

การตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน

A DECISION TO PURCHASE DIGITAL SALAK BY APPLICATION MYMO OF GOVERNMENT SAVINGS BANK

ชลธิชา ลิ้มปัทมธารา¹ สมบูรณ์ ศรีอนุรักษวงศ์² และประภัสสร วิเศษประภา³

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) สภาพทั่วไปของการยอมรับเทคโนโลยีการรับรู้ความเสี่ยงและการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสินและ (2) ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงกับการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน โดยกลุ่มตัวอย่างคือประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร อายุตั้งแต่ 15 ปี จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า (1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง มีรายได้ต่อเดือน 20,000-30,000 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนครึ่งหนึ่งเป็นลูกค้าธนาคารออมสิน โดยมีระยะเวลาการเป็นลูกค้าระยะเวลา 1-5 ปี (2) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากและให้ความสำคัญกับด้านการรับรู้ถึงประโยชน์มากที่สุด (3) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงในการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน อยู่ในระดับปานกลาง (4) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน อยู่ในระดับมาก (5) ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่าการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ (6) ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่าการรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : การยอมรับเทคโนโลยี, การรับรู้ความเสี่ยง, การตัดสินใจ, สลากดิจิทัล, แอปพลิเคชัน MyMo

¹ชลธิชา ลิ้มปัทมธารา นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ โครงการ Modern Leader รุ่น 11 มหาวิทยาลัยรามคำแหง

²สมบูรณ์ ศรีอนุรักษวงศ์ อาจารย์ประจำหลักสูตร ฝายหลักสูตร โครงการพิเศษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

³ประภัสสร วิเศษประภา อาจารย์ประจำหลักสูตร ฝายหลักสูตร โครงการพิเศษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ABSTRACT

The purposes of this research were to study (1) general condition of technology acceptance , perceived risk a decision to purchase digital salak by application mymo of Government Saving Bank and (2) The relationship between technology acceptance and perceived risk with a decision to purchase digital salak by application mymo of Government Saving Bank The sample consisted of 400 people living in bangkok aged from 15 years.The research result found that (1) Most respondents were female ,aged between 31-40 years, single status, had a bachelor's degree.Occupation of private company employees. The average monthly income is 20,001-30,000 bath. And half of the respondents are Government Savings Bank customers Have client periods of 1-5 years.(2) Most respondents have opinions about technology acceptance as a whole at a high level, i.e. giving importance to perceived usefulness (3) Most respondents have opinions about the perceived risk on decision to buy digital salak through the application mymo of Government Saving Bank at a medium level (4) Most respondents have opinion about the decision to buy digital salak by application mymo of Government Saving Bank at a hight level (5) The hypothesis 1 found that the technology acceptance have an influence on the dicision to buy digital salak by application mymo of Government Saving Bank at the statistical significance and (6) The hypothesis 2 found that the perceived risk had an influence on the dicision to buy digital salak by application mymo of Government Saving Bank at the statistical significance.

Keyword Technology Acceptance, Perceived Risk, Decision, Salak Digital, MyMo Application

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธนาคารต่าง ๆ ทั่วโลกได้พัฒนาระบบอิเล็กทรอนิกส์การเงินกันมากขึ้นและคิดค้นรูปแบบใหม่ในการใช้งาน e-Finance หรือที่เราเรียกกันว่า FinTech ออกมาอยู่ตลอดเวลา สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) เป็นแนวคิดสังคมเศรษฐกิจที่ปราศจากเงินสดมีวิสัยทัศน์ที่มองว่าความสำคัญของเงินสดในอนาคตจะลดน้อยลงและจะถูกแทนที่โดยการใช้ระบบคอมพิวเตอร์สังคมไร้เงินสดเป็นแนวคิดสังคมเศรษฐกิจที่ปราศจากเงินสด หรือสังคมเศรษฐกิจที่ไม่นิยมถือเงินสดเป็นวิสัยทัศน์ที่มองว่าความสำคัญของเงินสดในอนาคตจะลดน้อยลง และจะถูกแทนที่โดยการใช้ระบบคอมพิวเตอร์และโทรคมนาคมในการทำธุรกรรมทางการเงินแทน ต่อมา เจ้าของบริษัทที่ปรึกษาการวางเครือข่ายคอมพิวเตอร์สำหรับธนาคาร ที่มีการประมวลผลที่เกินพิกัด

