

การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้คุณค่า ส่งผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Electronic Word of Mouth Electronic Services Quality Technology Acceptance and Perceived Value Affect Intentions to Save Via BAAC Lottery on BAAC Mobile Application of Working-age People in Bangkok Metropolitan Region

วีริยา หน่วยแก้ว

สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Viriya Nuaykaew

E-mail: 6714060083@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Accounting

Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้คุณค่าส่งผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้คุณค่า โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ คนวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 – 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$) คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการเข้าถึงการให้บริการ ($\bar{X} = 4.60$) การยอมรับเทคโนโลยี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$) เมื่อพิจารณา รายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน ($\bar{X} = 4.63$) การรับรู้คุณค่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านคุณค่าที่มีเงื่อนไข ($\bar{X} = 4.67$) และความ

ตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile โดยภาพรวมไม่ต่างกัน (2) การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการเข้าถึงการให้บริการ และด้านความเป็นส่วนตัว นอกจากนี้ การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน และด้านการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน รวมถึงการรับรู้คุณค่า ด้านอารมณ์ ด้านคุณค่าที่มีเงื่อนไข และด้านสังคมมีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ความตั้งใจออม; การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์

Abstract

The purpose of this study is to examine electronic word of mouth, electronic services quality, technology acceptance and perceived value affect intentions to save via BAAC Lottery on BAAC Mobile application of working-age people in Bangkok Metropolitan Region, factors include demographic factors, electronic word of mouth, electronic services quality, technology acceptance and perceived value. The 400 samples were drawn from working-age people in Bangkok Metropolitan Region. Data were analyzed by using the frequency, percentage, mean, and standard deviation and collected data from questionnaires with T-Test, F-Test (One way ANOVA) and Multiple Regression Analysis.

The study indicated that the most working-age people in Bangkok Metropolitan Region of the respondents were female, aged 31 - 40 years, received Bachelor's Degree, civil servants or state enterprise employee and received monthly income of 20,001 – 30,000 baths. Electronic word of mouth was at highest level ($\bar{X} = 4.50$). Electronic services quality were at highest level ($\bar{X} = 4.57$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean were accessibility ($\bar{X} = 4.60$). Technology acceptance were at highest level ($\bar{X} = 4.61$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean were perceived usefulness ($\bar{X} = 4.63$). Perceived value were at highest level ($\bar{X} = 4.58$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean were conditional value ($\bar{X} = 4.67$). Intentions to save via BAAC lottery on BAAC Mobile application of working-age people in Bangkok Metropolitan Region was rated at a highest level ($\bar{X} = 4.62$).

The results of hypothesis test show that (1) the working-age people in Bangkok Metropolitan Region with different gender, age, education, occupation and income had no different overall intentions to save via BAAC lottery on BAAC Mobile application. (2) Electronic word of mouth, electronic services quality; credibility, responsiveness, accessibility, privacy, in addition, technology acceptance; perceived usefulness, perceived ease of use, including, perceived value; emotional value, conditional value, social value had effect the Intentions to save via BAAC lottery on BAAC Mobile application of working-age people in Bangkok Metropolitan Region at statistical significance of 0.05 levels.

