

## ปัจจัยที่ส่งผลต่อการชำระเงินผ่าน Application ในร้านสะดวกซื้อของนักศึกษาในกรุงเทพ

อดิลลา พงศ์ยี่หล้า<sup>1\*</sup>, พรทิพย์ ตันตวิเศษศักดิ์<sup>1</sup> และ อมรสุดา เชื้อสุวรรณ<sup>2</sup>

<sup>1</sup>ภาควิชาธุรกิจระหว่างประเทศ, วิทยาลัย CIBA, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

\* adilla.poa@dpu.ac.th

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการชำระเงินผ่าน Application ในร้านสะดวกซื้อของนักศึกษาในกรุงเทพโดยผ่านโทรศัพท์มือถือมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน และปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อการชำระเงินผ่าน Application ในร้านสะดวกซื้อ ประชากรคือนักศึกษาไทยและจีนในกรุงเทพมหานคร ใช้ขนาดตัวอย่าง 200 คน สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐานได้แก่ t-test และ F-test ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือ ปัจจัยส่วนบุคคล รองลงมาคือ ปัจจัยการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน และปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการใช้ เนื่องจากมีความสะดวก ไม่จำเป็นต้องพกพาเงินสด ประหยัดเวลาและปลอดภัย นักศึกษาที่มีสัญชาติ อายุ การศึกษา รายได้ และประสบการณ์ต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันที่ร้านสะดวกซื้อ

**คำสำคัญ:** สังคมไร้เงินสด ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการใช้บริการผ่านแอป ปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

## Factors Affecting Payment through Mobile Application in Convenience Stores of College Students in Bangkok

Adilla Pongyeela<sup>1,\*</sup>, Pornthip Tantivisetshak<sup>2</sup>, and Amornsuda Chuasuwan<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Department of International Business, CIBA, Dhurakij Pundit University

\* adilla.poa@dpu.ac.th

### Abstract

The research about factors affecting payment through mobile application in convenience stores of college students in Bangkok aimed to study personal factors, using application factors, and other factors affecting the payments through mobile application in convenience stores. The population was 200 college students both Thai and Chinese in Bangkok. Descriptive statistics used to analyse the data was frequency and percentage. Inferential Statistics used to test the hypotheses were t-test and F-test. It was found that the highest influencer was personal factors, the next was using application factors, and other related factors respectively. Most of the respondents were satisfied to use the application because of its convenience and no need to carry cash, save time and safety. The students who had different nationality, age, education, revenue, and experience had significant different opinions about factors affecting the decision making of paying toward application convenience stores.

**Keywords:** Cashless society, Personal factors, Application factors, Other related factors

## 1. บทนำ

ในปัจจุบันผู้คนมีทางเลือกมากขึ้นในการชำระเงินที่ร้านสะดวกซื้อ ทางเลือกเหล่านั้นได้แก่ การใช้บาร์โค้ด การใช้อิเล็กทรอนิกส์เป็นทางเลือกของร้านที่ไร้การชำระเงิน การทำเช่นนั้นช่วยให้ประหยัดเวลาทั้งฝ่ายผู้ซื้อและผู้ขาย ก่อนหน้านี้ผู้บริโภคต้องชำระเงินสดชำระค่าสินค้าเป็นส่วนใหญ่ แต่ในปัจจุบันผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้นในการใช้เงินดิจิทัลมากกว่าแต่ก่อน

สังคมไร้เงินสดเกิดขึ้นในร้านค้าปลีกของประเทศจีน เป็นร้านอาหารต่างๆตลอดจนร้านค้าริมถนน สิ่งนี้ทำให้ผู้ประกอบการในประเทศไทยให้ความสนใจในเทคโนโลยีที่ใช้ในการชำระเงินเหล่านี้ จากการสำรวจพบว่า ร้อยละ 55 ของคนไทยพยายามที่จะใช้วิธีการชำระเงินทางดิจิทัล คนไทยจำนวนมากกว่าครึ่งของกลุ่มนี้ให้ความสนใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีในการชำระเงินที่น่าเสนอข้างต้น ในปัจจุบันมีวิธีการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันหลายวิธีสำหรับร้านสะดวกซื้อ เช่น แอปพลิเคชันของทรู หรือที่เรียกว่า ทรูมันนี่ ที่ใช้กันในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น เทคโนโลยีเหล่านี้ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นสังคมไร้เงินสด แต่การผลักดันให้เกิดสังคมที่ไร้เงินสดนี้ได้อาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่าย ได้แก่ ภาครัฐ สถาบันการเงิน ฝ่ายจัดระบบการชำระเงิน เพื่อช่วยกันสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับร้านค้า ส่วนเรื่องความปลอดภัยจะขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของคนในสังคมนั้น (www.truemoney.com, 2019)

อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการใช้เทคโนโลยีเหล่านี้ในประเทศไทยควรมีการเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป รวมทั้งเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้คนบางกลุ่มในสังคมไทยยังไม่ไว้วางใจในเรื่องความปลอดภัยที่มีต่อการชำระเงินผ่านทางระบบดิจิทัล ยังคงพอใจที่จะชำระเป็นเงินสดสำหรับสินค้าที่มีมูลค่าไม่สูง

ในอนาคตอันใกล้ แนวโน้มการใช้เงินดิจิทัลจะเป็นที่นิยมมากขึ้นและสามารถตอบสนองคนรุ่นใหม่ เครือข่ายร้านค้าต่างๆใช้งานและรองรับเทคโนโลยีเหล่านี้มากขึ้น ที่มีแพร่หลายขณะนี้ก็คือ e-wallet ของทรูมันนี่ และ Alipay

เพื่อยืนยันความนิยมในการใช้เงินดิจิทัลในปัจจุบันโดยการชำระเงินผ่าน Application คณะผู้วิจัยจึงได้ทำการวิจัยในเรื่องนี้กับร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพฯ เพราะเป็นเมืองหลวงที่ผู้บริโภคมีแนวโน้มพฤติกรรมที่ทันสมัยก่อนเขตอื่น

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันของนักศึกษาในเขตกรุงเทพฯ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันในร้านสะดวกซื้อของนักศึกษาในเขตกรุงเทพฯ
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการใช้ออปพลิเคชันจำแนกตามสัญชาติ และคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์อื่นๆ

## 3. การทบทวนวรรณกรรม

### 3.1 ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรม

การตัดสินใจใช้นวัตกรรมเกิดขึ้นเมื่อผู้ใช้พบว่านวัตกรรมนั้นดีและให้ประโยชน์มากกว่าที่เคยใช้ การยอมรับนวัตกรรมเป็นกระบวนการ กระบวนการยอมรับนวัตกรรมจะเร็วหรือช้าขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคลนั้น และคุณสมบัติของนวัตกรรม (อรรถัย เลื่อนวัน, 2555) ซึ่งคล้ายกับการยอมรับตัวแบบ TAM : ซึ่งตัวแบบ TAM เกี่ยวข้องกับทัศนคติของผู้ใช้นวัตกรรมที่ได้จากการรับรู้ถึงคุณประโยชน์และความง่ายในการใช้งาน (Davis, 1989).

### 3.2 ความไว้วางใจ

การยอมรับนวัตกรรมเกิดจากความน่าเชื่อถือที่มีต่อผู้ให้บริการ ชนิดของธุรกรรมทางการเงินที่ใช้ผ่านสมาร์ตโฟนถูกพัฒนามากขึ้นอยู่เรื่อยๆอย่างต่อเนื่อง ผู้ให้บริการต้องรักษาความมั่นใจให้กับผู้ใช้งาน ธุรกรรมเหล่านี้ต้องปราศจากข้อผิดพลาดในกรณีเหล่านี้จะมีความเกี่ยวข้องกับชื่อเสียงของบริษัท บริษัทที่มีชื่อเสียงดีจะนำมาซึ่งผลกำไรจากการทำธุรกิจออนไลน์

### 3.3 ความไว้วางใจจากการให้บริการ

ความน่าไว้วางใจของผู้ให้บริการจะให้ประโยชน์มากต่อผู้ใช้งาน ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เพราะความน่าเชื่อถือไว้วางใจช่วยลดความเสี่ยงให้กับผู้ใช้บริการ (Amoroso and Watanabe, 2012) Kim, Shin และ Lee (2009) พบว่าการได้รับความน่าเชื่อถือจากลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ

## 4. ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรคือนักศึกษาไทยและจีนที่กำลังศึกษาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้ขนาดตัวอย่าง 200 คน ซึ่งขนาดตัวอย่างนี้ใช้ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 10% ที่ความเชื่อมั่น 95% สุ่มตัวอย่างโดยใช้โควตา เป็นนักศึกษาชาวไทย 100 คน ชาวจีน 100 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามทั้งปลายเปิดและปลายปิดที่ผ่านการทดสอบคุณภาพโดยการหาค่า IOC และค่าอัลฟาเพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ t-test และ F-test ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในปี 2563

## 5. ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามของงานวิจัยในครั้งนี้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานครจำนวน 200 คน มีทั้งนักศึกษาไทยและนักศึกษาจีน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 18-25 ปี และศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยมีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน และ ร้อยละ 97 ของกลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการการชำระเงินผ่าน Application ในร้านสะดวกซื้อ

**ตารางที่ 1** ปัจจัยที่ส่งผลต่อการชำระเงินผ่าน Application บนมือถือในร้านสะดวกซื้อของนักศึกษาในกรุงเทพฯ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจชำระเงินผ่าน Application ในร้านสะดวกซื้อ	ค่าเฉลี่ย
ปัจจัยส่วนบุคคล	4.14
ปัจจัยการใช้บริการ Application ชำระเงินบนมือถือ	4.13
ปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	3.79

จากตารางที่ 1 พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการชำระเงินผ่าน Application บนมือถือในร้านสะดวกซื้อของนักศึกษาในกรุงเทพฯ จากการวิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย 5 Scale ซึ่งทำการวัดปัจจัย 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลมีค่าเฉลี่ย 4.14 2) ปัจจัยด้านการใช้บริการ Application ชำระเงินบนมือถือ มีค่าเฉลี่ย 4.13 และ 3) ปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง มีค่าเฉลี่ย 3.79

**ตารางที่ 2** ค่าสถิติของระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคลที่ส่งผลต่อการชำระเงินผ่าน Application ในร้านสะดวกซื้อ

ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการชำระเงินผ่าน Application ในร้านสะดวกซื้อ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย
1. เงินสดไม่เพียงพอต่อการชำระเงิน	72 (36.00)	49 (24.50)	49 (24.50)	21 (10.50)	9 (4.50)	3.77

2. ลดการเสียเวลาในการกดเงินผ่านตู้ ATM	93 (46.50)	72 (36.00)	31 (15.50)	3 (1.50)	1 (0.50)	4.26
3. อยากรองเทคโนโลยีใหม่ๆ	83 (41.50)	64 (32.00)	36 (18.00)	15 (7.50)	2 (1.00)	4.05
4. ช่วยลดความเสี่ยงในการสูญหายของเงินสด	80 (40.00)	84 (42.00)	25 (12.50)	9 (4.50)	2 (1.00)	4.15
5. สะดวก เช่น สามารถใช้สมาร์ตโฟนสัมผัสกับเครื่องรับชำระเงินได้ทันทีโดยไม่ต้องหยิบกระเป๋าสตางค์	98 (49.00)	73 (36.50)	25 (12.50)	4 (2.00)	0 (0.00)	4.32
6. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการใช้งาน	99 (49.50)	69 (34.50)	24 (12.00)	5 (2.50)	3 (1.50)	4.28
<b>เฉลี่ยรวมด้านปัจจัยส่วนบุคคล</b>						<b>4.14</b>

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุด คือ ความสะดวกที่สามารถใช้สมาร์ตโฟนกับเครื่องชำระเงินได้ทันที (4.32%) รองลงมาคือ ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการใช้งาน (4.28%) ลดการเสียเวลาในการกดเงินผ่านตู้ ATM (4.26%) อยากรองเทคโนโลยีใหม่ๆ (4.05%) ช่วยลดความเสี่ยงในการสูญหายของเงินสด (4.15%) และเงินสดไม่เพียงพอต่อการชำระเงิน (3.77%)

### ตารางที่ 3 ค่าสถิติของระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยการใช้บริการแอปพลิเคชันในการชำระเงิน ในร้านสะดวกซื้อ