ของภาระด้านเอกสารธุรกรรมทางการเงินในขณะนั้นจากธุรกรรมเงินสดและเช็คเงินสดที่เพิ่มขึ้นตามการเติบโตของเศรษฐกิจโดยเป็นเหตุให้ต้นทุนของธนาคารเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วโดยไม่จำเป็นและสนับสนุนการก่อกำเนิดระบบการเงินใหม่ที่ไร้เงินสดมาแทนที่ระบบขณะนั้นต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน แม้ว่าหลาย ๆ ประเทศรวมถึงไทยจะมีการเริ่มเปลี่ยนแปลงจากสังคมเงินสด ไปสู่การใช้ระบบบัตรเครดิตและเดบิต หรือการบริการการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-payment) ในการใช้จ่ายชำระค่าบริการในชีวิตประจำวัน(คลังความรู้ SciMath,2562) ประเทศไทยการทำธุรกรรมออนไลน์ถือว่าได้รับความนิยมและมีอัตราพุ่งสูงขึ้นเรื่อยๆ โดยข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทยเผยว่าในปี 2560 คนไทยทำธุรกรรมออนไลน์ผ่าน Mobile banking สูงขึ้นอย่างก้าวกระโดดเพิ่มเป็น 20.8 ล้านบัญชี 13.92 ล้านบัญชี ณ สิ้นปี 2558 และมีผลสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้ที่อาศัยอยู่ใน กทม. ออกมาว่าคน กทม. ส่วนใหญ่เคยทำธุรกรรมออนไลน์และส่วนใหญ่ทำผ่าน Mobile banking ด้วยเหตุนี้เราจะเห็นได้ว่าสถาบันการเงินต่างๆ จึงต้องตื่นตัวต่อเทคโนโลยีและใส่ใจพัฒนา Application ให้มีความพิเศษมากขึ้นเรื่อยๆ เพื่อตอบ โจทย์และเป็นส่วนหนึ่งในไลฟ์สไตล์ของคนยุคปัจจุบันให้ได้ จึงต้องมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ รวมถึงเป็นการสร้างความ ได้เปรียบทางการแข่งขันอีกด้วย แม้วันนี้ โลกได้ก้าวเข้าสู่ยุคสังคมแห่งเทคโนโลยี ธนาคารออมสินได้ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวพร้อมปรับตัว พลิกโฉมปรับภาพลักษณ์ให้ทันสมัย เพื่อก้าวให้ทันกับกระแสสังคมโลกที่เปลี่ยนไป ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ตลอดจนบริการต่างๆ เข้าสู่เทรนด์ของ Digital Banking อย่างเต็มรูปแบบ “การปรับตัวของธนาคารออมสินในมิติต่างๆ การปรับกลยุทธ์ และการพัฒนาบริการใหม่ๆ ให้มีความทันสมัยอย่างต่อเนื่อง และสามารถเผชิญกับ ภาวะการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงรอบด้าน ทั้งเรื่องของเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงของกลุ่ม ที่เกิดขึ้น จากการพัฒนาเทคโนโลยีมีการกำหนดทิศทางการดำเนินงานที่มุ่งสู่การเป็น Digi-Thai Banking ให้ สอดคล้องกับแผนพัฒนาสถาบันการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทย ธนาคารออมสินมีบทบาทผลักดัน นโยบาย Thailand 4.0 ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมสู่ยุคดิจิทัลด้วยการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และบริการทางการเงิน สนับสนุนให้มีการทำธุรกรรมผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น โดยแผนงาน ในช่วงครึ่งหลัง ปี 2562 เป็นการวางแผนขับเคลื่อนสู่ธนาคารในยุคดิจิทัลด้วยค่านิยมองค์กร “GSB WAY 2019 : Drive Success with Highest Performance Delivered” เพื่อขับเคลื่อนสู่ความสำเร็จแบบไม่หยุดยั้ง โดย สร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับลูกค้าในการใช้บริการและทำธุรกรรมกับธนาคารออมสิน (Customer Journey)

ธนาคารออมสินได้ออกบริการ Mobile Banking ที่ใช้ชื่อว่า MyMo (My Money My Mobile) MyMo เป็นระบบ Mobile Banking ที่เราสามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านมือถือ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่มีเวลาปิดทำการ ไม่ต้องเดินทางไปธนาคาร ไม่ต้องรอคิวให้ยุ่งยาก ซึ่งได้พัฒนาบริการเพื่อสร้างความแตกต่างและอำนวยความสะดวกในการใช้งานให้แก่ลูกค้า เช่น บริการครบทุกบัญชีในแอปพลิเคชันเดียว, การแจ้งเตือนผ่าน Application Push Notification, การเรียกดู Statement ย้อนหลังสูงสุด 5 ปี, ใช้งานได้ทุกที่ทั่วโลกผ่าน 3G, 4G และ Wi-Fi, บริการซื้อสลากดิจิทัล (Digital Salak) หรือบริการ MyMo My Card ถอนเงินสดจากตู้ATM

โดยไม่ต้องใช้บัตร ทั้งนี้ MyMo เป็นแอปพลิเคชันที่ถูกออกแบบมาให้ใช้งานง่ายและมีฟังก์ชันครอบคลุมการทำธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลายที่สำคัญระบบมีความปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ สลากดิจิทัลหนึ่งในผลิตภัณฑ์ของธนาคารออมสิน วิวัฒนาการการออมเพื่อคนไทยเพื่อส่งเสริมการออมทางเลือกใหม่ในการให้บริการโดยผู้ให้บริการสามารถทำรายการฝาก-ถอน-ตรวจสอบข้อมูลสลากดิจิทัล และตรวจสอบเงินรางวัลสลาก ผ่านช่องทางบริการ Mobile Banking (MyMo) ได้ด้วยตนเองเมื่อมีการถูกรางวัลสลากยอดเงินรางวัลจะถูกโอนเข้าบัญชีคู่ออนที่ผูกไว้กับทะเบียนสลากดิจิทัล และเมื่อสลากครบอายุระบบจะทำการโอนเงินต้นและดอกเบี้ยเข้าบัญชีคู่ออนโดยอัตโนมัติถือเป็นการอำนวยความสะดวกและเพิ่มช่องทางการให้บริการใหม่ให้กับลูกค้าผ่านแอปพลิเคชัน MyMo อีกทั้งยังช่วยลดต้นทุนของธนาคารอีกด้วย อย่างไรก็ตามแม้จะมีการให้บริการสลากออมสินดิจิทัลแบบทั้ง อายุ 3 ปี และแบบ 1 ปี ที่อำนวยความสะดวกให้ลูกค้านั้นจากการทำงานธนาคารของผู้วิจัยก็พบว่ามีลูกค้าบางกลุ่มยังคงต้องการซื้อสลากออมสินพิเศษแบบปกติที่รู้จักกันดีว่า สลากออมสินพิเศษ 3 ปีที่จำหน่ายผ่านหน้าเคาน์เตอร์ธนาคารแบบเดิมเพราะลูกค้ายังคงไม่มั่นใจในการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking (MyMo)

จากที่กล่าวมา ทำให้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน เพื่อนำข้อมูลให้ฝ่ายธุรกิจที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา ระบบให้การทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo มีความปลอดภัยและมีประสิทธิภาพการใช้งานมากที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าต่อไป

วัตถุประสงค์

(1) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ความเสี่ยง และการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน และ(2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงกับการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน

