หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมการใช้ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชันเดลิเวอรีของร้านสะดวกซื้อ
คำสำคัญ	พฤติกรรมการใช้ / ทัศนคติ / การยอมรับนวัตกรรม / แอปพลิเคชันเดลิเวอรีของร้านสะดวกซื้อ
ชื่อนักศึกษา	วลัยลักน์ ห่านทอง
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สหภาพ พ่อค้าทอง
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2567

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการใช้ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชันเดลิเวอรีของร้านสะดวกซื้อ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณโดยดำเนินการเก็บข้อมูลในรูปแบบการศึกษาเชิงสำรวจ เพื่อวัดผลเพียงครั้งเดียว โดยศึกษากับประชากรเพศชายและเพศหญิง อายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เคยใช้แอปพลิเคชันเดลิเวอรีของร้านสะดวกซื้อ จำนวน 400 คน ที่อยู่ในกลุ่มแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตาและการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าสถิติ Chi-Square F-test/One-Way ANOVA เพื่อทดสอบความแตกต่างของตัวแปรและ Regression Analysis เพื่อทดสอบการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง รองลงมา คือ เพศชาย มีอายุระหว่าง 20-30 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน การศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี รายต่อเดือนได้ 20,001-30,000 บาท เลือกใช้บริการร้านเซเว่น อีเลฟเว่น เพราะสะดวกและประหยัดเวลา เข้าใช้งาน 1-5 ครั้งต่อเดือน เลือกชำระเงินสด และสั่งสินค้า 100 -200 บาท มีทัศนคติต่อการใช้แอปพลิเคชันเดลิเวอรีของร้านสะดวกซื้อ ด้านประสิทธิภาพในการประมวลผล อยู่ในระดับมากที่สุด และมีการยอมรับนวัตกรรมเอปพลิเคชันเดลิเวอรีของร้านสะดวกซื้อ ด้านความรู้ อยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.)ลักษณะทางประชากร แตกต่างกันมีพฤติกรรการใช้แอปพลิเคชันเดลิเวอรีของร้านสะดวกซื้อแตกต่างกัน 2.)ลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีทัศนคติการใช้แอปพลิเคชันเดลิเวอรีของร้านสะดวกซื้อแตกต่างกัน 3.)ลักษณะทางประชากร แตกต่างกันมีการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชันเดลิเวอรีของร้านสะดวกซื้อ แตกต่างกัน 4.)ทัศนคติต่อการใช้

SPU CHONBURI

แอปพลิเคชันเดลิเวอรีของร้านสะดวกซื้อ มีอิทธิพลต่อ การยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชันเดลิเวอรีของร้านสะดวกซื้อ

SPU CHONBURI

Thesis Title	Usage Behaviors And Attitudes Influencing Innovation Acceptance Delivery Applications Of Convenience Store
Keywords	Usage Behavior / Attitude / Innovation Acceptance / Convenience Store Delivery Application
Student	Walailak Hantong
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr.Sahaphap Phorkarthong
Level of Study	Master of Communication Arts
Faculty	School of Communication Arts, Sripatum University at Chonburi
Year	2024

ABSTRACT

The objective of this quantitative research was to study usage behaviors and attitudes influencing innovation acceptance delivery application of convenience stores. Data were collected by a one-time survey study of 400 males and females aged 20 years and over from Facebook who have used the delivery application of convenience stores by using purposive sampling, quota sampling, and accidental sampling. Statistics used for analysis included Chi-Square F-test/One-Way ANOVA to test differences in variables and multiple regression analysis statistics.

The results of the study revealed that the majority of the subjects were female, followed by males who were between 20-30 years old. Most of them graduated with a bachelor's degree and worked as private employees with a monthly salary of 20,001-30,000 baht. They frequently used the service of the 7-Eleven delivery app because it was convenient and saved their time at 1-5 times per month. They chose to pay by cash with the worth of 100 -200 baht for products. They had attitudes towards using convenience store delivery applications in terms of processing efficiency at the highest level and innovation acceptance of delivery applications of convenience stores in terms of knowledge at the highest level.

The results of the hypothesis testing revealed: 1.) Different demographic characteristics had different effects on the behavior of using convenience store delivery applications. 2.) Different demographic characteristics had different effects on attitudes toward using convenience store delivery applications. 3.) Different demographic characteristics had different effects on the

SPU CHONBURI

acceptance of convenience store delivery application innovations. 4.) Attitudes towards using convenience store delivery applications influence the acceptance of convenience store delivery application innovations.

SPU CHONBURI