ปัจจัยด้านการใช้บริการแอปพลิเคชันที่ส่งผลกระทบต่อ การชำระเงิน ในร้านสะดวกซื้อ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย
1. ความถูกต้องและแม่นยำของ Application	104 (52.00)	69 (34.50)	25 (12.50)	2 (1.00)	0 (0.00)	4.37
2. การป้องกันการสูญเสียความเป็นส่วนตัวของ Application	68 (34.00)	89 (44.50)	34 (17.00)	9 (4.50)	0 (0.00)	4.08
3. ความปลอดภัยจากการถูกโจรกรรมข้อมูล	70 (35.00)	84 (42.00)	34 (17.00)	12 (6.00)	0 (0.00)	4.06
4. ความเสถียรของ Application ระหว่างการใช้งานที่หน้าร้าน	63 (31.50)	87 (43.50)	39 (19.50)	8 (4.00)	3 (1.50)	3.99
5. สิทธิพิเศษ ส่วนลด ของสมาชิกที่ร้านค้าและ Application มอบให้เมื่อชำระผ่าน Application	97 (48.50)	68 (34.00)	19 (9.50)	14 (7.00)	2 (1.00)	4.22
6. ศูนย์บริการของ Application แก้ไขปัญหาได้ทันที เมื่อเกิดปัญหาขณะใช้งาน	65 (32.50)	69 (34.50)	33 (16.50)	27 (13.50)	6 (3.00)	3.80
7. ความสะดวกในการใช้งาน	102 (51.00)	76 (38.00)	18 (9.00)	2 (1.00)	2 (1.00)	4.37
8. ความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการ Application	86 (43.00)	72 (36.00)	36 (18.00)	5 (2.50)	1 (0.50)	4.18
<b>เฉลี่ยรวมด้านปัจจัยการใช้แอปพลิเคชัน</b>						<b>4.13</b>

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการชำระเงินมากที่สุด คือ ความสะดวกในการใช้งาน และความถูกต้องแม่นยำ (4.37%) รองลงมาคือสิทธิพิเศษที่เป็นส่วนลดหรือ ของสมาชิกเมื่อชำระผ่าน Application (4.22%) การป้องกันการสูญเสียความเป็นส่วนตัว (4.08%) ความปลอดภัยจากการถูกโจรกรรมข้อมูล (4.06%) ความเสถียรของ Application ระหว่างการใช้งานที่หน้าร้าน และศูนย์บริการของ Application แก้ไขปัญหาได้ทันที (3.80%) ตามลำดับ

### ตารางที่ 4 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการชำระเงินผ่าน Application ในร้านสะดวกซื้อ

ปัจจัยอื่นที่ส่งผลกระทบต่อ การชำระเงินผ่าน Application ในร้านสะดวกซื้อ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย
1. มีร้านค้าที่รองรับการชำระเงินผ่าน Application มากขึ้น	103 (51.50)	73 (36.50)	20 (10.00)	4 (2.00)	0 (0.00)	4.37
2. ความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่รับชำระเงินผ่าน Application	64 (32.00)	87 (43.50)	37 (18.50)	11 (5.50)	1 (0.50)	4.01

3. พนักงานในร้านค้ามีความรู้ในการแนะนำการใช้ Application เป็นอย่างดี	53 (26.50)	71 (35.50)	24 (12.00)	20 (10.00)	32 (16.00)	3.46
4. บุคคลในครอบครัวแนะนำให้ใช้	47 (23.50)	62 (31.00)	35 (17.50)	32 (16.00)	24 (12.00)	3.38
5. ความคิดเห็นของ Blogger / โฆษณาผ่านเว็บไซต์ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ	54 (27.00)	55 (27.50)	31 (15.50)	25 (12.50)	35 (17.50)	3.34
6. ความเร็วของเครือข่าย Internet	83 (41.50)	83 (41.50)	30 (15.00)	4 (2.00)	0 (0.00)	4.22
<b>เฉลี่ยรวมด้านปัจจัยอื่น</b>	-	-	-	-	-	<b>3.79</b>

จากตารางที่ 4 พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันในร้านสะดวกซื้อมากที่สุดคือ จำนวนร้านค้าที่รองรับการชำระเงินผ่าน Application มากขึ้น (4.37%) รองลงมาคือความเร็วของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (4.22%) ความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่รับชำระเงิน (4.01%) พนักงานในร้านค้ามีความรู้ในการแนะนำการใช้ Application เป็นอย่างดี (3.46%) บุคคลในครอบครัวแนะนำให้ใช้ (3.38%) และความคิดเห็นของบล็อกเกอร์การโฆษณาผ่านเว็บไซต์มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ (3.34%) ตามลำดับ