ขอบเขตของการวิจัย

(1) ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร อายุตั้งแต่ 15 ปี (2) ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย การยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ความเสี่ยง และการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน และสุดท้ายคือ (3) ขอบเขตด้านระยะเวลา คือตั้งแต่ มิถุนายนถึงสิงหาคม พ.ศ. 2562 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 3 เดือน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

(1) ประโยชน์เชิงวิชาการ สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ความเสี่ยง และการตัดสินใจซื้อของผู้ใช้บริการ และ (2) ประโยชน์เชิงนโยบาย ทำให้ผู้บริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้ทราบถึงระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ความเสี่ยง และการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo เพื่อให้เกิดความเข้าใจ รวมถึงใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกำหนด/ปรับกลยุทธ์ต่างๆ ให้เหมาะสมและเพื่อพัฒนาศักยภาพการให้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสินให้มีความปลอดภัยและมีประสิทธิภาพการใช้งานมากที่สุดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าต่อไป

นิยามศัพท์

การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) หมายถึง การทำความเข้าใจในเทคโนโลยีและการตัดสินใจที่จะยอมรับเทคโนโลยี

การรับรู้ความง่าย (Perceived Ease of Use) หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้คาดหวังต่อแอปพลิเคชัน MyMo ที่ว่าต้องมีความง่ายและไม่จำเป็นต้องใช้ความพยายามมากในการศึกษาและเรียนรู้เพื่อใช้งาน

การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) หมายถึง ระดับความเชื่อว่าจะช่วยสามารถเพิ่มประสิทธิภาพได้

การรับรู้ความน่าเชื่อถือ (Perceived Credibility) หมายถึง ระดับที่บุคคลเชื่อว่าการใช้แอปพลิเคชัน MyMo จะไม่ก่อให้เกิดความเสียหายในเรื่องส่วนตัวหรือจะได้รับความปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี

บริการ MyMo By GSB Mobile Banking หมายถึง ระบบ Mobile Banking ของธนาคารออมสินที่ให้บริการธุรกรรมทางการเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง

การตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัล หมายถึง กระบวนการคิด วิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ก่อนที่ลูกค้าจะแสดงพฤติกรรมการซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน

สลากดิจิทัล หมายถึง สลากออมสินพิเศษที่ผู้ใช้บริการสามารถทำรายการฝาก-ถอน-ตรวจสอบข้อมูลสลากดิจิทัลและตรวจสอบเงินรางวัลสลากผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน

แนวคิดและทฤษฎี

การยอมรับเทคโนโลยี การยอมรับหรือการตัดสินใจที่จะใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ (The Technology Acceptance Model: TAM) เป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมของผู้ใช้ ได้แก่ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (Perceived Usefulness) โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการ

ใช้เทคโนโลยี (Behavioral Intention) มีทั้งสิ้น 3 ปัจจัย ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) การรับรู้ประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (Perceived Usefulness) และทัศนคติ (Attitude)

การยอมรับเทคโนโลยี ฟอสเตอร์ (Foster, 1973) ได้ให้คำจำกัดความว่าเป็นการที่บุคคลได้เรียนรู้โดยผ่านขั้นตอนการรับรู้การยอมรับจะเกิดขึ้นได้หากมีการเรียนรู้ด้วยตนเองและการเรียนรู้นั้นจะได้ผลก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นได้ทดลองปฏิบัติจนแน่ใจว่าเทคโนโลยีนั้นสามารถให้ประโยชน์อย่างแน่นอน จึงกล้าลงทุนซื้อเทคโนโลยีนั้น และเดวิส (Davis, 1989) อธิบายว่าบุคคลหนึ่งจะมีการยอมรับเทคโนโลยีได้เกิดจากปัจจัยหลัก 2 ประการ ได้แก่ 1) การรับรู้ถึงประโยชน์ และ 2) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี (Perceived Ease of Use) เดวิส (Davis, 1989) ได้ให้คำจำกัดความว่า ความง่ายในการใช้งานคือมุมมองของผู้ใช้บริการในการพิจารณาการใช้เทคโนโลยีว่ามีขั้นตอนการใช้งานที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อนสามารถศึกษาเรียนรู้วิธีการใช้งานเทคโนโลยีนั้นๆ ได้โดยง่ายไม่จำเป็นต้องมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ซึ่งการมีวิธีใช้งานง่ายเป็นสิ่งที่กระตุ้นบุคคลในการทดลองใช้เกิดพฤติกรรมการใช้งานฟังก์ชันต่างๆ จนรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้จากการใช้เทคโนโลยีนั้นๆ เป็นระบบที่สามารถเรียนรู้ได้ง่ายไม่ต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการเรียนรู้ที่จะใช้ระบบหรือในการเข้าใจระบบ โดยเดวิสได้นิยามการรับรู้ความง่ายตามคำจำกัดความของคำว่า “ง่าย” และ “ปราศจากความยากหรือความพยายาม”

การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) เพนเดอร์ (Pender, 1996) ได้ให้คำจำกัดความว่าเป็นระดับความเชื่อของบุคคลหนึ่งจะได้รับประโยชน์ใดบ้างจากการแสดงพฤติกรรมหนึ่ง หรือระดับความเชื่อของบุคคลหนึ่งว่าเมื่อกระทำพฤติกรรมหนึ่งแล้วจะทำให้ตนได้รับผลตอบแทนเชิงบวกจากการกระทำนั้น เช่น การใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ที่สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานหรือช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้แก่ผู้ใช้งานได้

การรับรู้ความน่าเชื่อถือ (Perceived Credibility) Luam & Lin (2005) ได้ให้คำจำกัดความว่า ระดับที่บุคคลเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีจะไม่ก่อให้เกิดความเสียหายในเรื่องส่วนตัวหรือจะได้รับความปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี ภัยคุกคามด้านความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับการปกป้องข้อมูลและระบบของผู้ใช้จากการเข้าถึงโดยไม่ได้รับอนุญาตการเปิดเผยจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ

การรับรู้ความเสี่ยง Martin & Camarero (2008) ได้ให้คำจำกัดความว่า การรับรู้ความเสี่ยงจากการซื้อสินค้าหรือใช้บริการออนไลน์ของลูกค้าขึ้นอยู่กับการรักษาความปลอดภัยและมีการเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าที่เหมาะสม หากมีการนำเสนอข้อมูลขององค์กรและข้อมูลสินค้าหรือบริการครบถ้วน ก็จะทำให้เกิดการรับรู้ความเสี่ยงในระดับที่ต่ำ

การตัดสินใจ คอตเลอร์ (Kotler, 2000) ได้ให้คำจำกัดความว่าการตัดสินใจของผู้บริโภคเกิดจากปัจจัยภายใน คือ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพและทัศนคติซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงความต้องการและตระหนักว่ามีสินค้าให้เลือกมากมาย กิจกรรมที่มีผู้บริโภคเข้ามาเกี่ยวข้องกับสัมพันธกับข้อมูลที่มีอยู่และ

สุดท้ายคือการประเมินค่าของทางเลือกเหล่านั้น กระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอนของผู้บริโภคได้แก่ (1) การรับรู้ปัญหา (2) แสวงหาข้อมูล (3) ประเมินทางเลือก (4) ตัดสินใจซื้อ (5) พฤติกรรมภายหลังซื้อ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิตติยา ปั่นกลาง (2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตธนาคารออมสินภาค 3 กรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-40 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชนและรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท

จิรวัดน์ วงศ์ธงชัย (2555) ที่ทำการศึกษารองปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้งานกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้และด้านการยอมรับเทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับมาก

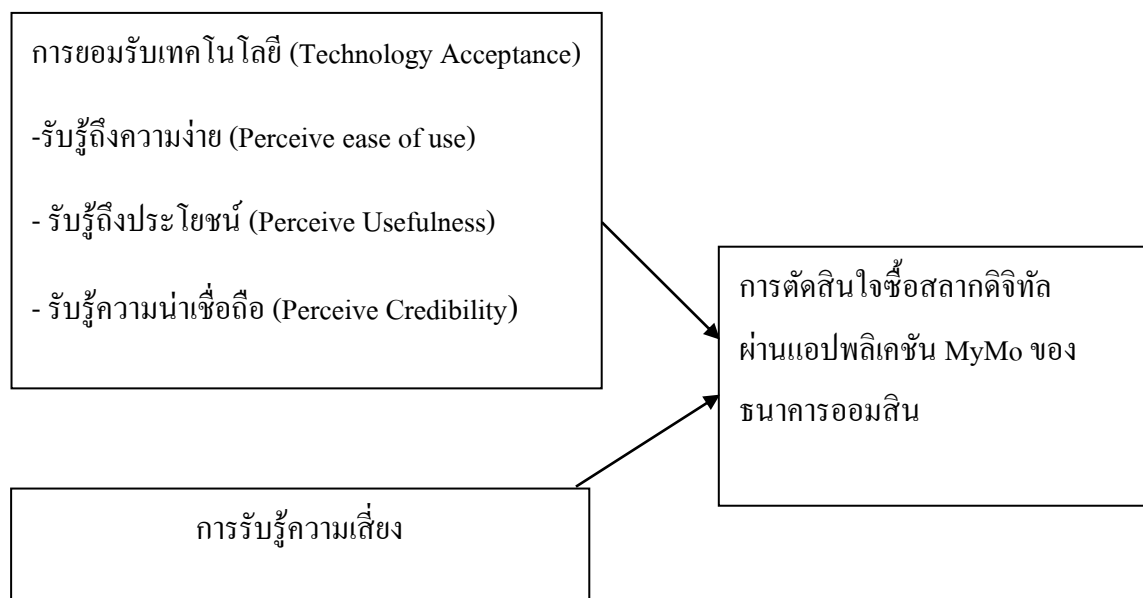
อัครเดช ปิ่นสุข (2557) ศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจ (E-satisfaction) ในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่าการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความต้องการ ความเป็นส่วนตัว การเข้าถึงการให้บริการ ด้านการจัดองค์ประกอบ ด้านช่องทางการสื่อสาร ด้านความต้องการเฉพาะของลูกค้า ด้านความสะดวกในการใช้งาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

ภากร พรประภาพิสุทธิ (2560) ศึกษาเรื่องการเลือกใช้บริการ SMS แจ้งเตือนเงินเข้า-ออก ของธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ในประเทศไทยของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อในด้าน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งาน และการตัดสินใจใช้บริการในระดับมาก

เกวรินทร์ ละเอียดคินันท์ (2557) ศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการนำมาใช้งานจริงส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

วรรณิกา จิตตินรากร (2559) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อสินค้าจากบริษัทขายตรงผ่านช่องทางออนไลน์ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ถึงความเสี่ยงส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อสินค้าจากบริษัทขายตรงผ่านช่องทางออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กรอบแนวความคิด



