

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และความพึงพอใจต่อการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลดิจิทัล
บนแอปพลิเคชัน “เป่าตัง” ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
Factors Affecting Buying Decision and Satisfaction on Purchasing Digital
Government Lottery Ticket on the “PAOTANG” Application among
Working-age People in Bangkok

สิริพัฒน์ เสวิกุล^{1,*} และ จริญญา รันลวด²
Siripat Sevikul^{1,*} and Charun Runrod²
^{1,2}มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
^{1,2}Chandrakasem Rajabhat University

*Corresponding author's e-mail : Siripat.s@chandra.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)
28 พฤษภาคม 2567

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)
18 มิถุนายน 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)
26 กันยายน 2567

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และความพึงพอใจการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลดิจิทัลบนแอปพลิเคชัน “เป่าตัง” ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการเลือกซื้อ ความพึงพอใจการซื้อสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชัน เป่าตัง โดยมีประชากรในการวิจัย คือกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจการซื้อสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชัน เป่าตัง ทั้งด้านของเพศ อายุ และการศึกษา โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งใช้แบบสอบถามออนไลน์ และการแจกแบบสอบถามโดยการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากประชากรตัวอย่าง กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 370 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทาง การวิจัยคือ ค่าร้อยละ ค่าฐานนิยม ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Independent Sample T – test and One way Anova ณ ระดับนัยสำคัญ .05

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลออนไลน์ ด้านผลิตภัณฑ์ ในเกณฑ์มากถึงมากที่สุด ในด้านราคาของสลากดิจิทัลต่อหน่วย มีค่าเฉลี่ย 4.46 รองลงมาเป็นความง่ายต่อการขึ้นเงินรางวัล มีค่าเฉลี่ย 4.39 ด้านความโปร่งใสตรวจสอบได้ ค่าเฉลี่ยที่ 4.32 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความพึงพอใจมากในด้านความสะดวกในการชำระเงิน มีค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมาเป็นแอปพลิเคชัน เป่าตัง ที่มีขั้นตอนการเลือกซื้อสลากดิจิทัลที่สะดวกและเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.39 และขั้นตอนการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน เป่าตัง มีค่าเฉลี่ยที่ 4.32 ในด้านความพร้อมของแอปพลิเคชัน เป่าตัง มีค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมาเป็นแอปพลิเคชันมีความดึงดูด ความน่าสนใจในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.14 และการแนะนำขั้นหรือวิธีการใช้งานของหน่วยงานของรัฐ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.08 ด้านเทคโนโลยี ในด้านความพร้อมของโทรศัพท์มือถือ

ในการเข้าถึงแอปพลิเคชัน เป่าตัง มีค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมาเป็นด้านการใช้งานร่วมกับระบบปฏิบัติการอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ย 4.24 และความเสถียรของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตกับแอปพลิเคชัน เป่าตัง ค่าเฉลี่ยที่ 4.18 และด้านความพร้อมของแอปพลิเคชัน เป่าตัง ในด้านการเก็บรักษา สลากดิจิทัลที่ได้ทำการซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.48 รองลงมาเป็นการตรวจรางวัล และการขึ้นเงิน มีค่าเฉลี่ย 4.47 และการหาตัวเลขที่ต้องการซื้อในแต่ละครั้ง ค่าเฉลี่ยที่ 4.32 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า เพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจในการซื้อสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชัน เป่าตัง โดยรวมไม่มีความแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชัน เป่าตัง โดยรวมไม่มีความแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญ .05 และผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า อายุที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชัน เป่าตัง โดยภาพรวมไม่มีความแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญ .05

คำสำคัญ: ปัจจัยในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล, ความพึงพอใจสลากกินแบ่งรัฐบาลออนไลน์

ABSTRACT

This paper examines factors affecting buying decisions and satisfaction in purchasing digital government lottery tickets on the “Paotang” application among working-age people in Bangkok. The sample groups were 370 working-age people who work in Bangkok, the research was conducted using both online and onsite questionnaires. The statistic used were percentage, mode, mean, and standard deviation; hypothesis testing, an Independent Sample T test, and one-way ANOVA with a significance level of 0.05.

