

ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลผ่านแอปพลิเคชันเป่าดังในพื้นที่  
กรุงเทพมหานคร

Factors influencing the intention to purchase government lottery tickets through  
the PaoTang mobile application in the Bangkok area

สุธารินทร์ บัวเร่งเทียนทอง

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลผ่านแอปพลิเคชันเป่าดังในพื้นที่กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 15,000 - 25,000 บาท ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression) ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลผ่านแอปพลิเคชันเป่าดังในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน เป็นด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด โดยให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการในแอปพลิเคชันมีความรู้และเข้าใจประโยชน์จากการใช้งานได้มากที่สุด ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยแบบพหุคูณพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลผ่านแอปพลิเคชันเป่าดังในพื้นที่กรุงเทพมหานครได้ร้อยละ 75.3 คือปัจจัยด้านด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งานมากที่สุด ( $\beta = .546, p < .000$ ) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความง่ายในการใช้งาน ( $\beta = .262, p < .000$ ) ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน ( $\beta = .131, p < .016$ ) ตามด้วยปัจจัยด้านด้านความไว้วางใจในระบบ ( $\beta = .114, p = .008$ ) โดยที่ปัจจัยทุกตัวแปรที่สูงขึ้นจะทำให้ความตั้งใจซื้อเพิ่มขึ้น

คำสำคัญ : การยอมรับเทคโนโลยี, ความตั้งใจซื้อ

นักศึกษานิพนธ์โท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง; Master student, Faculty of Business Administration,

Ramkhamhaeng University; Email: bibi.sutharin3105@gmail.com

## ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมีนโยบายโดยมุ่งเน้นการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ ให้ทันการเปลี่ยนแปลง เสริมสร้างความเข้มแข็งและแก้ไขปัญหายังดำรงอยู่ของภาคส่วนต่างๆ ภายในประเทศเพื่อให้ประเทศไทยมีภูมิคุ้มกันและมีความแข็งแกร่งเพียงพอที่จะเผชิญกับสถานการณ์ความไม่แน่นอนจากปัจจัยต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถก้าวไปข้างหน้าอย่างต่อเนื่อง และมีความเข้มแข็งในระยะเป้าหมายที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานสลากกินแบ่ง (สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล, 2562)

สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีในปัจจุบันโดยมีการจัดทำสลากดิจิทัล หรือ Digital Lottery คือ สลากกินแบ่งรัฐบาลที่ถูกสแกนและแปลงเป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ซื้อและขายแบบออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง โดยแอปพลิเคชัน “เป่าตัง” ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญของรัฐบาลที่จะขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่เศรษฐกิจดิจิทัล โดยมีธนาคารกรุงไทยเป็นผู้พัฒนาและกำกับดูแลแอปพลิเคชันโดยมีจุดเด่นผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการหลากหลาย เช่น G Wallet กระเป๋าสุขภาพ บัญชีกรุงไทย ลงทุนในพันธบัตรหุ้นกู้และทองคำ กับ วอลเล็ต สบม.วอลเล็ต ซื้อขายหุ้นกู้ และ Gold Wallet บริการตรวจสอบบัญชีกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (ธนาคารกรุงไทย, 2565)

สำหรับสลากดิจิทัล หรือ Digital Lottery มีการโดยมีการเปิดซื้อ – ขาย ผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ในราคาใบละ 80 บาท ซึ่งต้องชำระเงินผ่าน G-Wallet ตั้งแต่วันที่ 2 มิถุนายน 2565 นอกจากนี้ยังสามารถกดขึ้นเงินรางวัลได้ 2 วิธี คือ 1.) ขึ้นเงินรางวัลด้วยตัวเองที่สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล และ 2.) ขึ้นเงินรางวัลในแอปพลิเคชันเป่าตัง แบบเลือกรับเงินโอนเข้าบัญชีธนาคารกรุงไทยได้ สำหรับยอดการซื้อนั้นมีผู้เข้ามาใช้บริการซื้อสลากเพิ่มขึ้นเนื่องจากความสะดวกและรวดเร็วในการซื้อได้ในราคาใบละ 80 บาท ไม่ต้องเสียเงินเพิ่มซื้อสลากเกินราคาจึงทำให้มีผู้ที่สนใจเข้ามาซื้อเพิ่มเติมทุกงวดที่มีการออกสลากกินแบ่งรัฐบาล ปัจจุบันมีการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลหลัก ทั้งล้านฉบับเนื่องจากมีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ปัญหาห่วยใต้ดิน และมีความท้าทายรูปแบบใหม่ คือห่วยจากประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งเว็บขายสลากออนไลน์ที่อ้างอิงผลรางวัลจากประเทศเพื่อนบ้าน รวมถึงเว็บขายสลากออนไลน์อื่นๆ ที่ใช้ผลรางวัลของสำนักงานสลาก รวมถึงการนำสลากไปไปโหลดขาย ในอนาคตจะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อรองรับความท้าทายรูปแบบใหม่ และตอบโจทย์ผู้ซื้อต่อไป