#### ตารางที่ 5: จำนวนและค่าร้อยละของความรู้สึกพึงพอใจในการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันในร้านค้า

ความรู้สึกพึงพอใจในการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันในร้านค้า	จำนวน	ร้อยละ
พอใจ	173	86.50
ไม่พอใจ	27	13.50
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 5 พบว่า ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง (86.5%) รู้สึกพึงพอใจกับการชำระเงินผ่าน Application บนมือถือในร้านสะดวกซื้อ

#### ตารางที่ 6: เหตุผลของนักศึกษาที่พึงพอใจในการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันในร้านค้า

เหตุผลที่พึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
1. สะดวก ไม่ต้องพกเงินสด	89	49.17
2. แอปพลิเคชันง่ายต่อการใช้งาน	34	18.78
3. รวดเร็ว ประหยัดเวลา ไม่ต้องรอรับเงินทอน	27	14.92
4. ได้รับสิทธิพิเศษ ส่วนลด	15	8.29
5.ปลอดภัยกว่าการถือเงินสด	12	6.63
6. คมงบประมาณได้ง่าย	2	1.10
7. ขอบลองเทคโนโลยีใหม่ๆ	1	0.55
8. เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพราะลดการใช้ธนบัตร	1	0.55
<b>รวม</b>	<b>181</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ : ผู้ตอบตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 6 พบว่า เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับสูงมาจาก 1) สะดวก ไม่ต้องพกเงินสด (49.17%), 2) แอปพลิเคชันง่ายต่อการใช้งาน (17.18%), 3) รวดเร็ว ประหยัดเวลา ไม่ต้องรอรับเงินทอน (14.92%), 4) ได้รับสิทธิพิเศษ ส่วนลด (8.29%), 5) ปลอดภัยกว่าการถือเงินสด (6.63%), 6) คมงบประมาณได้ง่าย (1.10%), 7) ขอบลองเทคโนโลยีใหม่ๆ (0.55%) และ 8) เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (0.55%)

**ตารางที่ 7: เหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่พึงพอใจในการชำระเงินผ่าน Application ในร้านค้า**

เหตุผลที่ไม่พึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
1. ร้านค้าที่รับชำระผ่านแอปพลิเคชันยังมีไม่มากพอ	8	28.57
2. ความรู้สึกไม่ปลอดภัย	6	21.43
3. ชอบใช้เงินสด	5	17.86
4. แอปพลิเคชันไม่เสถียร	4	14.29
5. ลำบาก	2	7.14
6. การให้สิทธิพิเศษยังมีน้อย	1	3.57
ไม่ค่อยได้จ่ายผ่านแอปพลิเคชัน	1	3.57
ร้านค้าไม่ค่อยแนะนำ แก้ไข เวลาแอปพลิเคชันมีปัญหา	1	3.57
<b>รวม</b>	<b>28</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ : ผู้ตอบตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 7 พบว่า เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจมาจาก 1) ร้านค้าที่รับชำระผ่านแอปพลิเคชันยังมีไม่มากพอ (28.57%), 2) ความรู้สึกไม่ปลอดภัย (21.43%), 3) ชอบใช้เงินสด (17.86%), 4) แอปพลิเคชันไม่เสถียร (14.29%), 5) ลำบาก (7.14%), 6) การให้สิทธิพิเศษยังมีน้อย การไม่ค่อยได้จ่ายผ่านแอปพลิเคชัน และ ร้านค้าไม่ค่อยแนะนำ แก้ไขเวลาแอปพลิเคชันมีปัญหา มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามให้เหตุผลเท่ากัน (3.57%).