The results shown that the overall average satisfaction was found to be generally high across each of the factors considered. The highest average levels of satisfaction in term of the product were lottery tickets price (4.46). The next highest levels were verification of prizes and withdrawal of funds (4.39). The transparency and inspection (4.39). In term of purchasing, the highest average levels of satisfaction were the simplicity of payment (4.41), and the simplicity of choosing tickets and simple purchasing procedure (4.32). In terms of the application’s readiness, the satisfaction towards the application readiness was 4.20, the next satisfaction levels were attraction of the application (4.14), the application guidance by the government (4.08). In terms of technology, the satisfaction levels were the smartphone accessibility (4.26), the compatibility with smartphones’ operational system (4.24), the stability with the internet (4.18). In terms of the storage of purchased lottery tickets, the satisfaction

level towards the storage was 4.48, the next were verification of prizes and withdrawal of funds (4.47) and the ability to search the purchased lottery tickets (4.32).

The results of Hypothesis Test 1 found that there was no significant difference in the satisfaction of purchasing digital lottery tickets on the “Pao Tang” application between males and females at the .05 significance level. The results of Hypothesis Test 2 found that different levels of education did not significantly affect the satisfaction of purchasing digital lottery tickets on the Pao Tang application at the .05 significance level. The results of Hypothesis Test 3 found that different age groups did not significantly affect the overall satisfaction with the Pao Tang application at the .05 significance level.

Keywords: Factors Affecting Buying Decision on Government Lottery Tickets, Satisfaction of Online Government Lottery

บทนำ

ในปัจจุบันการเสี่ยงโชคสำหรับสังคมไทยที่ได้รับความนิยมมีหลากหลายประเภท แต่ที่ได้รับความนิยมสูง และมีความแพร่หลายเป็นอย่างมาก คือ หวย หรือสลากกินแบ่ง ซึ่งคนในสังคมนิยมเสี่ยงโชคให้ ได้มาซึ่งเงิน โดยการเสี่ยงโชคมีช่องทางในการเสี่ยงโชคมีมากมายหลายช่องทาง ทั้งช่องทางที่ถูกกฎหมาย และช่องทางที่ผิดกฎหมาย ซึ่งปัจจุบันการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมายที่เห็นได้ชัดในสังคมไทย ก็คือการซื้อสลากรัฐบาล หรือสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งดำเนินการโดยหน่วยงานที่ชื่อว่า สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งเป็นหน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ และสลากกินแบ่งรัฐบาลถือเป็นธุรกิจที่ได้เอกสิทธิ์เพียงผู้เดียวจากรัฐบาล และเป็นสินค้าที่ต้อง ตามกฎหมาย โดยรายได้จากการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลนำส่งรัฐ เพื่อใช้ในการบริหารและพัฒนาประเทศ สลากกินแบ่งรัฐบาลนั้นอยู่คู่กับสังคมไทยมากกว่า 78 ปี โดยในปัจจุบันสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลจะพิมพ์ ตัวเลข 6 หลัก จำหน่ายเป็นใบละ 80 บาท และจะดำเนินการออกรางวัลในทุกวันที่ 1 และ 16 ของทุกเดือน ทั้งนี้ สลากกินแบ่งรัฐบาลถือเป็นเสี่ยงการโชคที่ถูกกฎหมาย หาซื้อสลากได้ง่าย โดยปัจจุบันยอดขาย ในปี พ.ศ.2566 ที่ผ่านมามียอดผู้ใช้งานเฉลี่ยต่อเดือน 20 ล้านคนต่อเดือน มียอดขายรวมทั้งปี พ.ศ.2566 37,310,648,091 บาท และมีจำนวนสลากกินแบ่งรัฐบาลที่ถูกรางวัล 6,575,597 รางวัล (สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล, 2566)

การจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นการจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย โดยมีนโยบายไม่รับการค้า สลากเมื่อจำหน่ายไม่หมด ตัวแทนจำหน่ายจึงมีกลยุทธ์ในการจำหน่ายที่ผิดไปจากข้อตกลงกับสำนักงาน เช่น การจำหน่ายสลากเกินราคา การรวมชุดเพื่อเพิ่มมูลค่าสลาก และดึงดูดความต้องการของผู้ซื้อ เพื่อเป็นการแก้ปัญหาดังกล่าว รัฐบาลจึงมีโครงการหน่วยช่องทางออนไลน์ขึ้นมา คือ "สลากดิจิทัล" สลากกินแบ่งรัฐบาล ลอตเตอรี่ 80 บาท สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งเริ่มจำหน่ายตั้งแต่

