

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งาน ซ้อปปี้เพย์ อย่างต่อเนื่องของผู้บริโภคในประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน	กฤติกา แก้วเกิด
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการจัดการธุรกิจ)
สาขาวิชา	เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการจัดการธุรกิจ
คณะ	พาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ศาสตราจารย์ ดร.มยุปายาส ทองมาก
ปีการศึกษา	2568

บทคัดย่อ

การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลในปัจจุบันส่งผลให้พฤติกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะการใช้งานระบบชำระเงินผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ภายใต้สภาพการแข่งขันที่สูงในตลาดเทคโนโลยีทางการเงิน ผู้ให้บริการจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับ “ความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง” ของผู้บริโภค มากกว่าการดึงดูดผู้ใช้งานใหม่ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานซ้อปปี้เพย์อย่างต่อเนื่องของผู้บริโภคในประเทศไทย โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีความต่อเนื่องทางเทคโนโลยี ร่วมกับปัจจัยด้านมูลค่า ได้แก่ ข้อเสนอโปรโมชั่น และแนวโน้มการมุ่งเน้นการประหยัดราคา มาพิจารณา โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการซ้อปปี้เพย์ในประเทศไทยที่มีประสบการณ์ใช้งานอย่างน้อย 1 ครั้ง และยังคงใช้อย่างอยู่ ข้อมูลถูกนำมาวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นและการถดถอยพหุคูณ และทำการวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมด้วยโปรแกรมในเว็บเพจ DanielSoper

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและทัศนคติของผู้ใช้งาน และส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ ความพึงพอใจยังมีอิทธิพลต่อทัศนคติและความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ทัศนคติเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่องของผู้บริโภค อีกทั้งยังพบว่าปัจจัยข้อเสนอโปรโมชั่นมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง ส่วนปัจจัยแนวโน้มการมุ่งเน้นการประหยัดราคาไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานอย่างต่อเนื่อง งานวิจัยนี้มีประโยชน์ต่อผู้ให้บริการระบบชำระเงินดิจิทัล นักพัฒนาระบบ และผู้กำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ ในการนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ

และพัฒนาบริการให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งาน รวมถึงการวางกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขายและการสร้างประสบการณ์การใช้งานที่ดี เพื่อเพิ่มอัตราการใช้งานอย่างต่อเนื่องและรักษาฐานผู้ใช้งานในระยะยาว

คำสำคัญ: ซอปปี้เพย์, ความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง, กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์, ทฤษฎีความต่อเนื่องทางเทคโนโลยี, โปรโมชัน



Independent Study Title	FACTORS INFLUENCING CONSUMERS' CONTINUANCE INTENTION TO USE SHOPEEPAY IN THAILAND
Author	Kittika Kaewkerd
Degree	Master of Science (Digital Technology for Business Management)
Major Field	Digital Technology for Business Management
Faculty	Commerce and Accountancy
University	Thammasat University
Independent Advisor	Professor Mathupayas Thongmak, Ph.D.
Academic Year	2025

ABSTRACT

The rapid advancement of digital technology has significantly transformed consumer payment behavior in Thailand, particularly in the adoption of electronic wallets (e-Wallets), which have gained increasing popularity. In a highly competitive FinTech market, service providers need to focus more on users' continuance intention rather than merely acquiring new users. This study aims to examine the factors influencing continuance intention to use ShopeePay among consumers in Thailand. The research applies the Technology Continuance Theory (TCT) and incorporates value-related factors, including promotional offers and price-saving orientation. Data were collected through an online questionnaire from respondents who have experience using ShopeePay in Thailand and are current users. The data were analyzed using simple linear regression and multiple regression analysis. In addition, indirect effects were analyzed using the Danielsoper web-based program.

The findings reveal that perceived usefulness significantly influences satisfaction and attitude, which in turn affect continuance intention. Satisfaction also has a significant impact on both attitude and continuance intention, while attitude directly influences continuance intention. Furthermore, promotional offers have a

positive effect on continuance intention. However, price-saving orientation does not have a significant effect on continuance intention. This study provides valuable implications for digital payment service providers, system developers, and business strategists in designing and improving services to better meet user needs. It also offers guidance for developing effective promotional strategies and enhancing user experience to increase continuance usage and retain users in the long term.

Keywords: ShopeePay, Continuance Intention, e-Wallet, Technology Continuance Theory, Promotion