นอกจากนี้ ได้ปรับรูปแบบการขายสลากดิจิทัล โดยผู้ขายสามารถเดินขายสลากแบบแผงสลากบนไอแพด และโทรศัพท์มือถือได้ วิธีการดังกล่าว ถือเป็น การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสลากดิจิทัลให้มากขึ้น เพราะมีลักษณะคล้ายกับการจำหน่ายสลากแบบมีแผงจำหน่าย ไม่ว่าจะเป็นการเลือกเลขให้กับลูกค้าประจำ หรือการลดราคาสลาก เป็นต้น โดยการปรับปรุงช่องทางการจำหน่าย (PPTV Online ,2567)

ปัจจุบันการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะในตามท้องตลาดที่มีการขายแบบตั้งแผงขายมีการขายสลากกินราคาเป็นจำนวนมากหากสลากเป็นเลขที่ต้องการก็จะมีราคาสูงกว่าปกติ ยิ่งเป็นสลากรูปแบบชุดคือสลากที่มีเลขทั้งหกหลักเหมือนกันจำนวน 2 ใบขึ้นไปจะมีการบวกราคาเพิ่มขึ้นไปอีกจนราคาเกิน 80 บาท ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแบบดิจิทัลเพิ่มจำนวนมากยิ่งขึ้น เพิ่มที่มา (สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล, 2563) ด้วยความที่ยอมรับในเทคโนโลยี และความไว้วางใจในการซื้อสลากผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลผ่านแอปพลิเคชันเป่าตังในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการปรับปรุงรูปแบบและวิธีการให้บริการสลากกินแบ่งรัฐบาลผ่านแอปพลิเคชันเป่าตังให้เป็นที่ยอมรับในการนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและมีความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเป่าตังในอนาคตต่อไป

### **วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลผ่านแอปพลิเคชันเป่าตังในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลผ่านแอปพลิเคชันเป่าตังในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

### **ขอบเขตของการวิจัย**

**ขอบเขตด้านเนื้อหา** การศึกษารั้งนี้ มุ่งศึกษาปัจจัยการยอมรับในเทคโนโลยี ด้านรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านความไว้วางใจในระบบ ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง

**ขอบเขตด้านประชากร** ขอบเขตประชากรในงานวิจัยนี้ คือบุคคลที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไปในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร

**ขอบเขตด้านระยะเวลา** วิจัยครั้งนี้มีระยะเวลาดำเนินการระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ ถึงเดือน มิถุนายน 2567

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง เป็นการจำลองให้เห็นประโยชน์ที่จะได้รับหากมีการยอมรับในเทคโนโลยีโดยมีการออกแบบเป็นแผนภาพจำลองให้ผู้เห็นมีความเข้าใจและสามารถมีการยอมรับในเทคโนโลยีได้ (วชิรวรพันธ์ ชัยสำโรง., 2561) กล่าวได้ว่า การจำลองการยอมรับเทคโนโลยี เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 5 ปัจจัย ดังนี้ 1.การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) 2. การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness: PU) 3.ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward Using) 4.ความตั้งใจในการใช้ (Behavioral Intention to Use) 5. การใช้งานจริง (Actual System Use) (Fishbein & Ajzen 1975) โดยปัจจัยหลักที่ส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมของผู้ใช้งาน พิจารณาจาก ตัวแปรภายนอก (External Variables) ที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (Perceived Ease of Use) และการรับรู้ความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use) ซึ่งส่งผลต่อทัศนคติการใช้งาน (Attitude) และความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention) ซึ่งสุดท้ายจะส่งอิทธิพลต่อ การยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีนั้น

### การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)

การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หมายถึง เป็นพฤติกรรมที่เป็นกระบวนการในการที่ต้องการซื้อสินค้าโดยการตัดสินใจซื้อเป็นพฤติกรรมที่ทำให้เห็นการตัดสินใจที่หลากหลายของผู้บริโภคโดยบางคนมีการวางแผนเป็นกระบวนการในการตัดสินใจซื้อบางคนมีความต้องการที่จะซื้อโดยไม่ต้องมีการวางแผน (Kakkosa., Trivellasb and Sdrolia 2015) ได้กล่าวว่า ความตั้งใจซื้อเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในช่วงก่อนซื้อผลิตภัณฑ์บางอย่าง ซึ่งผู้บริโภคมักจะมีการวางแผนการซื้ออย่างตั้งใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์บางอย่างโดยการวางแผนนี้จึงเป็นขั้นตอนของการพิจารณาก่อนซื้อ Kotler (2003) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อ (Decision) ได้มีการแบ่งขั้นตอนต่างๆ ของกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็น 5 ขั้นตอน คือ 1) การตระหนักถึงความต้องการ 2) การค้นหาข้อมูลข่าวสาร 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ และ 5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อเกิดขึ้นเป็นเวลานานกว่าที่จะมีการซื้อจริง และมีผลกระทบหลังจากการซื้อตามมามากด้วย

## สมมติฐานการวิจัย

H1a : การรับรู้การยอมรับเทคโนโลยีด้านรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานแตกต่างกันมีผลต่อบัณฑิตจบต่อความตั้งใจซื้อที่แตกต่างกัน

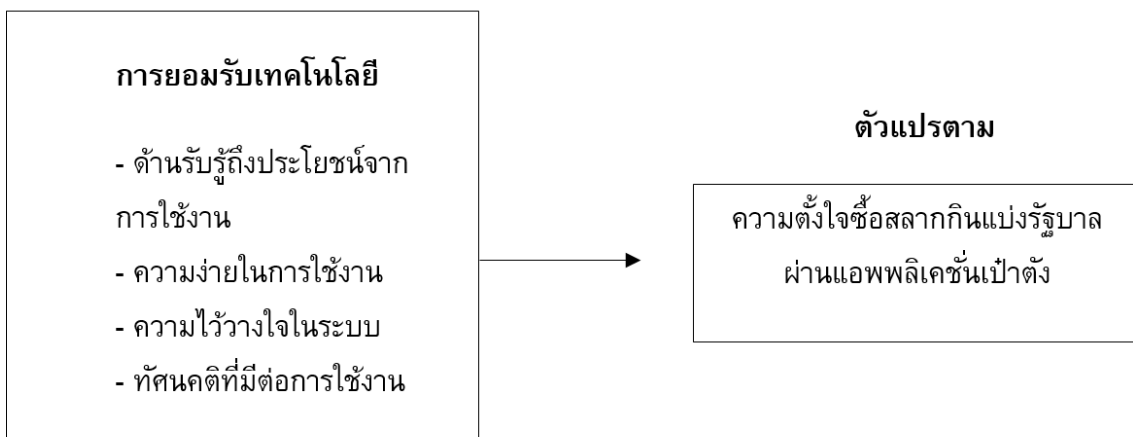
H1b : การรับรู้การยอมรับเทคโนโลยีด้านความง่ายในการใช้งานแตกต่างกันมีผลต่อบัณฑิตจบต่อความตั้งใจซื้อที่แตกต่างกัน

H1c : การรับรู้การยอมรับเทคโนโลยีด้านความไว้วางใจในระบบแตกต่างกันมีผลต่อบัณฑิตจบต่อความตั้งใจซื้อที่แตกต่างกัน

H1d : การรับรู้การยอมรับเทคโนโลยีด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งานแตกต่างกันมีผลต่อบัณฑิตจบต่อความตั้งใจซื้อที่แตกต่างกัน

## กรอบแนวคิดการวิจัย

### ตัวแปรต้น



## ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคคลที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไปในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร ใช้สูตรในการคำนวณของ W.G. Cochran(1953) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน แต่เพื่อป้องกันแบบสอบถามที่ได้มาไม่มีข้อมูลไม่ครบถ้วนจึงแจก 400 คน