วันที่ 2 มิถุนายน 2565 ผ่านแอปพลิเคชัน เป๋าตัง ทั้งนี้ สลากดิจิทัล ยังเป็นการทางเลือกของผู้ซื้อ คือ แค่ทำการสแกนเลขสลากเลือกได้เลยจะซื้อกี่ใบรวมชุดเลขเดียวกันก็ใบก็ได้ในราคา 80 บาทต่อใบ ซึ่งเป็นการสะดวก ปลอดภัย น่าเชื่อถือ ไม่ต้องกังวลหากสลากหาย เพราะแอปพลิเคชันจะบันทึกข้อมูลไว้

ดังนั้น จากความสำคัญดังกล่าวทางคณะผู้จัดทำ จึงเกิดความคิดที่ศึกษาการศึกษาถึงปัจจัยในการซื้อและความพึงพอใจ ของผู้บริโภคเกี่ยวกับเรื่องราวของ “สลากดิจิทัล” เพื่อให้บุคคลทั่วไป และบุคคลที่ต้องการศึกษาได้ทราบถึงประวัติความเป็นมา รูปแบบ ประเภทและราคาของสลากดิจิทัล โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อที่ทางหน่วยงานของรัฐบาลจะได้ นำข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และความพึงพอใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลดิจิทัลในแอปพลิเคชัน เป๋าตัง ของคนทำงานในกรุงเทพฯ
2. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มคนวัยทำงานในกรุงเทพฯ ที่มีต่อความพึงพอใจต่อการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล แอปพลิเคชัน “เป๋าตัง”

สมมุติฐานงานวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ ระดับการศึกษา และอายุที่มีความแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการซื้อสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชันเป๋าตังที่แตกต่างกัน

กรอบแนวคิด

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และความพึงพอใจในการซื้อสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชัน “เป๋าตัง” ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ครั้งผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบ และเป็นแนวทางสำหรับ การศึกษา ครั้งนี้

ทฤษฎีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

Kotler (2003, p.200-209) ได้แบ่งขั้นตอนต่าง ๆ ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสามารถแบ่งเป็น 5 ขั้นตอนคือ (1) การตระหนักถึงความต้องการ (2) การค้นหาข้อมูลข่าวสาร (3) การประเมินทางเลือก (4) การตัดสินใจซื้อ และ (5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อเกิดขึ้นเป็นเวลานานกว่าจะตัดสินใจซื้อสินค้า

- 1) การตระหนักถึงความต้องการ หมายถึง ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ถึงความแตกต่างระหว่างความต้องการจริงกับความปรารถนา ซึ่งหากผู้บริโภคสามารถตัดสินใจได้แล้วว่าเป็นความต้องการที่แท้จริงที่ต้องการมี และใช้สินค้าหรือบริการนั้น จะนำไปสู่ขั้นต่อไป

2) การค้นหาข้อมูลข่าวสาร หมายถึง เมื่อผู้บริโภคได้รับการกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกว่าต้องการสินค้าหรือบริการจริง ผู้บริโภคจะเริ่มสืบค้นหาข้อมูล โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การค้นหาข้อมูลแบบธรรมดา เช่น การรับข้อมูลข่าวสารโดยไม่ได้ปิดกั้น และเกิดความสนใจรับฟังหรือรับสารนั้น และการค้นหาข้อมูลแบบกระตือรือร้น โดยการเร่งหาข้อมูลเพื่อต้องการรับข้อมูลข่าวสารที่มากขึ้น การรับข้อมูลข่าวสารทำได้จาก 4 แหล่ง ได้แก่ (1) ข้อมูลข่าวสารบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน และคนรู้จัก (2) แหล่งการค้า ได้แก่ ผู้แทนการขาย บริษัท องค์กรที่ต้องการขายสินค้าหรือบริการ (3) แหล่งชุมชน ได้แก่ สื่อสารมวลชน แหล่งข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ (4) แหล่งทดลอง ได้แก่ ผู้ที่มีประสบการณ์เคยใช้สินค้า หรือบริการ หรือการทดลองสินค้าและบริการนั้นเอง เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารที่ผู้บริโภคต้องการ

3) การประเมินทางเลือก หมายถึง ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารมาอย่างเพียงพอ เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบ สินค้าและบริการ และความเหมาะสมกับผู้บริโภค เพื่อนำข้อมูลนั้นมาตัดสินใจถึงความเหมาะสมในการซื้อ จำนวนในการซื้อ ขนาดในการซื้อ ต่อไป

