

อิทธิพลของความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป่าดังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
INFLUENCE OF CREDIBILITY, TRUST AND TECHNOLOGY ACCEPTANCE ON BANGKOK
CONSUMERS' DECISION TO PURCHASE DIGITAL LOTTERY ON “PAO TANG” APPLICATION

วิมาดา ลาบรรเทา¹ และ วิโรจน์ สุทธิสีมา¹

¹คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Wimada Labanthao¹ And Viroj Suttisima¹

¹School of Communication Arts, Bangkok University

(Received: September 29, 2024; Revised: November 3, 2025; Accepted: November 5, 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป่าดังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 36-40 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และส่วนใหญ่มิรายได้เฉลี่ยเดือน 15,001-30,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และการยอมรับเทคโนโลยี มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป่าดังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ความเชื่อมั่น, ความไว้วางใจ, การยอมรับเทคโนโลยี, การตัดสินใจซื้อ

ABSTRACT

This quantitative research aimed to examine the influences of confidence, trust, and technology acceptance on people's decision to purchase government lottery tickets via the Paotang application among residents of Bangkok. The population in this study consisted of people living in Bangkok. Data were collected using an online questionnaire. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The findings revealed that most of the respondents were female, aged 36–40 years, single, held a bachelor's degree, and worked in private companies. Most respondents also had an average monthly income of 15,001–30,000 baht. The hypothesis testing showed that confidence, trust, and technology acceptance significantly affected the decision to purchase government lottery tickets via the Paotang application among people in Bangkok at the 0.05 level of statistical significance.

Keywords: Credibility, Trust, Technology Acceptance, Decision to Purchase

บทนำ

สลากกินแบ่งรัฐบาล หรือ ลอตเตอรี่ อยู่คู่กับสังคมไทยมานาน วิวัฒนาการมาจากการเล่น “หวย” ของชุมชนชาวจีนช่วงต้นยุครัตนโกสินทร์ และได้แพร่หลายในชุมชนชาวไทยในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว จากดำริของพระองค์ที่โปรดให้ตั้งโรงหวยขึ้นใน พ.ศ. 2375 เนื่องจากสยามเกิดปัญหาภัยแล้ง ทำให้ชาวบ้านไม่นำเงินออกมาใช้จ่าย จนเจ้าภาษีนายอากรไม่สามารถเก็บอากรส่งหลวงได้ โรงหวยจึงกลายเป็นกุศโลบายที่ทำให้ชาวบ้านนำเงินออกมาใช้จ่ายเพื่อให้มีอากรเข้าหลวง (สรวิชัย ฤทธิจรูญโรจน์, 2560) รัฐบาลได้ดำเนินการออกสลากกินแบ่งรัฐบาลตลอดมา และมีการพัฒนารูปแบบอย่างต่อเนื่อง จนถึง พ.ศ. 2482 ได้มีการจัดตั้งสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลขึ้นอย่างเป็นทางการ ตามพระราชบัญญัติสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล พ.ศ. 2517 กำหนดให้เป็นนิติบุคคล สังกัดกระทรวงการคลัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการแสวงหารายได้จากการจำหน่ายสลาก ส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมสาธารณะประโยชน์และช่วยเหลือสังคม (สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล, ม.ป.ป.) จนถึงปัจจุบัน สลากกินแบ่งรัฐบาลก็มีรูปร่างหน้าตาสวยงามทันสมัย ออกรางวัลเดือนละ 2 งวด และมีราคาจำหน่ายปลีกใบละ 80 บาท