Keyword: Intentions to Save; Electronic Word of Mouth

บทนำ

สภาพเศรษฐกิจสังคมไทยจากอดีต ปัจจุบัน และในอนาคต มีแนวโน้มว่า อัตราเงินเฟ้อจะปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากปัจจัยหลายๆ อย่าง สิ่งที่น่าเป็นกังวลในปัจจุบัน นั่นคือ เราจะมีเงินเพียงพอต่อการดำรงชีวิต ใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน หรือมีเงินที่เก็บออมไว้ใช้ในยามฉุกเฉินหรือไม่ ดังนั้น การวางแผนทางการเงินและการออมถือเป็นสิ่งสำคัญ ฉะนั้น จะต้องวางแผนทางการเงินโดยควรเริ่มต้นวางแผนตั้งแต่การเริ่มต้นทำงานจากการแบ่งเงินเดือนบางส่วนมาออมเงินเพื่อสะสมเงินออมไว้ในยามเกษียณ (สุธีรัตน์ จิรชูสกุล, 2559) จากปัญหาการขาดวินัยในการออมและการวางแผนการเงินที่ไม่มีประสิทธิภาพ สถาบันการเงินรวมไปถึงภาครัฐควรพัฒนาผลิตภัณฑ์นโยบายเพื่อกระตุ้นให้คนสนใจ และสร้างแรงจูงใจให้เกิดการออมมากยิ่งขึ้น โดยหนึ่งในนั้นเป็นทางเลือกในการออมเงิน คือ การออมเงินผ่านสลากออมทรัพย์ เนื่องจากการผสมผสานกันระหว่างการออมเงินและโอกาสในการลุ้นรางวัล เหมาะสำหรับผู้ที่ไม่ต้องการรับความเสี่ยงหรือรับความเสี่ยงจากการลงทุนได้ต่ำ ในประเทศไทยสลากออมทรัพย์ได้รับการจำหน่ายโดยสถาบันทางการเงิน ได้แก่ ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยแต่ละธนาคารก็มีจุดเด่นและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแตกต่างกันไป สลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) มีจุดเด่นและมีความหลากหลายทำให้ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย ประกอบกับมีสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศซึ่งเข้าถึงกลุ่มประชากรที่มีรายได้ปานกลางถึงต่ำ (The Gen C Urban living solutions blog, 2566) ผลสำรวจปี พ.ศ. 2567 พบว่า พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของประชากรที่อยู่ในช่วงอายุ 16 – 74 ปี และ กิจกรรมดิจิทัลที่คนไทยใช้งานในปี พ.ศ. 2567 ในการทำธุรกรรมการเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 84.13 (สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2567) ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่มีอย่างต่อเนื่องทำให้แอปพลิเคชันเกิดขึ้นมาเพื่อช่วยให้การใช้ชีวิตประจำวันง่ายขึ้นในทุกด้าน สถาบันการเงินจึงได้นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการพัฒนาโมบายแบงก์กิ้ง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการทำธุรกรรมผ่านออนไลน์จึงตอบโจทย์แก่คนรุ่นใหม่ที่ไม่ชอบใช้เงินสด (MAKE by KBank, 2569)

ดังนั้นผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บ.น.แอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบในการปรับปรุงและพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการการออมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บ.น.แอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บ.น.แอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บ.น.แอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้คุณค่า ที่มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บ.น.แอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ขอบเขตงานวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ออมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บ.น.แอปพลิเคชัน BAAC Mobile ซึ่งไม่สามารถรู้จำนวนประชากรที่แน่นอนได้ จึงได้ใช้วิธีการกำหนด

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

2. การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้คุณค่า ส่งผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยทางผู้วิจัยจะทำการศึกษาถึงตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้คุณค่า ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ทำให้ความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 4 การยอมรับเทคโนโลยี มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 5 การรับรู้คุณค่า มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. ทำให้ทราบถึงความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้คุณค่า

3. นำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานให้แก่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธ.ก.ส. ในการปรับปรุงและพัฒนาแอปพลิเคชัน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการการออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดและทฤษฎี

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจออม

ทฤษฎีวงจรชีวิตของการบริโภค (Life-Cycle Hypothesis) กล่าวว่าบุคคลมีแนวโน้มจะวางแผนการบริโภคและการออมตลอดช่วงชีวิต บุคคลมักออมเงินในช่วงวัยทำงานเพื่อใช้จ่ายในวัยเกษียณ ทฤษฎีนี้เสนอว่าแบบแผนการออมจะเป็นรูปโค้งคว่ำ (hump-shaped) กล่าวคือ ในอายุน้อยๆ บุคคลมักมีรายได้ต่ำและมีหนี้สิน เมื่อเข้าสู่วัยกลางคนจะออมในอัตราสูง และในวัยชราจะนำเงินออมมาใช้จ่าย (Modigliani & Brumberg, 1954) โดยการออมส่วนบุคคลนั้นเป็นการนำรายได้หักค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้สำหรับดำรงชีวิตแล้วรายได้ส่วนที่เหลืออยู่ถูกเรียกว่าเงินออม โดยรูปแบบการออมของครัวเรือนมีวิธีการ