4) การตัดสินใจซื้อ หมายถึง ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยได้รับอิทธิพลจากปัจจัยที่มาสอดแทรกการซื้อจากตัวแปรดังต่อไปนี้ (1) ทศนคติของบุคคลอื่น การรับรู้รับทราบ ทศนคติของผู้อื่นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคกำลังตัดสินใจซื้อ ซึ่งมีอิทธิพลทั้งในเชิงบวก ถ้าทศนคตินั้นเป็นไปในทิศทางบวก หรือมีผลในเชิงลบ หากทศนคตินั้น เป็นไปในทิศทางลบ หากทศนคติเป็นไปในทิศทางลบมาก การตัดสินใจซื้ออาจจะยกเลิก และย้อนกลับไปในช่วงตอนที่ 2 คือ การหาข้อมูลข่าวสารต่อไป (2) ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดไว้ล่วงหน้า เช่น ปัจจัยที่เกิดขึ้นมาฉุกเฉินโดยที่ผู้บริโภคไม่ได้วางแผนไว้ล่วงหน้า การตัดสินใจซื้ออาจจะยุติไป

5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ เป็นผลจากความคาดหวังเมื่อได้รับสินค้าหรือบริการเรียบร้อยแล้ว ผลการสินค้าและบริการตรงตามความคาดหวังหรือไม่ และมีการบริการหลังการขายตรงตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ การซื้อสินค้าและบริการอาจจะคาดหวังได้กับการได้รับสินค้า และมีสิ่งที่ได้รับตรงกับความต้องการ ซึ่งแตกต่างไปตามประเภทของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

ทฤษฎีพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด

แนวคิดการตลาดออนไลน์มีความแตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาด 4Ps โดยทั่วไป เพราะส่วนประสมการตลาดออนไลน์จะมีองค์ประกอบด้านการใช้งานอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีนักวิชาการได้สรุปแนวคิดการตลาดออนไลน์เอาไว้ดังนี้ (วิเชียร วงศ์นิชชากุล และคณะ; 2555; Kotler, 2000) ได้สรุปแนวคิดเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์ไว้ โดยอธิบายไว้ว่า องค์ประกอบสำคัญจากการตลาดเดิมที่มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยเพิ่ม 2 องค์ประกอบใหม่คือ 2P ได้แก่ การรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) และการให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) เพื่อสามารถใช้กับความสามารถทางเทคโนโลยีออนไลน์ในปัจจุบันผสมผสานกับ องค์ประกอบทางการตลาดแบบเดิม ทำให้เกิดองค์ประกอบการตลาดแบบใหม่ในรูปแบบส่วนประสมการตลาดออนไลน์ 6Ps

การศึกษาการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และความพึงพอใจในการซื้อสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชัน “เป่าตัง” ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีกรอบแนวคิดในการทำวิจัยโดยมีการกำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และความพึงพอใจในการซื้อสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชัน “เป่าตัง” ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุระหว่าง 20–60 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ

วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เจาะจงเฉพาะคนทำงานที่เคยซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชัน เป่าตัง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการสุ่มเก็บข้อมูลจากคณะผู้จัดทำในแต่ละพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีจับสลาก เพื่อเลือกเขตใน

กรุงเทพฯ 50 เขต ให้ได้ทั้งหมด 4 เขต จำนวนเขตละ 100 คน ได้แก่ เขตจตุจักร เขตดุสิต เขตปทุมวัน และเขตตลิ่งชัน เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่กระจายและหลากหลายอาชีพ และเมื่อพิจารณาแบบสอบถามที่สมบูรณ์สามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้ 370 คน วิเคราะห์รวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และความพึงพอใจการซื้อสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชัน “เป่าตัง” ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) และการแจกแบบสอบถามโดยการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง (Paper Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากประชากรตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ด้านข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยในการซื้อสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชันเป่าตัง

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการเลือกซื้อสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชันเป่าตัง