**ตารางที่ 8: สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของนักศึกษาที่มีข้อมูลพื้นฐานแตกต่างกันมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการชำระเงินผ่าน Application ในร้านสะดวกซื้อแตกต่างกัน (n = 200)**

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการชำระเงินผ่าน Application ในร้านสะดวกซื้อ	สัญชาติ	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	รายได้	ประสบการณ์การใช้งาน
<b>ด้านปัจจัยส่วนบุคคล</b>						
1. เงินสดไม่เพียงพอต่อการชำระเงิน	✓		✓		✓	✓
2. ลดการเสียเวลาในการกดเงินผ่านตู้ ATM	✓		✓			✓
3. อยากลองเทคโนโลยีใหม่ๆ			✓			✓
4. ช่วยลดความเสี่ยงในการสูญหายของเงินสด	✓		✓			✓
5. สะดวก เช่น สามารถใช้สมาร์ตโฟนสัมผัสกับเครื่องรับชำระเงินได้ทันทีโดยไม่ต้องหยิบกระเป๋าสตางค์			✓			✓
6. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการใช้งาน	✓		✓		✓	✓
<b>ด้านปัจจัยด้านการใช้บริการ Application ชำระเงินบนมือถือ</b>						
1. ความถูกต้องและแม่นยำของ Application			✓			✓
2. การป้องกันการสูญเสียความเป็นส่วนตัวของ Application	✓		✓			✓
3. ความปลอดภัยจากการถูกโจรกรรมข้อมูล	✓					✓
4. ความเสถียรของ Application ระหว่างการใช้งานที่หน้าร้าน	✓		✓			✓
5. สิทธิพิเศษ ส่วนลด ของสมาชิกที่ร้านค้าและ Application มอบให้เมื่อชำระผ่าน Application					✓	
6. ศูนย์บริการของแอปพลิเคชันแก้ไขปัญหาได้ทันที เมื่อเกิดปัญหาขณะใช้งาน	✓					✓
7. ความสะดวกในการใช้งาน	✓		✓			✓
8. ความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการ Application	✓		✓			✓
<b>ด้านปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง</b>						
1. จำนวนร้านค้าที่รองรับการชำระเงินผ่าน Application มากขึ้น						
2. ความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่รับชำระผ่าน Application	✓		✓			✓
3. พนักงานในร้านค้ามีความรู้ในการแนะนำการใช้ Application เป็นอย่างดี	✓		✓		✓	✓
4. บุคคลในครอบครัวแนะนำให้ใช้	✓		✓			✓
5. ความคิดเห็นของ Blogger / โฆษณาผ่านเว็บไซต์ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ	✓		✓		✓	✓
6. ความเร็วของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต						

จากตารางที่ 8 แสดงถึงผลการทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธี t-test และ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักศึกษาไทยและนักศึกษาจีนมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้งาน Application บนมือถือในร้านสะดวกซื้อ โดยปัจจัยด้านเพศและระดับการศึกษาไม่ส่งผลกระทบต่อการใช้งาน Application บนมือถือในร้านสะดวกซื้อ ต่างจากปัจจัยด้านอายุ รายได้ และประสบการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อการใช้งาน Application บนมือถือในร้านสะดวกซื้อ

## 6. อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านบุคคลส่งผลมากที่สุดต่อการชำระเงินผ่าน Application บนมือถือในร้านสะดวกซื้อ เนื่องจากไม่จำเป็นต้องถือเงินสด และประหยัดเวลา ยิ่งไปกว่านั้นวิถีการดำเนินชีวิตของคนส่วนใหญ่ โดยเฉพาะนักศึกษาที่มีการเสพติดโทรศัพท์มือถือเป็นอย่างมากในทุกที่ที่เดินทางไป เพราะว่าโทรศัพท์มือถือทำให้ชีวิตสะดวกสบายมากขึ้น จากการศึกษาของ จิญาดา(2557) พบว่าผู้คนยอมรับถึงความสะดวกของการใช้เทคโนโลยี และสอดคล้องกับ ภัคจิรา (2558) ที่พบว่า ผู้บริโภคในทุกวันนี้เน้นเรื่องความสะดวกและสบายของการใช้แอปพลิเคชันแทนการถือเงินสด ยิ่งไปกว่านั้นจากผลการศึกษาของศุภยวีรย์จักรไทย(2560)พบว่าสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงเป็นสังคมไร้เงินสด และมีแนวโน้มที่จะทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือของตนเองอีกด้วย

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักศึกษาไทยและจีนมีความเห็นที่แตกต่างกันมีนัยสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้งาน Application บนมือถือในร้านสะดวกซื้อ อาจจะเป็นเนื่องจากผู้คนแต่ละประเทศมีวัฒนธรรม รวมถึงทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมของผู้คนเหล่านั้น นอกจากนี้ อายุ รายได้ และประสบการณ์ที่ต่างกันของนักศึกษาเองก็ยังส่งผลกระทบต่อการใช้งาน Application บนมือถือในร้านสะดวกซื้อด้วย