ปัจจุบันนี้โลกได้เข้าสู่ยุคดิจิทัล กระแสการซื้อขายสินค้าบนแพลตฟอร์มดิจิทัลนั้นเป็นที่นิยมอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นสินค้าอุปโภค บริโภค รวมไปถึงการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้วยเช่นกัน ความนิยมในการซื้อสินค้าออนไลน์นี้ทำให้บริษัทเอกชนหลายราย เริ่มเปิดแพลตฟอร์มรับฝากขายลอตเตอรี่แบบออนไลน์ โดยแพลตฟอร์มเหล่านี้ยังอำนวยความสะดวกให้สามารถเลือกซื้อตัวเลขที่ต้องการได้ตามใจชอบ ด้วยเหตุนี้ การซื้อสลากลอตเตอรี่ออนไลน์จึงได้รับความนิยมอย่างมาก (Money Buffalo, 2565) ขณะเดียวกันก็มีปัญหาเกี่ยวกับลอตเตอรี่ที่มีราคาแพงกว่าราคาขายจริง เนื่องจากหลายแพลตฟอร์มมีการคิดค่าบริการเพิ่ม

รัฐบาลได้เห็นถึงความนิยมในการซื้อลอตเตอรี่ออนไลน์รวมถึงเห็นปัญหาการขายสลากเกินราคาอยู่เสมอ รัฐบาลจึงได้มีนโยบาย “สลากดิจิทัล” เพื่อรองรับช่องทางการซื้อสลากรูปแบบใหม่ และแก้ปัญหาสลากเกินราคาด้วย โดยเป็นช่องทางการซื้อสลากในระบบออนไลน์ที่รัฐเป็นเจ้าของแพลตฟอร์ม ซึ่งผู้คิดค้นแอปพลิเคชันเป่าตั้งเพื่อจำหน่ายสลากดิจิทัลคือบริษัท ธนาการกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยพัฒนาร่วมกับรัฐบาล ในปี พ.ศ. 2565 ทั้งนี้ ผู้ค้าเดิมจำนวน 1.5 แสนคนนั้นต้องมาลงทะเบียนด้วยแพลตฟอร์มออนไลน์ ภายใต้ชื่อ “แพลตฟอร์มจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล (Digital Lottery)” ด้วยวิธีการสแกนสลากตัวจริงแล้วนำไปโพสต์ขายบนแพลตฟอร์ม Digital Lottery เพื่อเป็นช่องทางการจำหน่ายสลากให้ผู้ได้รับโควตาสลาก (ประชาชาติธุรกิจ, 2565) ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้สลากดิจิทัลที่ขายในช่องทางแอปพลิเคชันเป่าตั้ง มีความน่าเชื่อถือและได้รับความนิยมอย่างมาก จนขายสลากได้ 17 ล้านใบในปี พ.ศ. 2565 (Thai Publica, 2566) และมีแนวโน้มว่าทางกองสลากจะมีการเพิ่มจำนวนสลากดิจิทัลมากขึ้นในทุก ๆ ปีด้วย

จากความนิยมอย่างแพร่หลายของสลากดิจิทัลในแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าจากกรอบทบทวนวรรณกรรม ประเด็นของความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และการยอมรับเทคโนโลยี นั้นเป็นปัจจัยสำคัญในเชิงเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งมีบทบาททำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป่าตั้งได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง อิทธิพลของความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป่าตั้ง และโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ที่สุด เข้าถึงเทคโนโลยีได้มากและเร็วที่สุดในกลุ่มของประชากรทั้งประเทศ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ให้กลุ่มเป้าหมายเกิดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป่าตั้งต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป่าตังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(1) แนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อมั่น

Larzelere & Huston (1980) อธิบายว่า ความเชื่อมั่น เป็นพื้นฐานของความสัมพันธ์คือการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ใช้บริการซึ่งองค์การจำเป็นต้องเรียนรู้ทฤษฎีความสัมพันธ์อย่างละเอียด เอาใจใส่ และใกล้ชิดเพื่อครองใจผู้ใช้บริการ

(2) แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ

Reina & Reina (1999) อธิบาย ความไว้วางใจ เป็นความเชื่อในการกระทำของบุคคล ที่จะสอดคล้องกับความคาดหวังในทางบวกของผู้ไว้วางใจ หรือการกระทำของบุคคลหนึ่งที่มีต่อผู้อื่น โดยความไว้วางใจเกิดขึ้นได้ มีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ ความไว้วางใจด้านการสื่อสาร และด้านการให้ความสะดวกสบาย