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ทดสอบความเที่ยงตรงแบบสอบถาม (Validity) ประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ซึ่งดำรงตำแหน่งอาจารย์ประจำหลักสูตร บธ.บ. บริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ แขนงวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม โดยวิธีการตรวจสอบ ดังนี้ วิธี IOC: Item Objective Congruence Index (Rovinelli & Hambleton, 1977) การวิเคราะห์ความสอดคล้องของแบบสอบถามกับตัวชี้วัด ประเมินจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พบว่า ข้อคำถามส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ ที่สอดคล้อง และเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของหัวข้องานวิจัย มีค่า IOC ในภาพรวมอยู่ที่ 0.66

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

มีการเก็บรวบรวมข้อมูลหรือแบบสอบถามสถานที่ต่าง ๆ ของเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะเป็นกลุ่มทำงานในช่วงเดือน มกราคม – กุมภาพันธ์ 2566 ช่วงเวลา 09:00 – 17:00 น. โดยการทำการทดลองแจกแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่นอัลฟา (Alpha) .924 ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามโดยการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ซึ่งทางผู้วิจัยขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากผู้มีประสบการณ์จริงจากการซื้อสลากดิจิทัล ผ่านแอปพลิเคชัน เป่าตัง ของรัฐบาล ซึ่งมีข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยการซื้อ และความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน เป่าตัง โดยจะแจกจ่ายไปยังกลุ่มคนทำงานที่เคยใช้แอปพลิเคชัน เป่าตังในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เท่านั้น ในจำนวน 4 เขต ที่กำหนดไว้

รวบรวมแบบสอบถามมาจัดระดับข้อมูลอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ลักษณะแบบสอบถามใช้มาตรวัดแบบ Rating Scale 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ท (Likert's Scale) กำหนดให้คะแนนความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “เป่าตัง” ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ระดับน้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด ดังนี้

ระดับคะแนน 5 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง ระดับมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง ระดับปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง ระดับน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน “เป่าตัง” ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จะใช้ค่าเฉลี่ยเป็นตัวสถิติวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากผู้ตอบแบบสอบถามเกณฑ์การประเมินค่าวัดมีอยู่ 5 ระดับ ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจ

4.21 – 5.00 ความพึงพอใจมากที่สุด

3.41 – 4.20 ความพึงพอใจมาก

2.61 – 3.40 ความพึงพอใจปานกลาง

1.81 – 2.60 ความพึงพอใจน้อย

1.00 – 1.80 ความพึงพอใจน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลแบบสอบถามมาประมวลผ่านคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม ทางสถิติเพื่อการคำนวณค่าสถิติในงานวิจัย โดยมีขั้นตอนและวิธีวิเคราะห์ข้อมูล โดยสถิติพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าฐานนิยม ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ใช้ค่าสถิติ ค่าร้อยละ และค่าฐานนิยม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการซื้อ ใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจ ใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติอ้างอิง T – test และ F – test ทดสอบ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และความพึงพอใจการซื้อสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชัน “เป่าตัง” ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มคนวัยทำงานในกรุงเทพฯ ที่มีต่อความพึงพอใจในสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชันเป่าตัง การซื้อ สลากดิจิทัล ของกลุ่มคนวัยทำงานในกรุงเทพฯ โดยมีประชากรในการวิจัย คือ กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งพื้นที่ และเจาะจงจำนวน 370 คน ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ตั้งแต่ “1 มกราคม ถึง 28 กุมภาพันธ์ 2566”

งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และความพึงพอใจการซื้อสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชัน “เป่าตัง” ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมด 370 คน ส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 57.80 และเป็นชาย ร้อยละ 42.20 ส่วนใหญ่อายุเฉลี่ยที่ 30-39 ปี ร้อยละ 40.00 รองลงมา

อายุ 21-29 ปี ร้อยละ 29.50 และอายุ 40-49 ปี ร้อยละ 20.00 ระดับการศึกษาเฉลี่ยที่ปริญญาตรี ร้อยละ 53.80 รองลงมามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 18.60 และอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 15.90 ซึ่งมีสถานภาพโสด ร้อยละ 64.60 รองลงมาสถานภาพสมรส ร้อยละ 30.30 และสถานภาพหย่าร้าง ร้อยละ 5.10 เป็นพนักงานเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 41.90 รองลงมาอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 19.50 และธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 14.10 มีรายได้ต่อเดือนมากที่สุดอยู่ที่ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 44.30 รองลงมาได้ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 28.40 และรายได้ 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 11.40