ออมหลายรูปแบบด้วยกัน ได้แก่ ออมไว้เองที่บ้านเป็นเงินสด ผักธนาคารหรือนำไปลงทุนหาผลประโยชน์ต่างๆ เช่น ซื้อพันธบัตร หุ้นกู้ สลากออมสิน สลาก ธ.ก.ส. ทอง อัญมณี เป็นต้น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565)

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์

การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic word of mouth) เป็นการสื่อสารในแบบที่ใช้การสื่อสารโดยตรงจากผู้บริโภค ที่จะเกี่ยวข้องกับการใช้งาน หรือลักษณะเฉพาะของสินค้า และลักษณะเฉพาะของบริการไปยังผู้ขายสินค้าโดยผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ที่จะช่วยสนับสนุนให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งส่งผ่านข้อมูลด้านการตลาด (Marketing message) ไปให้ผู้อื่น ทำให้ข่าวสารข้อมูลเกิดการกระจายตัวเป็นทวีคูณ สร้างอิทธิพลต่อความเชื่อ และการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากในเวลาที่รวดเร็ว (Westbrock, 1987) โดยที่ได้การสื่อสารแบบปากต่อปากว่ามีอยู่ 3 ทฤษฎี ได้แก่ (1) การกระจายข่าวสารลงสู่ข้างล่าง (2) การไหลไปของข่าวสารสองชั้นตอน และ (3) การไหลไปของข่าวสารหลายชั้นตอน (Engel et al., 1993)

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์

คุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service Quality) หมายถึง การประเมินความสามารถในการให้บริการของผู้ให้บริการที่มีต่อผู้รับบริการในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ว่าเป็นไปตามความความหวังของผู้รับบริการหรือไม่ โดยต้องมีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึง และการใช้บริการบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ประสิทธิภาพและประสิทธิผลจะถูกประเมินผ่านคุณภาพบริการที่บรรลุดตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยแบ่งมาตรวัดออกเป็น 2 ชุด ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 7 มิติ ดังนี้ ชุดที่ 1 E-S-QUAL ประกอบด้วย (1) ประสิทธิภาพ (2) การบรรลุเป้าหมาย (3) ความพร้อมของระบบ (4) ความเป็นส่วนตัว และชุดที่ 2 E-RecS-QUAL เป็นการวัดคุณภาพการบริการหลังการขาย ประกอบด้วย (1) การตอบสนองความต้องการ (2) การชดเชย และ (3) การติดต่อ (Parasuraman et al., 2005)

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

การยอมรับเทคโนโลยี คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้เทคโนโลยี พฤติกรรมความตั้งใจไปสู่การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ จากแนวคิดตามแบบจำลอง TAM ได้แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมที่เจตนาหรือตั้งใจใช้ (Behavioral intention to use) ระบบสารสนเทศใหม่ (Davis, 1989) โดยที่ดัดแปลงและประยุกต์มาจากทฤษฎีของการกระทำตามหลักและเหตุผล ซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องของการพยากรณ์พฤติกรรมมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) การรับรู้ใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use) ความตั้งใจในการใช้งาน (Intention to Use) การรับรู้ถึงความเสี่ยง (Perceived Risk) ทักษะคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward Using) และการนำมาใช้งานจริง (Actual Use) (Clow & Baack, 2010)

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่า

การรับรู้คุณค่าของสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคเป็นแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค มี 5 มิติ ได้แก่ (1) คุณค่าด้านการใช้งาน (2) คุณค่าด้านสังคม (3) คุณค่าด้านอารมณ์ (4) คุณค่าด้านความรู้คิด และ (5) คุณค่าที่มีเงื่อนไข (Sheth et al., 1991)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การออกแบบการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำ หรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม แบบวิจัย

ตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือ เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ซึ่งไม่สามารถรู้จำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงได้จากสูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) เพื่อกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษา ซึ่งการเปิดตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จะเปิดตารางที่ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05 หรือคิดเป็นค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยผลจากการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