สมมติฐานการวิจัย

(1) การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน และ (2) การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,676,648 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2561) ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ 0.05 สูตรของยามานะ (Yamane, 1976) ทำให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ประกอบด้วย (1) สถิติเชิงพรรณนาเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และตัวแปรทุกตัวตามกรอบแนวคิด และ (2) สถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นเชิงเดี่ยว (simple regression analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (multiple regression analysis)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนครึ่งหนึ่งเป็นลูกค้าธนาคารออมสิน โดยมีระยะเวลาการเป็นลูกค้าระยะเวลา 1-5 ปี นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก กล่าวคือให้ความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงประโยชน์มากที่สุด รองลงมาคือด้านความง่ายในการใช้งาน และด้านความน่าเชื่อถือเท่ากัน ตามลำดับให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงในการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสินภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสินภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 โดยการวิเคราะห์ตามสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่าการยอมรับเทคโนโลยีโดยภาพรวมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน โดยเมื่อพิจารณารายละเอียดจะเห็นว่าด้านการรับรู้ถึงประโยชน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสินมากที่สุด รองลงมาได้แก่ด้านความน่าเชื่อถือตามลำดับ ในขณะที่การยอมรับเทคโนโลยีด้านความง่ายในการใช้งานไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน สำหรับการวิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 2 พบว่าการรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ระยะเวลาการเป็นลูกค้าธนาคารออมสิน 1-5 ปี ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจเรื่องประสบการณ์กับพฤติกรรมของผู้หญิงในการลงทุนที่จัดทำโดย Prudential Financial (2560) ระบุว่า ผู้หญิงไม่ชอบการลงทุนที่มีความเสี่ยง โดยจะเลือกวิธีการออมเงินโดยการซื้อสลากออมสินเป็นทางเลือกในการออมเพราะมีความเสี่ยงน้อยกว่าเงินต้นแถมยังได้ลุ้นรางวัล โดยผู้อำนวยการธนาคารออมสินกล่าวว่าสลากออมสินเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผู้สูงวัยฝากมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งซึ่งเป็นที่ทราบกันอยู่แล้วในอดีตแต่ด้วยการวิจัยครั้งนี้เป็นการสำรวจผู้ซื้อสลากออมสินผ่านทางแอปพลิเคชัน MyMo ซึ่งเป็นช่องทางใหม่ในการซื้อสลากดิจิทัลที่กลุ่มผู้ซื้อเป็นกลุ่มคนยุคใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีอาจจะเป็นการซื้อให้ตนเองหรือซื้อให้กับผู้สูงวัยในครอบครัวแทนเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ระยะเวลาการเป็นลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ในระยะเวลาไม่นานมากเพราะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ของธนาคารที่เป็น

กลุ่มคนยุคใหม่ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายขับเคลื่อนสู่ธนาคารยุคดิจิทัลของธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกิตติยา ปั่นกลาง (2558) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้านักออมสินในเขตธนาคารออมสินภาค 3 กรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-40 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชนและรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ทั้งนี้รายได้มีความแตกต่างกันเนื่องจากประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้มีความแตกต่างกันโดยผู้วิจัยได้ใช้ประชากรกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่างมากกว่าศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้านักออมสินภาค 3 อีกทั้งผู้วิจัยยังเน้นกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในพื้นที่ห้างสรรพสินค้าซึ่งเป็นแหล่งธุรกิจตั้งอยู่ใจกลางเมืองทำให้ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและรัฐวิสาหกิจเป็นผลทำให้รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีค่าสูงกว่า

การให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงประโยชน์มากที่สุด รองลงมาคือด้านความน่าเชื่อถือและความง่ายในการใช้งานมีค่าเท่ากันแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการมีการรับรู้และให้ความสำคัญกับเทคโนโลยี สอดคล้องกับแนวคิดแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ (TAM) ของ Davis (1989) ที่กล่าวว่าปัจจัยสองปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อกรยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยีและการรับรู้ถึงขั้นตอนวิธีการที่ง่ายในการใช้งาน และสอดคล้องกับจิรวัดน์ วงศ์ธงชัย (2555) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้งานกลุ่มเจนเออร์ซันวาย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้และด้านการยอมรับเทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับมาก

การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีทางด้านการรับรู้ถึงประโยชน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ใช้บริการเป็นกลุ่มคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีความแออัดและจราจรติดขัดมากมีความต้องการความสะดวกสบายในการติดต่อธนาคารเพื่อทำธุรกรรมทางการเงินมากกว่าที่จะเดินทางไปธนาคารเพราะสามารถทำการซื้อสลากดิจิทัลได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ เดวิส (Davis, 1989) ที่กล่าวว่า การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี (Perceived Usefulness) คือทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศโดยตระหนักถึงคุณค่าและประโยชน์ที่จะได้รับในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบุคคลนั้นๆ หากบุคคลมีการรับรู้ว่าคุณประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีตรงกับความต้องการก็จะทำให้เกิดการยอมรับในเทคโนโลยีนั้นและเกิดการใช้งานจริง ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ประโยชน์จากการใช้แอปพลิเคชันในการซื้อสลากดิจิทัล เพราะเชื่อว่าแอปพลิเคชันมีการบริการที่ครอบคลุมครบถ้วน สามารถทำธุรกรรมผ่านมือถือได้ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ต้องเดินทางไปธนาคาร ไม่ต้องรอคิวนานๆ ช่วยประหยัดเวลาในการซื้อสลากดิจิทัลได้มาก อีกทั้งยังสามารถ

บริหารจัดการเงินผ่านทางแอปพลิเคชัน MyMo ได้ด้วยตนเองทำให้ใช้ชีวิตสะดวกสบายขึ้นเกิดการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้จากการใช้แอปพลิเคชันในการซื้อสลากดิจิทัลทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยี

การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีทางด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะแอปพลิเคชัน MyMo ถูกออกแบบมาให้ใช้งานง่ายและมีฟังก์ชันครอบคลุมการทำธุรกรรมการเงินที่หลากหลายด้วยระบบความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของเดวิส (Davis, 1989) ที่กล่าวว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี (Perceived Ease of Use) คือ มุมมองของผู้ใช้บริการในการพิจารณาการใช้เทคโนโลยีว่ามีขั้นตอนการใช้งานที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อนสามารถศึกษาเรียนรู้วิธีการใช้งานเทคโนโลยีนั้นๆ ได้โดยง่ายไม่จำเป็นต้องมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ซึ่งการมีวิธีใช้งานง่ายเป็นสิ่งที่กระตุ้นบุคคลในการทดลองใช้เกิดพฤติกรรมการใช้งานฟังก์ชันต่างๆ จนรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้จากการใช้เทคโนโลยีนั้นๆ

การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความน่าเชื่อถือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความอยู่ในระดับมากสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ Luarn & Lin, 2005 ได้ให้ความหมายของการรับรู้ความน่าเชื่อถือ (Perceived Credibility) คือ ระดับที่บุคคลเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีจะไม่ก่อให้เกิดความเสียหายในเรื่องส่วนตัวหรือจะได้รับความปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี ภัยคุกคามด้านความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับการปกป้องข้อมูลและระบบ แสดงให้เห็นว่าหากผู้ใช้บริการเชื่อว่าแอปพลิเคชันมีความปลอดภัยก็จะเกิดความไว้วางใจในการใช้แอปพลิเคชัน MyMo เพื่อซื้อสลากดิจิทัล

การรับรู้ความเสี่ยงในการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสินภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ Mckechnie, Winklhofer และ Ennew, 2006 ที่มีการมุ่งเน้นการยอมรับความเสี่ยงในมิติด้านต่างๆ ประกอบด้วย ด้านการเงิน ความปลอดภัยในการใช้งาน และข้อมูลส่วนตัว อีกทั้งยังสอดคล้องกับชนวรรณ สำนักกลาง(2559) ที่กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงเป็นอีกหนึ่งตัวแปรหลักที่มีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเป็นสถานะที่มีความกังวลหากตัดสินใจและจะเกิดข้อผิดพลาด จนเกิดการชะลอการตัดสินใจและไม่เกิดการยอมรับใช้บริการ ประเด็นที่น่าสนใจคือผู้ใช้บริการยังคงให้ความสำคัญถึงความมีประสิทธิภาพในการใช้แอปพลิเคชัน ดังนั้นการพัฒนาระบบให้มีความน่าเชื่อถือมีเสถียรภาพมากสามารถตอบโจทย์ผู้ใช้บริการได้อย่างสูงสุดและเกิดการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

การตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของคอตเลอร์ (Kotler, 2003) ว่าการตัดสินใจของผู้บริโภคเกิดจากปัจจัยภายใน คือ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพและทัศนคติ ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงความต้องการ และตระหนักว่ามีสินค้าให้เลือกมากมาย กิจกรรมที่มีผู้บริโภคเข้ามาเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับข้อมูลที่มีอยู่ และสุดท้ายคือการประเมินค่าของทางเลือกเหล่านั้น โดยการตัดสินใจซื้อ

5 ขั้นตอน ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ การเสาะแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมหลังการซื้อ อาจกล่าวได้ว่าผู้ใช้บริการตระหนักถึงปัญหาที่เกิดจากการซื้อสลากที่เคาน์เตอร์ธนาคารว่าทำให้เกิดความไม่สะดวกสบาย และเสียเวลาในการรอคิวนาน อีกทั้งยังมีความต้องการที่จะได้ผลตอบแทนที่มากกว่าทั้งนี้ผู้ใช้บริการมีการเสาะแสวงหาข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจจากแหล่งบุคคลที่เคยซื้อสลากดิจิทัล แหล่งข่าวจากการประชาสัมพันธ์ของธนาคารหรือโดยการสอบถามพนักงาน โดยมีการประเมินทางเลือกเพื่อเปรียบเทียบผลประโยชน์ที่จะได้รับโดยพิจารณาถึงความน่าเชื่อถือของชื่อเสียงธนาคารหรือภาพลักษณ์ของธนาคารและตัดสินใจเลือกใช้บริการหากได้รับการบริการที่ดีและเกิดความพึงพอใจก็จะทำให้เกิดการซื้อซ้ำและแนะนำบอกต่อให้เกิดลูกค้ารายใหม่ตามไปด้วย

จากการวิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 1 พบว่าการยอมรับเทคโนโลยีโดยภาพรวมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo โดยเมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดพบว่ามีเพียง 2 ด้านได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ และ ด้านความน่าเชื่อถือ ขณะที่ด้านความง่ายในการใช้งานไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo โดยผลของความมีอิทธิพลระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีและการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของผู้ใช้บริการสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของฟอสเตอร์ (Foster, 1973) ที่ได้ให้ความหมายของการยอมรับเทคโนโลยีว่าหมายถึง การที่บุคคลได้เรียนรู้ผ่านการศึกษามาก่อนขั้นตอนการรับรู้ การยอมรับจะเกิดขึ้นได้หากมีการเรียนรู้ด้วยตนเองและการเรียนรู้นั้นจะได้ผลก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นได้ทดลองปฏิบัติจนแน่ใจว่าเทคโนโลยีนั้นสามารถให้ประโยชน์อย่างแน่นอนจึงกล้าลงทุนซื้อเทคโนโลยีนั้น

การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo อาจเนื่องจากผู้ใช้บริการทราบถึงผลที่เกิดขึ้นจากการซื้อสลากแบบปกติ เช่นปัญหาในการเก็บรักษาตัวสลากหลายๆแบบ การรับรู้ถึงอัตราดอกเบี้ยที่น้อยกว่าการซื้อสลากดิจิทัล และไม่มีการแจ้งเตือนเมื่อถูกรางวัล ทั้งนี้ผู้ใช้บริการเชื่อว่าแอปพลิเคชันมีประโยชน์สามารถตอบสนองความต้องการได้ครบถ้วนมากกว่าอีกทั้งการเข้าถึงแอปพลิเคชันที่สะดวกแบบ 24 ชั่วโมง สามารถซื้อ-ขายสลากผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ได้ทุกที่ทุกเวลาช่วยประหยัดเวลาที่จะไม่ต้องเดินทางไปธนาคาร และความหลากหลายของประเภทสลากดิจิทัลที่มีทั้งแบบ 1 ปี และ 3 ปี ให้เลือกมากกว่ารวมถึงราคาขายต่อหน่วยด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ Roger & Shoemaker, 1978) ในกระบวนการยอมรับของผู้บริโภคที่มีต่อนวัตกรรมและเทคโนโลยีซึ่งกล่าวถึงพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกถึงการยอมรับและนำไปปฏิบัติในขั้นตอนที่ 3 ขึ้นประเมินค่า (Evaluation Stage) เป็นขั้นที่จะได้ไตร่ตรองถึงประโยชน์โดยมีการเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย หากนำมาใช้แล้วจะเกิดประโยชน์ต่อตนเองหรือไม่

การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่าความน่าเชื่อถือของแอปพลิเคชันมีความสำคัญทั้งในเรื่องความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว และการทำธุรกรรม

ทางการเงินผ่านทางแอปพลิเคชันสอดคล้องกับการศึกษาของวศินี อิมธรรมพร (2561) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ความสะดวกในการใช้บริการ และการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Gen Y) ในกรุงเทพมหานคร พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านความน่าเชื่อถือส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Gen Y) ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้เนื่องมาจากกลุ่มคนเป็นกลุ่มคนยุคใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีเป็นประจำแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการใช้ของผู้ใช้บริการสามารถเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ ได้ง่าย

จากการวิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 2 พบว่า การยอมรับความเสี่ยงโดยภาพรวมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความคิดเห็นไปในทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงเพิ่มสูงขึ้นส่งผลให้การตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสินเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วยซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ Cunningham (1967) ที่กล่าวว่าการรับรู้ความเสี่ยงหมายถึง ความไม่แน่นอนที่รับรู้ได้ถึงสินค้าและบริการหนึ่งๆ ของลูกค้าที่ทำให้เกิดผลกระทบด้านลบกับการซื้อหรือใช้บริการหากลูกค้ารับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการในระดับที่มากแสดงว่าเกิดความไม่แน่นอนในเชิงลบที่มีความสำคัญ และไม่สอดคล้องกับวรรณิภา จิตตินรากร (2559) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากบริษัทขายตรงผ่านช่องทางออนไลน์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การรับรู้ถึงความเสี่ยงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากบริษัทขายตรงผ่านช่องทางออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แต่อย่างไรก็ตามงานวิจัยที่กล่าวมาเป็นการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงซึ่งผลที่ได้ไม่สอดคล้องกันกับการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่การยอมรับความเสี่ยงของกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นธนาคารควรให้ความสำคัญกับคุณภาพระบบ (System Quality) ซึ่งต้องมีความง่ายและความปลอดภัยในการใช้งาน ความมีเสถียรภาพในการประมวลผล และคุณภาพข้อมูล (Information Quality) ต้องมีความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ ทั้งนี้พนักงานธนาคารควรมีการสื่อสารให้เข้าใจถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้แอปพลิเคชัน หากผู้ใช้งานยอมรับความเสี่ยงได้มากก็ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo มากเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการจากผลการวิจัย

(1) ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรให้ความสนใจมากที่สุด เพราะการรับรู้ถึงประโยชน์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ทั้งนี้พนักงานควรให้

คำแนะนำด้านการออมในรูปแบบการซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo และให้ข้อมูลถึงประโยชน์ของการซื้อสลากดิจิทัลแก่ผู้ใช้บริการเพื่อให้เกิดการรับรู้และกระตุ้นการตัดสินใจใช้บริการเพิ่มมากขึ้น (2) ด้านความน่าเชื่อถือ ผู้บริโภครุ่นใหญ่ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ด้านความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจธนาคารควรมุ่งเน้นให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัยในข้อมูลส่วนตัวและการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo โดยการพัฒนาระบบให้มีความปลอดภัยในการใช้บริการ มีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับระบบการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า มีการแสดงรายละเอียดและมาตรฐานของระบบการรักษาความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงินรวมถึงการที่ธนาคารมีนโยบายแสดงความรับผิดชอบในกรณีที่เกิดความผิดพลาดที่เกิดขึ้นในส่วนความผิดพลาดของระบบธนาคารเองอันจะนำไปสู่การยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภครุ่นใหม่โดยพยายามให้ลูกค้าที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการนำเสนอข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่รวมทั้งการสร้างควมไว้วางใจต่อบริการที่จะได้รับว่ามีความถูกต้องเชื่อถือได้ (3) ด้านความง่ายในการใช้งาน ถึงแม้การยอมรับเทคโนโลยีด้านความง่ายในการใช้งานจะไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสินแต่กล่าวได้ว่าการยอมรับเทคโนโลยีด้านความง่ายในการใช้งานเป็นด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยธนาคารจะต้องทำความเข้าใจเพื่อกำหนดแนวทางในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่คำนึงถึงความง่ายในการใช้งานในการซื้อสลากดิจิทัลบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน จะต้องง่ายไม่ยุ่งยาก มีขั้นตอนที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็วและควรสนับสนุนด้านการส่งเสริมการตลาดเพิ่มเติมเพื่อดึงดูดความสนใจลูกค้ารายใหม่ และให้แอปพลิเคชัน MyMo เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นเพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าต่อไป ทั้งนี้ธนาคารควรต้องสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภครุ่นใหม่ในด้านประโยชน์ที่จะได้รับด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความง่ายในการใช้งานโดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์นำเสนอข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับ เทคโนโลยีทางการเงินรวมทั้งสิทธิประโยชน์ต่างๆโดยมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การมอบของที่ระลึกเมื่อมีผู้มาสมัครใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo หรือ มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกรับบัตรกำนัลต่างๆจากการทำธุรกรรมทางการเงินเพื่อให้ผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการซื้อสลากผ่านแอปพลิเคชัน MyMo เกิดความสนใจที่จะใช้แอปพลิเคชันในการซื้อสลากดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น นำไปสู่การตัดสินใจใช้บริการของผู้ใช้บริการคนรุ่นใหม่ซึ่งจะเป็นการสร้างฐานลูกค้าใหม่ที่ใช้บริการของธนาคารผ่านระบบเทคโนโลยีเป็นการบริหารความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้าย่อมนำไปสู่การตัดสินใจที่จะใช้บริการอื่น ๆ ของธนาคารซึ่งในปัจจุบันมีการนำเสนอบริการในรูปแบบใหม่อย่างต่อเนื่อง (2) จากการศึกษาพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งความเสี่ยงออกเป็น 4 ประเภทดังนี้ 1) ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพการใช้งานที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเกี่ยวกับความถูกต้องของข้อมูลหลังจากซื้อสลากดิจิทัล ดังนั้นธนาคารควรให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันให้มีมาตรฐานและความปลอดภัยลดความผิดพลาดที่เกิดจากการซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo 2) ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวที่ผู้ใช้บริการมีความกังวล

