัดเวลาและคุ้มค่า และจะทำให้ผู้ใช้งานมีความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสะท้อนจากผู้ใช้งานจะเต็มใจแนะนำผู้อื่น บอกเล่าความประทับใจ ตั้งใจใช้งานเป็นประจำ และเต็มใจที่จะใช้งานในครั้งต่อไป ซึ่งแสดงให้เห็นข้อค้นพบใหม่ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แบบจำลองสมการโครงสร้างการยอมรับเทคโนโลยีที่ผสมผสานตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงลงในแบบจำลอง



## สรุป/ข้อเสนอแนะ

แบบจำลองสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งาน แอปพลิเคชันถุงเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดอุดรธานีประกอบไปด้วยตัวแปรเหตุ ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานและการรับรู้ความยากง่ายในการใช้งานตัวแปรส่งผ่าน ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน และตัวแปรผล ได้แก่ ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการใช้งาน แสดงให้เห็นว่าการที่ผู้ใช้จะยอมรับเทคโนโลยี ผู้พัฒนาเทคโนโลยีไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานของรัฐหรือองค์กรเอกชนจะต้องคำนึงถึงตัวแปรความเสี่ยงในการใช้งานมาประกอบการพิจารณาร่วม ยิ่งลดการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานของผู้ใช้ลงมากเท่าใดก็จะมีแนวโน้มที่ผู้ใช้จะใช้งานเพิ่มขึ้น แต่สิ่งที่จะต้องระวังในการนำผลการวิจัยไปใช้จะต้องคำนึงถึงลักษณะประชากรและประเภทของเทคโนโลยีที่อาจจะให้ผลลัพธ์ที่แตกต่างออกไป นอกจากนี้นักวิชาการ นักวิจัย อาจารย์ นักศึกษา รวมทั้งบุคคลทั่วไปที่สนใจศึกษาเพิ่มเติม เพื่อขยายขอบเขตของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีมาสนับกับการรับรู้ความเสี่ยง ซึ่งผู้วิจัยพบว่าตัวแปรการรับรู้ความยากง่ายในการใช้งานไม่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งาน มีผลการวิจัยขัดแย้งกับบางงานวิจัยในอดีตที่ผ่านมา ทำให้การสรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังกล่าวยังต้องศึกษาเพิ่มเติม ซึ่งประเด็นนี้ผู้วิจัยเห็นว่าควรศึกษาเพิ่มเติมโดยแยกประเด็นการรับรู้ความเสี่ยงออกเป็นกรรับรู้ความเสี่ยงที่เกิดจากการใช้งาน และการรับรู้ความเสี่ยงที่เกิดจากอิทธิพลปัจจัยภายนอก นอกจากนี้ควรศึกษาตัวแปรคั่นกลางหรือตัวแปรส่งผ่านอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อที่จะสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อแวดวงวิชาการ

## เอกสารอ้างอิง

- ข่าวสด. (2564). แม่ค้า คนละครึ่ง โวย! ขยายของยาก แถมเงินอีกครั้งของรัฐโอนให้ไม่ครบ. เรียกใช้เมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2564 จาก [https://www.khaosod.co.th/around-thailand/news\\_5885856](https://www.khaosod.co.th/around-thailand/news_5885856)
- พีพีทีวี ออนไลน์. (2564). เราชนะ คนละครึ่ง ม33 เรารักกัน" กระตุ้นเศรษฐกิจ 2.5 แสนล้านบาท. เรียกใช้เมื่อ 26 มีนาคม 2564 จาก <https://www.pptvhd36.com/news/เศรษฐกิจ/144452>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง. (27 มกราคม 2564). ประชาสัมพันธ์ขอให้ยืนยันตัวตนและใช้จ่ายโครงการคนละครึ่ง. ข่าวกระทรวงการคลัง ฉบับที่ 15/2564, น.1.
- สำนักงานเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2561). มาตรการสวัสดิการแห่งรัฐเพื่อแก้ปัญหาความยากจน. วารสารไทยคู่ฟ้า สำนักงานเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 4(2), 1-44.
- Azmi, A. C. & Kamarulzaman, Y. (2012). Perceived Risk and the Adoption of Tax E-Filing. World Applied Sciences Journal, 20(4), 532-539.



- Chin, J. & Lin, S. C. (2016). Investigating Users' Perspectives in Building Energy Management System with an Extension of Technology Acceptance Model: A Case Study in Indonesian Manufacturing Companies. *Procedia Computer Science*, 72(2015), 31-39.
- Dachyar, M. & Liska, B. (2010). Factors influencing purchase intention towards consumer-to-consumer e-commerce. *Intangible Capital*, 13(5), 948-970.
- Davis, F. D. et al. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Featherman, M. & Pavlou, P. (2003). Predicting E-Services Adoption: A Perceived Risk Facets Perspective. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 451-474.
- Galib, M. H. et al. (2018). Predicting Consumer Behavior: An Extension of Technology Acceptance Model. *International Journal of Marketing Studies*, 10(3), 73-90.
- Hair Jr., J. F. et al. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th ed.). NY: Pearson Education.
- Kamarulzaman, Y. (2007). Adoption of travel e-shopping in the UK. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 35(9), 703-719.
- Kim, D. J. et al. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems. Research Collection Lee Kong Chian School of Business*, 44(2), 544-564.
- Kock, N. & Hadaya, P. (2018). Minimum sample size estimation in PLS-SEM: The inverse square root and gamma-exponential methods: Sample size in PLS-based SEM. *Information Systems Journal*, 28(4), 227-261.
- Neda, A. & Saeedeh, R. H. (2017). The effects of perceived risk on social commerce adoption based on the tam model. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 8(2), 173-196.
- Nguyen, T. D. & Nguyen, T. C. (2017). *The Role of Perceived Risk on Intention to Use Online Banking in Vietnam*. Mangalore, India: ICACCI.
- Null, K. D. et al. (2011). The Role of Perceived Risk in Consumer Acceptance of Health-related Technologies (Poster presentation). Seattle, WA: American Pharmacist's Association Annual Meeting.



Yamane, T. (1973). Statistics: an introductory analysis. NY: Harper. & Row.