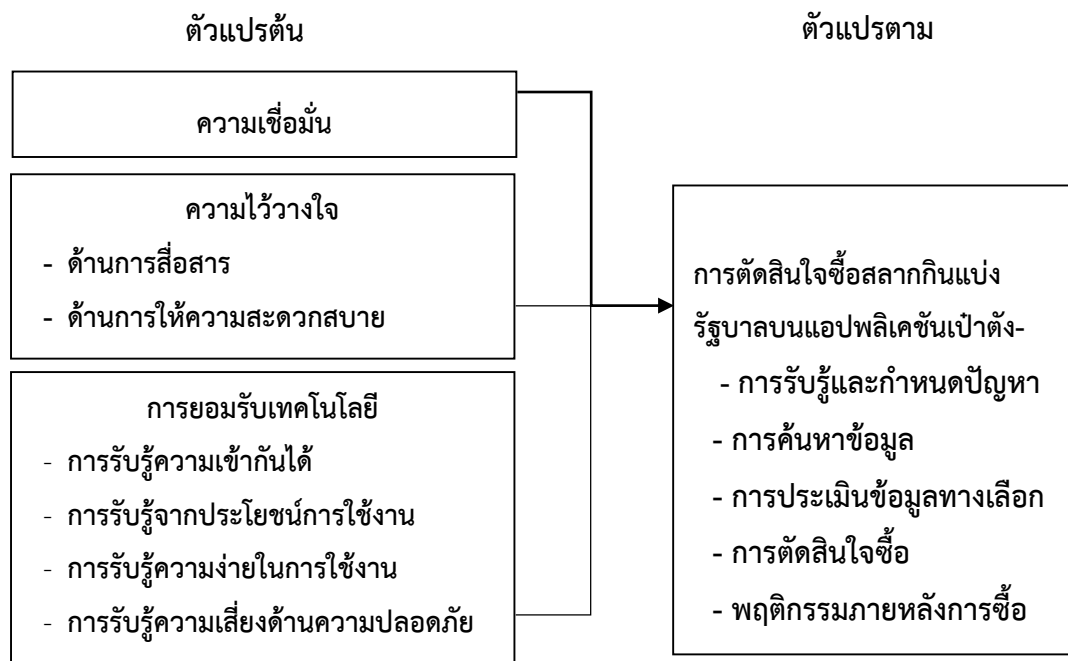
(3) แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

Ooi & Tan (2016) อธิบายการยอมรับเทคโนโลยี เป็นการนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เป็นประโยชน์และเกิดการยอมรับโดยใช้องค์ประกอบที่ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในหลากหลายด้านเพื่อให้เกิดพฤติกรรมการยอมรับ ประสพการณ์ และทักษะในการใช้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการยอมรับเทคโนโลยีมีองค์ประกอบคือการรับรู้ความเข้าใจได้, การรับรู้ประโยชน์, การรับรู้ความง่ายและการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้สำคัญมากสามารถ นำไปวัดประสิทธิผลของการยอมรับเทคโนโลยี

(4) แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

สุขุม รัตนเสรีเกียรติ (2562) อธิบายว่า การตัดสินใจ (Decision Making) คือ กระบวนการที่มีลำดับขั้นโดยผ่านกระบวนการความคิดเพื่อเลือกโอกาสที่จะใช้ในการตัดสินใจจากเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งให้สอดคล้องกับเป้าหมาย และเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด โดย Kotler (1997) แบ่งลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้บริโภค ทั้งสิ้น 5 ขั้นตอน ซึ่งประกอบไปด้วย การรับรู้และกำหนดปัญหา, การค้นหาข้อมูล, การประเมินข้อมูลทางเลือก, การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 ความเชื่อมั่น มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป่าตังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 2 ความไว้วางใจ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป่าตังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 3 การยอมรับเทคโนโลยี มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป่าตังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นงานวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