3. เครื่องมือใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามนั้นเป็นเครื่องมือหลักที่นำมาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทางผู้วิจัยก็ได้มีการศึกษาหาความรู้ ค้นคว้าทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้มานั้นไปกำหนดกรอบแนวความคิดของงานวิจัยที่ผู้วิจัยศึกษา ซึ่งแสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยตัวแปรที่ได้มานั้นจะช่วยพัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 6 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 9 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความเป็นส่วนตัว และด้านการเข้าถึงการให้บริการ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 12 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน และด้านการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 8 ข้อ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่า เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้คุณค่า ซึ่งประกอบด้วย ด้านการใช้งาน ด้านสังคม ด้านอารมณ์ ด้านความประหลาดใจ และด้านคุณค่าที่มีเงื่อนไข มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 21 ข้อ

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 8 ข้อ

4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้มีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้มีการนำแบบสอบถามมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สามารถสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. การศึกษาค้นคว้าข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้คุณค่า และความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile

2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ทำขึ้นเพื่อทำให้ความหมายของตัวแปรต่างๆ
3. นำนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้มาสร้างเป็นข้อคำถามที่มีความครอบคลุม และสัมพันธ์กับนิยามศัพท์ของตัวแปร
4. จัดทำร่างแบบสอบถาม
5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาว่าแบบสอบถามมีการใช้ภาษาและลักษณะของข้อความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่จะดำเนินการวิจัย

5. การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

1. ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความน่าเชื่อถือ ก่อนนำแบบสอบถามไปดำเนินการวิจัยใช้งานจริง โดยนำร่างแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นไปนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการทำการตรวจสอบคุณภาพของความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา เพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด (Item Objective Congruence–IOC) ในการพิจารณาความเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ในทุกข้อคำถามมีการนำเกณฑ์การแปลความหมายของ Rovinelli and Hambleton (1977) โดยค่าดัชนีความสอดคล้องที่ได้ครั้งนี้อยู่ระหว่าง 0.60 – 1.00 โดยถือว่าผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่ยอมรับได้ 0.50

2. ผู้วิจัยได้มีการจัดทำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทางผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อทำการตรวจสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) (Cronbach, 1974) การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยภาพรวมเท่ากับ 0.909 คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมเท่ากับ 0.952 ด้านความน่าเชื่อถือเท่ากับ 0.878 ด้านการตอบสนองความต้องการเท่ากับ 0.841 ด้านความเป็นส่วนตัวเท่ากับ 0.911 และด้านการเข้าถึงการให้บริการเท่ากับ 0.884 การยอมรับเทคโนโลยีโดยภาพรวมเท่ากับ 0.895 ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งานเท่ากับ 0.848 และด้านการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งานเท่ากับ 0.785 การรับรู้คุณค่าโดยภาพรวมเท่ากับ 0.940 ด้านการใช้งานเท่ากับ 0.877 ด้านสังคมเท่ากับ 0.946 ด้านอารมณ์เท่ากับ 0.887 ด้านความประหลาดใจเท่ากับ 0.855 และด้านคุณค่าที่มีเงื่อนไขเท่ากับ 0.950 และค่าความเชื่อมั่นของความตั้งใจอ้อมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยภาพรวมเท่ากับ 0.939

3. เมื่อผู้วิจัยนำข้อบกพร่องมาปรับปรุง แก้ไข โดยขอคำปรึกษาและผ่านความคิดเห็นและความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง จนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ จึงนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้กำหนดไว้ในงานวิจัย

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ผ่านการแก้ไขและผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษามาดำเนินการจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด จำนวน 400 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง คือ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยการสุ่มแบบบังเอิญหรือแบบสะดวก ซึ่งหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลครบ 400 ชุด จะดำเนินการในขั้นตอนต่อไป คือ การนำข้อมูลที่ได้นำไปวิเคราะห์ผลโดยผ่านโปรแกรมสถิติ SPSS

7. เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้นำมาทำการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้
 - 1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการ วัดเชิง ปริมาณ ได้แก่ การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้คุณค่า และความตั้งใจอ้อมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจอ้อมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัย ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามเพศ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการทดสอบ t-test