เครื่องมือเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 1) คำถามคัดกรอง 2) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 3) ความตั้งใจซื้อ ประกอบด้วย การรับรู้เรื่องเทคโนโลยี แบ่งเป็น 5 ด้านดังนี้ ด้านรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน ความง่ายในการใช้งาน ด้านความไว้วางใจในระบบ ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งานโดยใช้การวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ โดย 5 = มากที่สุด และ 1 = น้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ ด้วยการนำแบบสอบถามไป pretest สัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง 10 ราย เพื่อทดสอบความเข้าใจและขอความคิดเห็น เพื่อนามาปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องของข้อคำถาม ก่อนนำไป Pilot โดยกลุ่มผู้ตอบ pretest มีความเข้าใจและสามารถตอบคำถามได้ครบถ้วน จึงทำการทดสอบ Pilot กับกลุ่มตัวอย่างอีก 40 ราย โดยผลตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach' Alpha พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha แต่ละกลุ่มปัจจัย ความตั้งใจซื้อ (Repurchase Intention) Cronbach's Alpha ด้านรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน เท่ากับ .689 ความง่ายในการใช้งาน Cronbach's Alpha เท่ากับ .764 ด้านความไว้วางใจในระบบ Cronbach's Alpha เท่ากับ .846 ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน Cronbach's Alpha เท่ากับ .803

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม 1) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการแจกแจงความถี่ และร้อยละ 2) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อกับความตั้งใจซื้อ ได้แก่ ปัจจัยด้านรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน , ด้านความง่ายในการใช้งาน , ด้านความไว้วางใจในระบบ และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3) วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยแบบพหุ เพื่อทดสอบอิทธิพลของปัจจัยด้านรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน , ด้านความง่ายในการใช้งาน , ด้านความไว้วางใจในระบบ และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน

## ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.5 โดยมีอายุอยู่ที่ 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.5 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 66.8 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 70.0 โดยส่วนใหญ่มีการประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 50.7 รายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 15,000 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.3

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานด้านความง่ายในการใช้งาน,ด้านความไว้วางใจในระบบ,ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน

ตัวแปร	Mean	S.D.	ระดับ
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน	4.16	0.96	เห็นด้วยมาก
ด้านความง่ายในการใช้งาน	3.91	0.92	เห็นด้วยมาก
ด้านความไว้วางใจในระบบ	3.15	0.99	เห็นด้วยมาก
ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	3.90	0.88	เห็นด้วยมาก
รวมทุกด้าน	3.78	0.75	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 1 พบว่าผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน, ด้านความง่ายในการใช้งาน, ด้านความไว้วางใจในระบบ, ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน โดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ( $M = 3.78$ ,  $S.D. = 0.90$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบมีความคิดเห็นต่อด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานมากที่สุด ( $M = 4.16$ ,  $S.D. = 0.96$ ) ลำดับถัดมา คือ ความคิดเห็นต่อด้านความง่ายในการใช้งาน ( $M = 3.91$ ,  $S.D. = 0.92$ ) ถัดมา คือ ความคิดเห็นต่อด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ( $M = 3.90$ ,  $S.D. = 0.88$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจซื้อกับปัจจัยปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน,ด้านความง่ายในการใช้งาน,ด้านความไว้วางใจในระบบ,ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน

ตัวแปรพยากรณ์	B	SE(B)	Beta	t	Sig
(Constant)	-0.073	.189		-.386	.700
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน	.131	.054	.113	2.420	.016
ด้านความง่ายในการใช้งาน	.262	.064	.127	4.102	.000
ด้านความไว้วางใจในระบบ	.114	.043	.102	2.673	.008
ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	.546	.073	.435	7.474	.000

R = .753  $R^2 = .567$  Adjusted  $R^2 = .563$  Std. Error of the Estimate = .737

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า โดยทุกตัวแปรมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อ โดยสามารถอธิบายความตั้งใจร้อยละ 75.3 ซึ่งปัจจัยด้านด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งานมากที่สุด ( $\beta = .546$ ,  $p < .000$ ) รองลงมาอันดับ 2 คือ ปัจจัยด้านความง่ายในการใช้งาน ( $\beta = .262$ ,  $p < .000$ ) ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน ( $\beta = .131$ ,  $p < .016$ ) ตามด้วยปัจจัยด้านด้านความไว้วางใจในระบบ ( $\beta = .114$ ,  $p = .008$ ) สมการ  $Y = (-0.734) + .113 + .127 + .102 + .435$