(1) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ในปี พ.ศ. 2566 มีจำนวน 5,494,932 คน (สำนักทะเบียนกลางกรมการปกครอง, 2566) โดยเหตุผลประการสำคัญคือข้อจำกัดในการเก็บข้อมูลที่ไม่สามารถเก็บจากทั่วประเทศได้ และเนื่องจากประชาชนที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวนมากที่สุดในประเทศและเป็นศูนย์กลางของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมมากที่สุด จึงมีความเหมาะสมในการเลือกมาเป็นกลุ่มของประชากร

(2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีทั้งเพศชาย เพศหญิงและ LGBTQ+ ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีไปจนถึงมากกว่า 60 ปี โดยคำนวณจากโปรแกรม G*Power

โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ คือ 0.05 โดยได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 204 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะผู้ใช้บริการที่สนใจสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป๋าตังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามระบบอินเทอร์เน็ต (Online Survey) โดยศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2-5 คือการใช้ตัวแปรจากการทบทวนวรรณกรรมของ 3 แนวคิดหลัก อันได้แก่ ความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ การยอมรับเทคโนโลยี และการตัดสินใจซื้อ ประกอบไปด้วย 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความเชื่อมั่นต่อแอปพลิเคชันเป๋าตัง ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความไว้วางใจ ได้แก่ ด้านการสื่อสาร และด้านการให้ความสะดวกสบาย ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป๋าตัง ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป๋าตัง ซึ่งส่วนที่ 2 -5 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามมาตรวัดแบบ Likert (Likert's Scale) กำหนดการให้เป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) และน้อยที่สุด (1) และได้ทำการทดสอบความตรง (validity) ผ่านการให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านทำ IOC และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยค่า Cronbach's Alpha (Cronbach, 1990) ซึ่งมีค่า 0.967 โดยสูงกว่า 0.7 ขึ้นไปในกลุ่ม pre-test จึงจะถือว่ายอมรับได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้สนใจสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป๋าตังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 204 ชุด ผ่านการสำรวจแบบออนไลน์ (Online Survey) เมื่อแล้วเสร็จผู้ศึกษาทำการประมวลผลและตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของคำตอบที่สมบูรณ์ เพื่อที่จะใช้ทำการวิเคราะห์ต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

(1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการนำค่าสถิติอธิบายข้อมูลทั่วไปในงานวิจัย ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

(2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป๋าตังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

ลักษณะทางประชากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในฐานะกลุ่มตัวอย่าง สนใจสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป๋าตังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 204 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 53.4 มีช่วงอายุระหว่าง 36-40 ปี โดยจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 สถานภาพโสด จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 46.6 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 ส่วนใหญ่เป็นอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยเดือน 15,001 - 30,000 บาท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8

ในหัวข้อด้านความเชื่อมั่น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเชื่อมั่นโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นมากที่สุดในด้านแอปพลิเคชันแปดงาจำหน่ายลอตเตอรี่ออนไลน์ได้อย่างน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 รองลงมาคือ แอปพลิเคชันแปดงาไม่น่าสลาที่จำหน่ายแล้วไปจำหน่ายซ้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 และน้อยที่สุดคือแอปพลิเคชันแปดงามีการรักษาความปลอดภัยต่อข้อมูลของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ตามลำดับ

ในหัวข้อด้านความไว้วางใจต่อแอปพลิเคชันแปดงา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นมากที่สุดในด้านการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 รองลงมาคือ ด้านการให้ความสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ตามลำดับ

ในหัวข้อด้านการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นมากที่สุดในด้านการรับรู้ประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 รองลงมาคือด้านการรับรู้ความเข้ากันได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 และด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ตามลำดับ