2.2 เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจอ้อมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัย ทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน จะใช้การ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การ เปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

2.3 เพื่อศึกษาการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับ เทคโนโลยี และการรับรู้คุณค่าส่งผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัย ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีความตั้งใจอ้อมผ่าน สลากออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 - 40 ปี มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท

ผลการวิเคราะห์การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑลโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดย ภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยเรียง ตามลำดับดังนี้ ด้านการเข้าถึงการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านความเป็นส่วนตัว

ผลการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน และด้านการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน

ผลการวิเคราะห์การรับรู้คุณค่าของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยภาพรวม อยู่ในระดับ ความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านคุณค่า ที่มีเงื่อนไข ด้านการใช้งาน ด้านความประหลาดใจ ด้านอารมณ์ และด้านสังคม

ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจอ้อมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด

ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจอ้อมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีเพศ อายุ

ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน ทำให้ความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile โดยภาพรวมไม่ต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการวิเคราะห์คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความน่าเชื่อถือถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความเป็นส่วนตัว และด้านการเข้าถึงการให้บริการ มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยี มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ การยอมรับเทคโนโลยีโดยรวม มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน และด้านการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งานมีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการวิเคราะห์การรับรู้คุณค่า มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ การรับรู้คุณค่าโดยรวม มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การรับรู้คุณค่า ด้านอารมณ์ ด้านคุณค่าที่มีเงื่อนไข และด้านสังคม มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และการรับรู้คุณค่า ด้านการใช้งาน และด้านความประหลาดใจ ไม่มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

บทสรุปและอภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ ความตั้งใจที่จะออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ถ้ามีคนมาแนะนำ อาจเนื่องมาจากการออมเงินผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ไม่มีข้อจำกัดหากยกเลิกการออมหรือการลงทุนจะได้รับคืนเงินพร้อมดอกเบี้ยตามที่ระบุไว้ในสลากออมทรัพย์ และด้านการเสียใจกรณีโอกาสถูกรางวัลซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะมีการบอกต่อกันเพื่อเป็นทางเลือกในการออมเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณีรนุช ชัยศรีรัมย์ (2567) ทำการศึกษาคุณภาพการบริการ การยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความเสี่ยง และความคุ้นเคยในโซเชียลคอมเมิร์ซซึ่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ของนักศึกษาระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยพบว่า ความตั้งใจใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ของนักศึกษาระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

2. ผลการศึกษาความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีเพศต่างกัน ทำให้ความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile โดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่าเพศไม่มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ พิตติยานัน แสงทอง (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของลูกค้านักออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันทำให้มีความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

2.2 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอายุต่างกัน ทำให้ความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile โดยภาพรวมไม่ต่างกัน แสดงว่าอายุไม่มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ พิตติยานัน แสงทอง (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของลูกค้านักออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันทำให้มีความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

2.3 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้ความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ไม่ต่างกัน แสดงว่าระดับการศึกษาไม่มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ พิตติยานัน แสงทอง (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของลูกค้านักออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันทำให้มีความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

2.4 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้ความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile โดยภาพรวมไม่ต่างกัน แสดงว่าอาชีพไม่มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ศรีณีย์ ทันทานนท์ (2565) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตจังหวัดอุบลราชธานี โดยพบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันทำให้มีความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของ ช.ก.ส. ในเขตจังหวัดอุบลราชธานีที่ไม่แตกต่างกัน

2.5 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile โดยภาพรวมไม่ต่างกัน แสดงว่ารายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลนันทน์ สุขสม (2565) ที่ได้ศึกษาอิทธิพลความน่าไว้วางใจต่อธุรกิจและการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าของพนักงานบริษัทในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยพบว่า รายได้ต่อเดือนต่างกันที่แตกต่างทำให้ความตั้งใจซื้อคอนโดมิเนียมของพนักงานบริษัทในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลไม่ต่างกัน

3. ผลการศึกษาการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปได้ดังนี้

การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ความสำคัญต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่าการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับสลากออมทรัพย์ ชกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ผ่านการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีประสิทธิภาพ จากการใช้บริการที่มีการบอกต่อข้อมูลโดยการถ่ายทอดความรู้สึกและประสบการณ์ที่

ได้รับรู้และสัมผัสมาจากผู้ให้บริการผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศนิवार วัฒนานนท์ (2566) ทำการศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการรับรู้แบรนด์ คุณภาพที่รับรู้ และความตั้งใจซื้อสินค้าเครื่องสำอางของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า การสื่อสารปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเครื่องสำอางผ่านการรับรู้แบรนด์ และคุณภาพที่รับรู้

4. ผลการศึกษาคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บน แอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปได้ดังนี้

4.1 คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความน่าเชื่อถือ มีผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บน แอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ความสำคัญต่อคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความน่าเชื่อถือ ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า ผู้ใช้บริการมีความมั่นใจและเชื่อถือการทำงานของแอปพลิเคชันที่มีความสามารถในการให้บริการ ได้ถูกต้องและแม่นยำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นัตติยา ทองสร้อย (2561) ทำการศึกษาความคาดหวังคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการร้านอาหารไทยของคนในเมืองเฮนเดอร์สัน นอร์ทแคโรไลนา ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยพบว่า ความคาดหวังคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการร้านอาหารไทยของคนในเมืองเฮนเดอร์สัน นอร์ทแคโรไลนา ประเทศสหรัฐอเมริกา

4.2 คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบสนองความต้องการ มีผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ความสำคัญต่อคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบสนองความต้องการ ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า แอปพลิเคชัน BAAC Mobile สามารถลดระยะเวลาเข้าใช้บริการ และเกิดความคุ้มค่ามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นัตติยา ทองสร้อย (2561) ทำการศึกษาความคาดหวังคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการร้านอาหารไทยของคนในเมืองเฮนเดอร์สัน นอร์ทแคโรไลนา ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยพบว่า ความคาดหวังคุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการ มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการร้านอาหารไทยของคนในเมืองเฮนเดอร์สัน นอร์ทแคโรไลนา ประเทศสหรัฐอเมริกา

4.3 คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความเป็นส่วนตัว มีผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บน แอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ความสำคัญต่อคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความเป็นส่วนตัว ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า แอปพลิเคชันมีระบบรักษาความปลอดภัยและมีการปกป้องข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิเศษชาวนวุดมิกุล (2565) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน ALIST OPAC กรณีศึกษา สำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยพบว่า คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความเป็นส่วนตัว มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน ALIST OPAC

4.4 คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการเข้าถึงการให้บริการ มีผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ความสำคัญต่อคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการเข้าถึงการให้บริการ ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า ขั้นตอนการเข้าใช้งานแอปพลิเคชันมีความง่าย ไม่ซับซ้อน สามารถเข้าถึงการให้บริการได้ทุกอุปกรณ์และทุกที่ทุกเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นัตติยา ทองสร้อย (2561) ที่ศึกษาความคาดหวังคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการร้านอาหารไทยของคนในเมืองเฮนเดอร์สัน นอร์ทแคโรไลนา ประเทศ

สหรัฐอเมริกา โดยพบว่า ความคาดหวังคุณภาพบริการ ด้านการเข้าถึงจิตใจการบริการ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ ร้านอาหารไทยของคนในเมืองเฮนเดอร์สัน นอร์ทแคโรไลนา สหรัฐอเมริกา

5. ผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน มีผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ความสำคัญต่อการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า แอปพลิเคชันมีความสะดวก รวดเร็ว และทำธุรกรรมได้ครบทุกความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิตติยานัน แสงทอง (2563) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของลูกค้ายุทธศาสตร์ออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารออมสินของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

5.2 การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน มีผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ความสำคัญต่อการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า มีการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ง่าย สามารถซื้อสลากออมทรัพย์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิตติยานัน แสงทอง (2563) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของลูกค้ายุทธศาสตร์ออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้ายุทธศาสตร์ออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารออมสินของลูกค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร

6. ผลการศึกษาการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปได้ดังนี้

6.1 การรับรู้คุณค่า ด้านการใช้งาน ไม่มีผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อการรับรู้คุณค่า ด้านการใช้งาน ในระดับมากที่สุด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การอ้อมผ่านสลากออมทรัพย์บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile จะไม่ยุ่งยากกับการเลือกสลาก อาจเนื่องมาจากรับรู้วิธีการเข้าใช้งานผ่านระบบออนไลน์จากการมีความคุ้นเคยอยู่แล้ว ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถทำรายการได้ด้วยตนเอง จึงทำให้ไม่นำการรับรู้คุณค่า ด้านการใช้งาน มาร่วมพิจารณาวางแผนการตลาดซื้อสลากออมทรัพย์บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ชรรัตน์ นพวิจิตร (2565) ได้ทำการศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร และการรับรู้คุณค่าส่งผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อสลากออมสินดิจิทัลของเจ้าหน้าที่กรมชลประทาน (สามเสน) โดยพบว่า การรับรู้คุณค่าของสลากดิจิทัล ด้านการใช้งาน ไม่มีผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อสลากออมสินดิจิทัลของเจ้าหน้าที่กรมชลประทาน (สามเสน)

6.2 การรับรู้คุณค่า ด้านสังคม มีผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อการรับรู้คุณค่า ด้านสังคม ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า การรับรู้ประโยชน์ของสลากออมทรัพย์ ธกส. ที่สังคมได้ยอมรับส่งผลให้ผู้บริโภคมีภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิตติยานัน แสงทอง (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของลูกค้ายุทธศาสตร์ออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า

การรับรู้คุณค่าของสลากดิจิทัลด้านสังคม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารออมสินของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

6.3 การรับรู้คุณค่า ด้านอารมณ์ มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อการรับรู้คุณค่า ด้านอารมณ์ ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า การได้รับประโยชน์จากสลากออมทรัพย์ ธกส. เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและตัดสินใจซื้อสลาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิตติยานัน แสงทอง (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าการรับรู้คุณค่าของสลากดิจิทัล ด้านอารมณ์ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารออมสินของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

6.4 การรับรู้คุณค่า ด้านความประหลาดใจ ไม่มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อการรับรู้คุณค่า ด้านความประหลาดใจ ในระดับมากที่สุด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การออมผ่านสลากออมทรัพย์บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile จะเป็นการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ จากการใช้งานแอปพลิเคชันของธนาคาร อาจเนื่องจากได้รับประสบการณ์ใหม่หรือความรู้ มุ่งเน้นที่ความแปลกใหม่ และการค้นหาความรู้ถึงวิธีการใช้งานแอปพลิเคชันที่เพิ่มมากขึ้นอย่างแพร่หลายต่อการใช้งานและการเรียนรู้ไม่ซับซ้อน ทำให้ไม่นำการรับรู้คุณค่า ด้านความประหลาดใจมาร่วมพิจารณาวางแผนในการตัดสินใจซื้อออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงมล หงส์คำ (2567) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้คุณค่าทัศนคติและความคุ้นเคยในโซเชียลคอมเมิร์ซส่งผลต่อความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมสินบนแอปพลิเคชัน MyMo ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยพบว่า การรับรู้คุณค่า ด้านความประหลาดใจ ไม่มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมสินบนแอปพลิเคชัน MyMo ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

6.5 การรับรู้คุณค่า ด้านคุณค่าที่มีเงื่อนไข มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อการรับรู้คุณค่า ด้านคุณค่าที่มีเงื่อนไข ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า การได้รับประโยชน์จากการที่ไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทาง สามารถตรวจสอบข้อมูลต่างๆ ได้ด้วยตนเอง และสามารถเข้าใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิตติยานัน แสงทอง (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า การรับรู้คุณค่าของสลากดิจิทัล ด้านคุณค่าที่มีเงื่อนไข มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารออมสินของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากความตั้งใจออมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล มิใช่เป็นสิ่งที่ถาวรและสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามสภาพแวดล้อมและกาลเวลา ดังนั้นการวิจัยซ้ำในเรื่องนี้จึงเป็นสิ่งที่น่ากระทำ โดยมีระยะเวลาห่างกันพอสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อการปรับปรุงและพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการการออมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาให้กว้างและครอบคลุมมากขึ้น เพื่อให้ทราบถึงระดับความตั้งใจอ้อมผ่านสลากออมทรัพย์ ธกส.บนแอปพลิเคชัน BAAC Mobile ของคนวัยทำงานในภาพรวมทั้งประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