## 7. ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (86.50%) พอใจต่อการชำระเงินผ่าน Application ดังนั้นผู้จัดการร้านสะดวกซื้อควรพิจารณาการลงทุนด้านเทคโนโลยีนี้ในธุรกิจให้มากขึ้น
2. จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ส่วนลดของร้านค้าและการทำการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจชำระเงินผ่าน Application ดังนั้นผู้จัดการร้านสะดวกซื้อควรพิจารณาการทำการส่งเสริมการตลาดของร้านค้าให้มากขึ้น
3. จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ความถูกต้องของ Application มีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจชำระเงินผ่าน Application ดังนั้นผู้จัดการร้านสะดวกซื้อควรตรวจสอบระบบการชำระเงินเพื่อยืนยันความถูกต้องของระบบอย่างต่อเนื่องเพื่อไม่ให้พลาด

## 8. ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาในอนาคต

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาประชากรที่เป็นเฉพาะนักศึกษา ดังนั้นการศึกษาในอนาคตอาจจะทำการศึกษาเพิ่มเติมกับประชากรที่แตกต่างออกไป



**เอกสารอ้างอิง (References)**

- กฤตโสภา ทิพย์ปัญญาวงศ์. (2559). การศึกษาปัญหาและแรงจูงใจในการใช้งานเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ผ่านโทรศัพท์มือถือในประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระ ปรินญาวิทยาปริวรรตมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- จิฎาดา แก้วแทน.(2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน : กรณีศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี. การค้นคว้าอิสระ ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- ธีรศักดิ์ คำแก้ว. (2557). การศึกษาความพึงพอใจของพนักงานที่ใช้แอปพลิเคชันส่งสินค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือ: กรณีศึกษาร้านโชล จังหวัดชลบุรี. การค้นคว้าอิสระ ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- พิรุฬพงษ์ เทพหัสดิน ณ อยุธยา. (2552). ความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ครั้งที่ 4 , 376-383. กรุงเทพ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ภักจิรา นิลเกษม. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี. การค้นคว้าอิสระ ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- มัทยา ศรีพนา(2562), สถานการณ์สังคมไร้เงินสดของประเทศไทย, ค้นเมื่อ [25 กุมภาพันธ์ 2563] จาก [https://www.senate.go.th/document/Ext22526/22526772\\_0002.PDF](https://www.senate.go.th/document/Ext22526/22526772_0002.PDF)
- ศูนย์วิจัยกสิกร (2563). ระบบชำระเงินดิจิทัลตัวช่วย SME. ค้นเมื่อ [25 กุมภาพันธ์ 2563] จาก [https://kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEknowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Digital-Payment\\_SME-Helper.pdf](https://kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEknowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Digital-Payment_SME-Helper.pdf) .
- อรทัย เลื่อนวัน (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ:กรณีศึกษากิจกรรมพัฒนาชุมชนศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ. การค้นคว้าอิสระ ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- อังครักษ์ มีวรรณสุขสกุล. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ธุรกรรมการเงินผ่านนวัตกรรม 3G ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- Amoroso DL, Magnier-Watanabe R. (2012). Building a Research Model for Mobile Wallet Consumer Adoption: The Case of Mobile Suica in Japan. *Journal of Theoretical & Applied Electronic Commerce Research*. 7(1), (94-110).
- Dahlberg, T., Mallat, N., Ondrus, J.,Zmijewska A. (2008). Electronic commerce research and applications. *ScienceDirect*, 7(2), (165-181).
- Davis, F. D.,Bagozzi, R. P., Warshaw, P. R. (1989). "User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models", *Management Science*, 35 (8), (982–1003)
- Donald L. A., Magnier-Watanabe. R. (2012), R. Building a Research Model for Mobile Wallet Consumer Adoption: The Case of Mobile Suica in Japan. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 7(1), (.95-110).
- Kim, G., Shin, B., & Lee, H. G. (2009) . Understanding dynamics between initial trust and usage intentions of mobile banking. *Information systems Journal*, 19(3), (283-311).