ในหัวข้อด้านความตั้งใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันแปดงา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นมากที่สุดในด้านการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมหลังการซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 รองลงมาคือการประเมินข้อมูลทางเลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 การกำหนดและรับรู้ปัญหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 และการค้นหาข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 1: การวิเคราะห์ความมีอิทธิพลของความเชื่อมั่น มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันแปดงาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัย	B	S.E.	β	T	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	1.388	0.203		6.821	0.000		
ความเชื่อมั่น	0.699	0.044	0.743	15.778	0.000*	1.000	1.000

$$R^2 = 0.552, \text{ Adjusted } R^2 = 0.550, F = 248.941, \text{ Sig.} < 0.001$$

จากตารางที่ 1 ผลวิเคราะห์ พบว่า ความเชื่อมั่น (Sig. = 0.000) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันแปดงาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จึงยอมรับสมมติฐาน โดยจากค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด ($R^2 = 0.550$) แสดงว่า ความเชื่อมั่น สามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันแปดงาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 55 ที่เหลือร้อยละ 45 เกิดจากตัวแปรที่ไม่ได้ใช้ศึกษา จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ตัวแปรอิสระ สามารถสมการเชิงเส้นตรงจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อทำนายการตัดสินใจซื้อ ได้ดังนี้

$$Y = 1.388 + 0.699 (X_1)$$

ตารางที่ 2: การวิเคราะห์ความมีอิทธิพลของความไว้วางใจ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป่าดังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัย	B	S.E.	β	T	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.827	0.172		4.808	0.000		
ด้านการสื่อสาร	0.374	0.044	0.431	8.470	0.000*	0.567	1.763
ด้านการให้ความสะดวกสบาย	0.441	0.046	0.491	9.668	0.000*	0.567	1.763

$$R^2 = 0.705, \text{ Adjusted } R^2 = 0.702, F = 240.616, \text{ Sig.} < 0.001$$

จากตารางที่ 2 ผลวิเคราะห์ พบว่า ความไว้วางใจด้านการสื่อสาร (Sig. = 0.000) และความไว้วางใจด้านการให้ความสะดวกสบาย (Sig. = 0.000) จึงยอมรับสมมติฐาน ซึ่งอธิบายได้ว่า ความไว้วางใจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป่าดังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุดคือ ด้านการให้ความสะดวกสบาย ($\beta = 0.491$) รองลงมาคือด้านการสื่อสาร ($\beta = 0.431$) นอกจากนี้ สัมประสิทธิ์การกำหนด ($R^2 = 0.702$) แสดงว่า ความไว้วางใจ สามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป่าดังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 70.2 ที่เหลือร้อยละ 29.8 เกิดจากตัวแปรที่ไม่ได้ใช้ศึกษา จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ตัวแปรอิสระของความไว้วางใจ 2 ด้าน สามารถสมการเชิงเส้นตรงจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อทำนายการตัดสินใจซื้อ ได้ดังนี้

$$Y = 0.827 + 0.374 (X_1) + 0.441 (X_2)$$

ตารางที่ 3: การวิเคราะห์ความมีอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยี มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป่าดังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัย	B	S.E.	β	T	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.649	0.155		4.196	0.000		
การรับรู้ความเข้ากันได้	0.199	0.037	0.267	5.439	0.000*	0.463	2.160
การรับรู้จากประโยชน์การใช้งาน	0.267	0.050	0.280	5.330	0.000*	0.403	2.478
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	0.183	0.048	0.209	3.817	0.000*	0.372	2.690
การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย	0.207	0.037	0.268	5.526	0.000*	0.476	2.100

$$R^2 = 0.778, \text{ Adjusted } R^2 = 0.773, F = 174.145, \text{ Sig.} < 0.001$$