- กมลนันธ์ สุขสม. (2565). อิทธิพลความน่าไว้วางใจต่อธุรกิจและการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการส่งผลต่อความตั้งใจซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าของพนักงานบริษัทในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณิรนุช ชัยศรีรัมย์. (2567). คุณภาพการบริการ การยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความเสี่ยง และความคุ้นเคยในโซเชียลคอมเมิร์ซส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ของนักศึกษาระดับบachelorศึกษาและอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ดวงกมล หงส์คำ. (2567). อิทธิพลคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้คุณค่าทัศนคติ และความคุ้นเคยในโซเชียลคอมเมิร์ซส่งผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อสลากออมสินบนแอปพลิเคชัน MyMo ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นัตติยา ทองสร้อย. (2561). ความคาดหวังคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการร้านอาหารไทยของคนในเมืองเฮนเดอร์สัน, นอร์ทแคโรไลนา ประเทศสหรัฐอเมริกา. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิตติยานัน แสงทอง. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของลูกค้ายุคดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิชชา เขาวนวิภูกุล. (2565). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน ALIST OPAC กรณีศึกษาสำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- เพ็ชรรัตน์ นพวิจิตร. (2565). การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร และการรับรู้คุณค่าส่งผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อสลากออมสินดิจิทัลของเจ้าหน้าที่กรมชลประทาน (สามเสน). การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศนิवार วัฒนานนท์. (2566). อิทธิพลของการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลต่อ การรับรู้แบรนด์ คุณภาพที่รับรู้ และความตั้งใจซื้อสินค้าเครื่องสำอางของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศรัณย์ ทันตานนท์. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตรในเขตจังหวัดอุบลราชธานี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2567). การพัฒนาด้านดิจิทัลของประเทศไทยประจำปี พ.ศ. 2567. ค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2569, จาก https://proxy.gdcatalog.go.th/https://tdo.onde.go.th/documents/2024/A5_TDO2024_TH.pdf
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). สรุปผลที่สำคัญการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2564. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.

- สุธีรัตน์ จิระชูสกุล. (2559). *การวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณ*. ค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2569, จาก <https://www.fpo.go.th/main/getattachment/Economic-report/State-Savings-and-Investment-Status-Report/5420/CNT0015165-1.pdf.aspx>
- Clow, K., & Baack, D. (2010). *Integrated advertising, promotion, and marketing communications* (4th ed.). New Jersey: Pearson.
- Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of psychology testing*. New York: Harper & Row.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness perceived ease of use and user acceptance of information technology. *Management Information Systems Quarterly*, 13 (3): 319-339.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1993). *Consumer behavior* (8th ed.). Fort Worth: Dryden.
- MAKE by KBank. (2569). *รู้จักกับโมบายแบงก์กิ้ง คืออะไร ทำอะไรได้บ้าง?*. ค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2569, จาก <https://makebykbank.kbtg.tech/articles/mobile-banking-service>
- Modigliani, F., & Brumberg, R. H. (1954). *Utility analysis and the consumption function: an interpretation of cross-section data*. in Kenneth K. Kurihara, ed., *Post-Keynesian Economics*, New Brunswick, NJ. Rutgers University Press, 388–436.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–234.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use content specialists in the assessment of criterion-reference test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Sheth J. N., Newman B. I. & Gross B. L. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of business research*, 22(2), 159-170.
- Westbrock. (1987). Product/ Consumption-based Affective Responses and Postpurchase Processes. *Journal of Marketing Research*.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd Ed). New York: Harper and Row Publication.