ถึงการถูกเปิดเผยข้อมูล ดังนั้นธนาคารควรมีการรักษาความลับของผู้ใช้บริการไม่นำข้อมูลไปเผยแพร่ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจขึ้นได้ 3) ความเสี่ยงด้านการเงินที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการเก็บรักษาสดากดิจิทัล ไม่ให้สูญหายจากระบบ และการให้อัตราผลตอบแทนและเงินรางวัลที่ถูกต้อง ดังนั้นพนักงานควรอธิบายถึงรายละเอียดเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยและผลตอบแทนของสดากแต่ละประเภทที่ลูกค้าจะได้รับเมื่อสดากครบกำหนดให้เกิดความเข้าใจตรงกัน อีกทั้งแนะนำวิธีการใช้งาน การตั้งรหัสผ่านให้ยากต่อคาดเดา การเปลี่ยนรหัสผ่านเป็นประจำ และหลังจากใช้งานเสร็จควรกดออกจากระบบทุกครั้งเพื่อลดความเสี่ยง 4) ความเสี่ยงด้านเวลาที่ผู้ให้บริการเห็นว่าอาจจะสูญเสียเวลาจากการเรียนรู้วิธีการใช้งานและการซื้อสดากดิจิทัล ดังนั้นพนักงานควรให้คำแนะนำสอนวิธีการใช้งานให้ผู้ให้บริการเพื่อลดเวลาที่ผู้ให้บริการต้องเรียนรู้เองให้ความเอาใจใส่เพื่อให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

(1) ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเน้นศึกษากับกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้นข้อมูลที่ได้อาจอ้างอิงเฉพาะความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งไม่สะท้อนถึงความคิดเห็นของประชากรไทยที่อาศัยอยู่จังหวัดอื่นๆ ดังนั้นในการวิจัยครั้งถัดไป ผู้วิจัยขอแนะนำให้ทำการศึกษากับกลุ่มประชากรหรือกลุ่มตัวอย่างกลุ่มอื่น ๆ หรือในสถานที่ที่แตกต่างกันเพราะจะทำให้ได้งานวิจัยที่มีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ผู้สนใจควรศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆ ที่นอกเหนือจากการยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่คาดว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสดากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo เช่น ทัศนคติส่วนประสมทางการตลาด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดอันจะเป็นประโยชน์สำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชันได้นำข้อมูลของงานวิจัยที่ได้นั้นไปปรับใช้ในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดขายและขยายฐานลูกค้าต่อไปในอนาคต (2) ควรศึกษาโดยทำการสำรวจด้านความปลอดภัยในการใช้งาน เนื่องจากปัจจุบันวิวัฒนาการก้าวหน้าสู่ยุค Digital และความปลอดภัยนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญและศึกษาปริมาณการใช้งานแอปพลิเคชันในแต่ละปี เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาต่อขอให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ให้บริการแอปพลิเคชันต่างๆต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กิตติยา ปันกลาง (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสดากออมสินพิเศษของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตธนาคารออมสินภาค 3 กรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์,มหาวิทยาลัยศิลปากร
 เกรรินทร์ ละเอียดนันท์. (2559). การยอมรับเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคทางออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญา
 มหำบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- จิรวัดน์ วงศ์รังษย์. (2555). ปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติของผู้ใช้งาน
กลุ่มเจนเอเรชั่นวาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
ธนาคารออมสิน. สลากดิจิทัล. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2562, จาก [https://www.gsb.or.th/
lotto/lottery/DigitalSalakOnMyMo.aspx](https://www.gsb.or.th/lotto/lottery/DigitalSalakOnMyMo.aspx)
- ธนาคารออมสิน. สุขสัมภาษณ์. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.ออมสุขออมสิน.com/>
ธนาคารออมสิน. แอปพลิเคชัน MyMo. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2562, จาก
<https://www.gsb.or.th/Blogs/Financial/MyMoTips.aspx>
- ภากร พรประภาพิสุทธิ. (2560). การเลือกใช้บริการ SMS แจ้งเตือนเงินเข้า-ออก ของธนาคารพาณิชย์ต่างๆ
ในประเทศไทยของประชากรในกรุงเทพมหานคร.
สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วรรณิกา จิตตินรากร. (2559). การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์
ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากบริษัทขายตรงผ่านช่องทางออนไลน์.
สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2561). จำนวนประชากรแยกอายุ
ทั่วประเทศ เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2561. สืบค้นเมื่อ 14 กรกฎาคม 2562, จาก
http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php
- Kotler, Philip. (1994). Marketing, management. Englewood Cliffs : Prentice Hall.
(1997). Marketing management analysis, planning, implementation, and control. 8 (thed.).
Englewood Cliffs : Prentice Hall, Inc.
(2000). Marketing management international edition. Englewood Cliffs : Prentice Hall.
- Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user
acceptance of information technology. Retrieved from
http://is.theorizeit.org/wiki/Technology_acceptance_model.
- Foster, G. M. A. (1973). Tradition societies and technological change. New York:Harper& Row
- Luarn, P., & Lin, H.H. (2005). Toward an understanding of the behavioral Intention touse mobile banking.
Computers in Human Behavior, 21(6), 873-891.
- Martin,S.S., & Camarero, C. (2008). Consumer trust to a web site: moderating effectof attitudes toward
online shopping. Cyber Psychology & Behavior,11(5),549-554.
- Pender, Nola. (1996). Health Promotion in Nursing Practice. 3rded. Stamford. CT: Appleton and Lange.
- Zhao, A. L., Hanmer-Lloyd, S., Ward, P., & Goode, M. M. H.(2008). Perceived risk and Chinese