จากตารางที่ 3 ผลวิเคราะห์ พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี 4 ด้าน มีค่า Sig. = 0.000 จึงยอมรับสมมติฐาน ซึ่งอธิบายได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยี ทั้ง 4 ด้านมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป่าดังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุดคือ การรับรู้จากประโยชน์การใช้งาน ($\beta = 0.280$) รองลงมาคือ การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ($\beta = 0.268$) ถัดมาคือ การรับรู้ความเข้ากันได้ ($\beta = 0.267$) และ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ($\beta = 0.209$) นอกจากนี้ สัมประสิทธิ์การกำหนด ($R^2 = 0.778$) แสดงว่า การยอมรับเทคโนโลยี 4 ด้าน สามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชัน

เป่าตังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 77.8 ที่เหลือร้อยละ 22.2 เกิดจากตัวแปรที่ไม่ได้ใช้ศึกษา จากผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระของการยอมรับเทคโนโลยี 4 ด้าน สามารถเขียนสมการเชิงเส้นตรงจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อทำนายการตัดสินใจซื้อ ได้ดังนี้

$$Y = 0.827 + 0.199 (X_1) + 0.267 (X_2) + 0.183 (X_3) + 0.207 (X_4)$$

อภิปรายผล

เมื่อพิจารณาผลการทดสอบสมมติฐานของวิจัย อภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น พบว่า ด้านความเชื่อมั่นมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป่าตังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ข้อมูลโน้มแนวโน้มให้เห็นว่าความเชื่อมั่นต่อการตัดสินใจซื้อจะต้องมีความเชื่อตรงด้วย การให้บริการด้วยวิธีที่ถูกต้องเหมาะสมและให้ผลลัพธ์ที่ดีกับผู้บริโภค สอดคล้องกับ เบญจพิชญ์ เจริญผูก (2558) กล่าวถึง ผู้จำหน่ายสินค้ามีความซื่อสัตย์ ยึดมั่นคุณธรรมและความถูกต้อง เป็นการทำให้อุปสงค์เกิดความเชื่อมั่น

ผลการวิเคราะห์ความไว้วางใจ พบว่า ความไว้วางใจด้านการสื่อสาร ด้านการให้ความสะดวกสบาย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป่าตังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งความไว้วางใจจะเกิดขึ้นได้ ผู้ให้บริการต้องสร้างความชัดเจนและความปลอดภัยให้กับผู้บริโภค สอดคล้องกับ หนึ่งฤทัย ผ่องศรี (2563) ซึ่งศึกษาในประเด็นอิทธิพลการรับรู้การใช้นวัตกรรมกับความตั้งใจใช้ธนาคารออนไลน์ เช่นเดียวกัน และพบว่าการรับรู้ด้านความง่ายและความไว้วางใจเป็นส่วนสำคัญของการรับรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้ธนาคารออนไลน์

ผลการวิเคราะห์ด้านการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ความเข้ากันได้ การรับรู้จากประโยชน์การใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ทรัพยากรทางการเงิน และการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป่าตังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จะเห็นว่า การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ การกระทำที่ผู้บริโภคเข้าใจในเทคโนโลยี ตระหนักและยอมรับเทคโนโลยีใหม่ สอดคล้องกับหนึ่งฤทัย ไชยลา (2563) ผลการวิจัย พบว่าปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจลงทุนในสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสิน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

(1) ในประเด็นด้านความเชื่อมั่น พบว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องควรตระหนักถึงการสร้างมาตรฐานในแอปพลิเคชันเป่าตัง เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคว่าถ้าใช้แอปพลิเคชันเป่าตังแล้ว สามารถมั่นใจในกระบวนการทำงานของแอปพลิเคชันเป่าตังได้ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อ การตรวจสอบสลากที่แม่นยำ และการขึ้นรางวัลได้อย่างรวดเร็ว เพื่อทำให้ผู้บริโภคมีความสนใจมากยิ่งขึ้น

(2) ในประเด็นความไว้วางใจ พบว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องควรสร้างการนำเสนอข้อมูลประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ โดยยึดหลักความชัดเจน นอกจากนี้ แอปพลิเคชันเป่าตัง เป็นแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับการเงิน ผู้ให้บริการต้องตระหนักถึงมีความชัดเจนและปลอดภัยมากขึ้น จะยิ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ ไว้วางใจ และใช้บริการด้านอื่นมากยิ่งขึ้น

