

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการใช้บริการชำระเงินผ่านมือถือในประเทศจีน: กรณีศึกษากลุ่มผู้ใช้งานอาลีเพย์พลัสผ่านทรูมันนี่ วอลเล็ท และกลุ่มผู้ใช้งานอาลีเพย์กับบัตรแลกเงินต่างประเทศ
ชื่อผู้เขียน	ศุภรดา ธิแปงวงศ์
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชา	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ
คณะ	พาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร.มยุปายาส ทองมาก
ปีการศึกษา	2567

บทคัดย่อ

ระบบชำระเงินผ่านมือถือ (Mobile Payment) ได้กลายเป็นองค์ประกอบสำคัญในการใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง โดยเฉพาะในประเทศจีนที่มีระบบรองรับการชำระเงินแบบไร้เงินสดอย่างแพร่หลาย งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการชำระเงินผ่านมือถืออย่างต่อเนื่องของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีน โดยมุ่งเปรียบเทียบระหว่างสองกลุ่มผู้ใช้งาน ได้แก่ กลุ่มที่เคยใช้งานอาลีเพย์พลัสผ่านทรูมันนี่ วอลเล็ทและกลุ่มที่เคยใช้งานอาลีเพย์ร่วมกับบัตรแลกเงินต่างประเทศที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีความต่อเนื่องทางเทคโนโลยี (Technology Continuance Theory: TCT) ร่วมกับแนวคิดลักษณะเฉพาะของการชำระเงินแบบไม่ใช้เงินสด (Cashless Payment Characteristics) เพื่อศึกษาผลของตัวแปรต่าง ๆ ได้แก่ การยืนยันความคาดหวัง การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ความพึงพอใจ ทัศนคติ ความไว้วางใจในผู้ให้บริการ การเน้นราคาประหยัด การรับรู้ความปลอดภัย และอิทธิพลทางสังคมที่มีต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่องของผู้ใช้งาน โดยเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 262 คน ซึ่งมีประสบการณ์ในการใช้บริการชำระเงินผ่านมือถือในประเทศจีน โดยแบ่งเป็นผู้ใช้งานอาลีเพย์พลัสผ่านทรูมันนี่ วอลเล็ทจำนวน 130 คน และผู้ใช้งานอาลีเพย์กับบัตรแลกเงินต่างประเทศจำนวน 132 คน ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ทางสถิติ

ผลการวิจัยในกลุ่มผู้ใช้งานอาลีเพย์พลัสผ่านทรูมันนี่ วอลเล็ท พบว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลในทิศทางบวกต่อความตั้งใจใช้งานต่อเนื่องอย่างมีนัยสำคัญผ่านการรับรู้ประโยชน์ ในขณะที่การยืนยันความคาดหวัง ความพึงพอใจ และทัศนคติไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญในทางบวกต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังพบว่าการรับรู้ประโยชน์ส่งผลในทิศทางบวกต่อทัศนคติ ขณะที่ในกลุ่มผู้ใช้งานอาลีเพย์กับบัตรแลกเงินต่างประเทศ พบว่าความพึงพอใจ การรับรู้ความง่ายในการใช้งานผ่านทัศนคติ การยืนยันความคาดหวังผ่านการรับรู้ประโยชน์ และการเน้นราคาประหยัด ส่งผลในทิศทางบวกต่อความตั้งใจใช้งานต่อเนื่องอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยจากแนวคิดลักษณะเฉพาะของการชำระเงินแบบไม่ใช้เงินสด ได้แก่ ความไว้วางใจในผู้ให้บริการ การรับรู้ความปลอดภัย และอิทธิพลทางสังคม ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานต่อเนื่องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในผู้ใช้งานทั้งสองกลุ่ม

ผู้บริหาร ทีมพัฒนาระบบของผู้ให้บริการ และธนาคารพาณิชย์ผู้ออกบัตรแลกเงินต่างประเทศ สามารถนำผลของงานวิจัยนี้ไปปรับใช้ในการพัฒนาบริการชำระเงินผ่านมือถือให้ตอบเจตน์นักท่องเที่ยวชาวไทยและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการพัฒนาแอปพลิเคชันให้ใช้งานง่ายขึ้น การเน้นย้ำประโยชน์ที่จับต้องได้ของบริการ การส่งเสริมจุดเด่นด้านความคุ้มค่า และการยกระดับประสบการณ์โดยรวมของผู้ใช้งานตามวิธีการชำระเงินแตกต่างกัน

คำสำคัญ: อาลีเพย์พลัส, ทรูมันนี่ วอลเล็ท, อาลีเพย์, บัตรแลกเงินต่างประเทศ, ความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง, การชำระเงินผ่านมือถือ, นักท่องเที่ยวชาวไทย

Independent Study Title	FACTORS INFLUENCING THAI TOURISTS' INTENTION TO USE MOBILE PAYMENTS IN CHINA: A CASE OF ALIPAY+ VIA TRUEMONEY WALLET USERS AND ALIPAY WITH TRAVEL CARD USERS
Author	Suparada Thipangwong
Degree	Master of Science (Management of Science Systems)
Major Field	Management Information Systems
Faculty	Commerce and Accountancy
University	Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Mathupayas Thongmak, Ph.D.
Academic Year	2024

ABSTRACT

Mobile payment systems have become an essential component of spending during travel, especially in China, where cashless payment infrastructure is widely adopted. This research aims to study the factors influencing Thai tourists' continuance intention to use mobile payment services in China by comparing two user groups: those who have used Alipayplus via the TrueMoney Wallet application and those who have used Alipay with a exchange travel card issued by commercial banks in Thailand.

This quantitative research adopts the framework of the Technology Continuance Theory (TCT), combined with the concept of Cashless Payment Characteristics, to examine the influence of various factors namely confirmation, perceived usefulness, perceived ease of use, satisfaction, attitude, trust in service provider, price saving orientation, Perceived Security, and social influence on users' continuance intention. Data were collected through an online questionnaire from 262 respondents with prior experience using mobile payment services in China, comprising

130 users of Alipayplus via TrueMoney Wallet and 132 users of Alipay with Travel cards. The data were analyzed using statistical software and inferential statistics.

The results showed that in the Alipayplus via TrueMoney Wallet group, perceived ease of use through perceived usefulness significantly influenced continuance intention, while confirmation, satisfaction, and attitude did not show a significant impact. Perceived usefulness also had a positive effect on attitude.

In contrast, for users of Alipay with a travel card, satisfaction, perceived ease of use through attitude, confirmation through perceived usefulness, and price saving orientation significantly influenced continuance intention. However, factors related to cashless payment characteristics, trust in service provider, Perceived Security, and social influence were found to have no statistically significant effect on continuance intention in either user group.

Service providers, development teams, and commercial banks issuing exchange travel cards can apply the findings of this study to enhance mobile payment services tailored to Thai tourists. Key recommendations include improving application usability, emphasizing tangible service benefits, promoting value-driven features, and enhancing the overall user experience based on differing payment methods.

Keywords: Alipayplus, TrueMoney Wallet, Alipay, Travel card, Continuance Intention, Mobile Payment, Thai Tourists