### สรุปและอภิปรายผล

บุคคลที่มีความตั้งใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง ช่วงอายุ 20 – 30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยอยู่ที่ 15,000 - 25,000 บาท มีความตั้งใจซื้อของทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์การถดถอยของปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน,ด้านความง่ายในการใช้งาน,ด้านความไว้วางใจในระบบ,ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องของการรับรู้ของแต่ละบุคคลว่าเทคโนโลยี สารสนเทศหรือบริการชำระเงินที่ใช้เทคโนโลยีในรูปแบบใหม่ๆ จะสามารถมีส่วนช่วยในการพัฒนา ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง ประสิทธิภาพการทำงานให้กับผู้ใช้บริการ อีกทั้งให้ประโยชน์มากมายได้ มากกว่าบริการรูปแบบเดิมๆ ทำให้ผู้บริโภคเลือกที่จะตั้งใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ในส่วนของปัจจัยด้านความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อของผู้บริโภค ผู้บริโภคมีความตั้งใจที่จะซื้อเนื่องมาจาก ผู้บริโภคมีความรู้สึกว่าการใช้งานแอปพลิเคชันมีความง่ายในการใช้งาน ไม่ซับซ้อนในการเลือกสลากที่ต้องการและชำระเงินที่รวดเร็วหลากหลายวิธีผ่านระบบออนไลน์ได้ทั้งสิ้น ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยบางส่วนของ พีรวัฒน์ คงไทย (2565) ที่พบว่า การซื้อสลากดิจิทัล โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่



สามารถเข้าถึงแอปพลิเคชันเป่าตั้งได้อย่างสะดวกเข้าใจง่าย ใช้ระยะเวลาการซื้อสลากสั้นและรวดเร็ว มีระบบการยืนยันตัวตนก่อนการให้บริการ และสามารถใช้ได้ทั้งระบบปฏิบัติการ IOS และ Android ส่วนปัจจัยด้านความไว้วางใจในระบบ ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อเพราะการสมัครใช้แอปพลิเคชันเป่าตั้งต้องมีการใส่ข้อมูลส่วนตัว และเชื่อมต่อกับ บัญชีเงินธนาคารกรุงไทย เพื่อใช้ในการเติมเงินถอนเงินหรือธุรกรรมอื่นๆเป็นต้น ดังนั้นความไว้วางใจระบบจึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจว่าข้อมูลของตนเองจะไม่นำออกไปใช้ในเชิงการค้าต่างๆ สอดคล้องกับวิจัยบางส่วนของ เสาวลักษณ์ พูลทรัพย์ (2562) ด้านความไว้วางใจระบบ มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการเป็นการสร้างความเชื่อมั่นถึงความปลอดภัยในข้อมูล และปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการที่ผู้บริโภคจะเลือกมาใช้บริการต้องให้ผู้ที่มาใช้บริการเกิดทัศนคติเชิงบวกว่าสามารถซื้อสลากได้ไม่เกินราคาที่กำหนดและไม่เกิดเหตุการณ์สลากสูญหายหรือมีการนำไปขึ้นรางวัลแทนผู้ที่ถูกรางวัล สอดคล้องกับวิจัยบางส่วนของ พีรวัฒน์ คงไทย (2565) ทัศนคติเกิดจากกระบวนการภายในจิตใจและสังคมภายนอกที่แตกต่างกัน เป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการผ่านความคิดและพฤติกรรมของผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ดิจิทัล ในการเสาะหา การคิด การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลดิจิทัล ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ และตอบสนองความต้องการซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งของตนเองได้

ดังนั้นผลการวิจัยสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน,ด้านความง่ายในการใช้งาน,ด้านความไว้วางใจในระบบ และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ว่าต้องทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการใช้งานประทับใจในการเข้ามาใช้บริการแอปพลิเคชันรู้สึกในเชิงบวกและอยากที่จะตั้งใจมาซื้ออีกครั้ง ในส่วนด้านความง่ายในการใช้งานโดยมีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยากและชัดเจนในการใช้ภาพหรือภาษาที่ชัดเจนให้สามารถเข้าใจได้ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน โดยที่ปัจจัยทุกตัวแปรที่สูงขึ้นทำให้ความตั้งใจซื้อมากขึ้น จึงสรุปได้ว่า ผู้บริโภคจะเกิดความตั้งใจซื้อก็ต่อเมื่อได้มีการยอมรับในเทคโนโลยีด้านประโยชน์จากการใช้งาน ช่วยลดปัญหาในการซื้อสลากเกินราคา และยังได้เลขที่ผู้บริโภคต้องการอย่างพึงพอใจ รับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับในการซื้อสลากผ่านแอปพลิเคชันในการซื้อและชำระเงินที่สะดวกรวมถึงการขึ้นเงินรางวัลที่สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น อีกทั้งแอปพลิเคชันเป่าตั้งมี รวมทั้งมีความไว้วางใจในระบบ มีความมั่นใจในแอปพลิเคชันว่ามีความปลอดภัยในข้อมูลส่วนตัวอีกทั้ง ก็จะสามารถทำให้ผู้บริโภคมีความตั้งใจซื้อได้

1) ผลจากการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ให้ระบบมีเชื่อมั่นในการใช้งานยอมรับในเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้นการรับรู้ถึงประโยชน์มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลดิจิทัลในแอปพลิเคชันเป่าตั้งให้สามารถซื้อสลากได้ตลอด 24 ชั่วโมง และลดขั้นตอนในการซื้อให้รวดเร็วทั้งการเลือกเลขที่ต้องการเมนูดูไม่ซับซ้อนพร้อมด้วยขั้นตอนการจ่ายเงินที่สะดวกหลากหลายช่องทางเพื่อความสะดวกของผู้ที่มาใช้บริการ

2) ผลจากการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงเรื่องการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล ตัวอย่างอาจขาดความเข้าใจ หรือมีข้อกังวลเรื่องความปลอดภัยในการใช้งานแอปพลิเคชัน ในการเข้าถึงข้อมูล ดังนั้นควรมีการแจ้งผู้มาใช้บริการว่าข้อมูลมีการจัดเก็บอย่างดีเพื่อไม่ให้เกิดการรั่วไหลของข้อมูลทำให้นำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในเชิงการค้าหรือกลุ่มผู้ไม่หวังดี

### **ข้อเสนอแนะ**

1) ผลจากการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ให้ระบบมีเชื่อมั่นในการใช้งาน ยอมรับในเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้นการรับรู้ถึงประโยชน์มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลดิจิทัลในแอปพลิเคชันเป่าตั้งให้สามารถซื้อสลากได้ตลอด 24 ชั่วโมง และลดขั้นตอนในการซื้อให้รวดเร็วทั้งการเลือกเลขที่ต้องการเมนูดูไม่ซับซ้อนพร้อมด้วยขั้นตอนการจ่ายเงินที่สะดวกหลากหลายช่องทางเพื่อความสะดวกของผู้ที่มาใช้บริการ

2) ผลจากการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงเรื่องการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล ตัวอย่างอาจขาดความเข้าใจ หรือมีข้อกังวลเรื่องความปลอดภัยในการใช้งานแอปพลิเคชัน ในการเข้าถึงข้อมูล ดังนั้นควรมีการแจ้งผู้มาใช้บริการว่าข้อมูลมีการจัดเก็บอย่างดีเพื่อไม่ให้เกิดการรั่วไหลของข้อมูลทำให้นำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในเชิงการค้าหรือกลุ่มผู้ไม่หวังดี

## เอกสารอ้างอิง

### วิทยานิพนธ์

ชีวรรัตน์ ชัยสำโรง.(2561).การยอมรับเทคโนโลยีการเรียนภาษาผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พีรวัฒน์ คงเป็นไทย.(2565).ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชันเป่าตังของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เสาวลักษณ์ พูลทรัพย์.(2562).การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินสมทบกองทุนประกันสังคม ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของสำนักงานประกันสังคม.ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

สรารุช ปานรงค์.(2565).ความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังอย่างต่อเนื่อง.ค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วชีวรรัตน์ ชัยสำโรง.(2561).การยอมรับเทคโนโลยีการเรียนภาษาผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.ค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ธนาคารกรุงไทย.(ม.ป.ป) เป่าตัง รวมทุกสิทธิเพื่อคนไทยในแอปฯเดียว.สืบค้นจาก

<https://krungthai.com/th/content/personal/paotang>

สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล. (2567).สำนักงานสลาก ขึ้นตอนการซื้อสลากดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์ม GLO

สืบค้นจาก <https://www.glo.or.th/glo-news/detail/973ffd3f-3fb2-49a3-ae55-41838368c595>

PPTV Online เปิดวิธีขึ้นเงินรางวัล “สลากดิจิทัล” ผ่านแอปฯเป่าตัง สืบค้นจาก

<https://www.pptvhd36.com/news>

## **Articles**

Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York : John Wiley & Sons.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, 216.

Kakkosa, N., Trivellasb, P., & Sdrolias, L. (2015). Identifying drivers of purchase intention for private label brands: Preliminary evidence from Greek consumers. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 175, 522–528.

Kotler, P. (2003). *Marketing management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Mintu, A. T., & Hector, L. (1993). Green marketing education: A call for