(3) การยอมรับเทคโนโลยี พบว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องควรปรับปรุงแอปพลิเคชันเป้าต่ง ให้มีความเสถียรในการใช้งานมากยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการใช้งานของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น ควรมีการตรวจสอบระบบการใช้งานของแอปพลิเคชันเป้าต่งให้มากขึ้น การพัฒนาระบบตรวจสอบรางวัล และแอปพลิเคชันแจ้งเตือนอัตโนมัติ นอกจากนี้ ผู้พัฒนาระบบควรพัฒนาแอปพลิเคชันเป้าต่งให้มีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน ผู้ใช้งานสามารถใช้งานได้ง่าย มีรูปแบบที่คนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก เพื่อสร้างความสนใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเป้าต่งมากขึ้น เนื่องจากมีแนวโน้มค่อนข้างสูงที่จะทำให้ผู้ใช้แอปพลิเคชันเป้าต่งมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่อาจจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลบนแอปพลิเคชันเป้าต่ง เช่น ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยด้านสถานการณ์ ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในตัวแอปพลิเคชัน และปัจจัยด้านพฤติกรรม เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น

(2) การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะคนในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้น ควรขยายขอบเขต ด้านประชากรให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ได้ความแตกต่างทางด้านความคิด ค่านิยม และได้ผลการวิจัยที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษาและคณาจารย์ที่ถ่ายทอดความรู้จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

เบญจพิชญ์ เจริญผูก. (2558). **หลักการตลาด**. ไทยวัฒนาพานิช.

ประชาชาติธุรกิจ. (2565). **บอร์ดสลากเคาะขายหวยออนไลน์ ซื้องานเป้าต่ง งวด 2 พ.ค. 65**.

<https://www.prachachat.net/finance/news-852504>

สรวิชัย ฤทธิบุญโรจน์. (2560). **โครงการศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเป็นฐานข้อมูล ในการจัดทำ**

นิทรรศการเรื่อง “หวย”. สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (สพร.).

สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล. (ม.ป.ป.). **ประวัติสำนักงาน 145 ปีการออกรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล**.

<https://www.glo.or.th/about/history>

สุชุม รัตนเสรีเกียรติ. (2562). **ความหมายการตัดสินใจ**. <http://pmcexpert.com/>

หนึ่งฤทัย ไชยลา. (2563). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสิน** [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร].

หนึ่งฤทัย ผ่องศรี. (2563). **อิทธิพลของการรับรู้การใช้นวัตกรรมที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ธนาคารออนไลน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครในยุคโควิด-19** [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].

Kotler. (1997). **Marketing management: Analysis, planning, implementation and control** (9th ed.). Prentice Hall.

- Larzelere, R. E., & Huston, T. L. (1980). The dyadic trust scale: Toward understanding interpersonal trust in close relationships. *Journal of Marriage and the Family*, 42(3), 595–604.
- Money Buffalo. (2565). สรุปขั้นตอน “ซื้อหวยออนไลน์” ผ่านแอปเป๋าตัง ต้องทำยังไงบ้าง ?. <https://www.moneybuffalo.in.th/business/buy-lottery-online>
- Ooi, K. B., & Tan, G. W. H. (2016). Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credit card. *Journal of Expert Systems with Applications*, 59, 33–46.
- Reina, D. S., & Reina, M. L. (1999). *Trust and betrayal in the workplace: Building effective in your organization*. Berrett Koehler.
- Thai Publica. (2566). สลากดิจิทัล บนแอปฯ เป๋าตัง ครบ 1 ปี หนูนคนไทยเข้าถึงสลากฯ 80 บาท เพิ่มช่องทางขายให้ผู้ค้ารายย่อย. <https://thaipublica.org/2023/06/krung-thai-paotang>