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชันเป่าดังมากที่สุด เป็นเพราะราคาถูก ร้อยละ 26.50 รองลงมาเพราะอยากรวย ร้อยละ 21.90 และชอบเสี่ยงโชค ร้อยละ 20.00 ความถี่ในการซื้อสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชันเป่าดัง บ้างเป็นบางครั้ง ร้อยละ 45.70 รองลงมาซื้อเฉพาะมีเลขที่ต้องการ ร้อยละ 37.80 และซื้อทุกงวดที่เริ่มขาย ร้อยละ 10.50 มีเทคนิคหรือหลักในการซื้อสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชันเป่าดัง โดยการแปลจากความฝัน ร้อยละ 29.50 รองลงมาจากข่าวลือ ความเชื่อ และแหล่งใบหวยหรือสลาก ร้อยละ 19.50 และซื้อจากเลขอะไรก็ได้ที่เหลื ร้อยละ 17.80 ในด้านจำนวนในการซื้อสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชันเป่าดัง จำนวน 1-5 ใบ ต่องวด ร้อยละ 77.80 รองลงมาจำนวน 6-10 ใบ ต่องวด ร้อยละ 17.30 และจำนวน 21 ใบขึ้นไป ร้อยละ 2.40 ในด้านงบประมาณในการซื้อสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชันเป่าดัง จำนวน 80-400 บาท ต่องวด ร้อยละ 67.30 รองลงมาจำนวน 480-800 บาท ต่องวด ร้อยละ 20.30 และจำนวน 880-1,200 บาท ต่องวด ร้อยละ 2.40 ในด้านระยะเวลาการซื้อสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชันเป่าดัง ล่วงหน้าก่อนวันประกาศผลรางวัล 10 วัน ร้อยละ 21.10 รองลงมาซื้อวันรุ่งขึ้นหลังประกาศผลรางวัล ร้อยละ 18.40 และซื้อก่อนล่วงหน้าก่อนวันประกาศผลรางวัล 1 วัน ร้อยละ 13.80 ส่วนใหญ่ซื้อตามความสะดวก เวลาไหนก็ได้ ร้อยละ 59.70 รองลงมาซื้อช่วงเวลา 06.00-12.00 น. ร้อยละ 15.40 และซื้อช่วงเวลา 12.01-18.00 น. ร้อยละ 14.10 ในด้านหลังจากซื้อสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชันเป่าดัง ผู้ตอบแบบสอบถามจะกลับมาซื้ออีกครั้งขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ร้อยละ 71.60 รองลงมาไม่ซื้อเลย ร้อยละ 13.80 และไม่ซื้อจากแอปพลิเคชันเป่าดัง แต่ไปซื้อจากแอปพลิเคชันแทน ร้อยละ 5.90 ในด้านที่มาของเงินในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล มีรายได้จากเงินเดือน/รายได้ประจำ ร้อยละ 57.60 รองลงมาเป็นเงินที่เหลือหลังหักค่าใช้จ่ายทั้งหมด ร้อยละ 28.10 และจากเงินเก็บ ร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ในด้านราคาของสลากดิจิทัลต่อหน่วย มีค่าเฉลี่ย 4.46 รองลงมาเป็นความง่ายต่อการขึ้นเงินรางวัล มีค่าเฉลี่ย 4.39 และความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้มีค่าเฉลี่ยที่ 4.32 ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ในด้านความสะดวกในการชำระเงิน มีค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมาเป็นแอปพลิเคชันเป่าดังที่มีขั้นตอนการเลือกซื้อสลากดิจิทัลสะดวกและเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.39 และขั้นตอนการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน เป่าดัง มีค่าเฉลี่ยที่ 4.32 ความพึงพอใจในด้านกระบวนการบริการจัดการแอปพลิเคชันอยู่ในเกณฑ์ดีมาก ในด้านความพร้อมของแอปพลิเคชัน เป่าดัง มีค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมาเป็นแอปพลิเคชันมีความดึงดูด ความน่าสนใจ

ในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.14 และการแนะนำขั้นหรือวิธีการใช้งานของหน่วยงานของรัฐ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.08 ในด้านความสะดวกในการใช้เทคโนโลยี มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในความพร้อมของโทรศัพท์มือถือ ในการเข้าถึงแอปพลิเคชัน เป่าตัง มีค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมาเป็นด้านการใช้งานร่วมกับระบบปฏิบัติการอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ย 4.24 และความเสถียรของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตกับแอปพลิเคชัน เป่าตัง ค่าเฉลี่ยที่ 4.18 ความพึงพอใจในด้านความพร้อมของแอปพลิเคชัน เป่าตัง ในด้านการเก็บรักษา สลากดิจิทัลที่ได้ทำการซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.48 รองลงมาเป็นการตรวจรางวัล และการขึ้นเงิน มีค่าเฉลี่ย 4.47 และการหาตัวเลขที่ต้องการซื้อ ในแต่ละครั้ง ค่าเฉลี่ยที่ 4.32 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า เพศชายและเพศหญิงผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชัน เป่าตัง พบว่าโดยรวมไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชัน เป่าตัง พบว่า โดยรวมไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยต่างกันในช่วงความถี่ในการซื้อ งบประมาณในการซื้อแต่ละงวด ซึ่งจะสัมพันธ์กับงบประมาณในการซื้อ และช่วงเวลาในการซื้อสลากดิจิทัล บนแอปพลิเคชัน เป่าตัง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า อายุที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชัน เป่าตัง พบว่า โดยรวมไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลสรุปบทความวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และความพึงพอใจการซื้อสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชัน “เป่าตัง” ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มประชากรส่วนใหญ่ทั้งด้าน เพศ ระดับการศึกษาและอายุ ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่า แอปพลิเคชัน เป่าตัง นั้นเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคที่นิยมเสี่ยงโชคด้วยการเล่นสลากกินแบ่งรัฐบาลดิจิทัล ซึ่งประชากรส่วนใหญ่ ยอมรับกับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน “เป่าตัง” ที่สามารถใช้งานได้ตลอดเวลา และมีรูปแบบการใช้งานที่เข้าใจง่าย ทั้งการเสริชหาตัวเลขที่ต้องการหรือการเติมเงิน และกระทั้งการขึ้นเงินรางวัล จึงทำให้มีระดับความพึงพอใจสูงต่อแอปพลิเคชัน เป่าตัง เนื่องจากปัจจุบันพฤติกรรมทางเลือกซื้อของผู้บริโภคเปลี่ยนไป เริ่มนิยมการจับจ่ายผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น อีกทั้ง แอปพลิเคชัน เป่าตัง สามารถควบคุมราคาได้ ทำให้ราคาสลากดิจิทัลถูกกว่าซื้อตามแผงท้องตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ปัจจัยการซื้อสินค้าออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านค้าของผู้บริโภคซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัทธพร คำใส (2565) ที่สรุปว่าสินค้าที่เลือกซื้อบนช่องทางออนไลน์ เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกร้านค้าออนไลน์คือการสื่อสาร ปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญเรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด คือ ปัจจัยราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ด้านการบริการหน่วยงานของรัฐควรมีการแนะนำระบบปฏิบัติการในการใช้งาน เนื่องจาก อาจจะมีกลุ่มคนที่ยังไม่มีความคุ้นเคยในระบบ และยังไม่มีความเชื่อมั่นในการใช้งานแอปพลิเคชัน
2. ด้านคุณภาพแอปพลิเคชัน เป้าตั้ง ควรมีความเสถียรใช้งาน ไม่ติดขัด การพัฒนาโครงข่ายพื้นฐาน ด้านสัญญาณอินเทอร์เน็ต หรือสัญญาณไวไฟ ให้ครอบคลุมทั่วถึง เป็นสิ่งสำคัญ สลากดิจิทัลเป้าตั้ง ขึ้นอยู่กับหน่วยงานของรัฐ
3. แอปพลิเคชัน “เป้าตั้ง” ควรเพิ่มอรรถประโยชน์ให้สามารถใช้งานได้หลากหลาย ให้เชื่อมโยงในการเข้าถึงการทำธุรกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับหน่วยงานของรัฐได้
4. หน่วยงานที่รับผิดชอบให้บริการ ควรจัดสรรสลากดิจิทัลบนแอปพลิเคชันเป้าตั้ง ได้อย่างเหมาะสมกับความต้องการของประชาชน
5. นโยบายอื่น ๆ ของหน่วยงานรัฐ ที่ออกมาภายหลังควรใช้แอปพลิเคชัน เป้าตั้ง เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และการพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีความมั่นคง และต่อเนื่องต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- พัชรพร คำใส (2565). ปัจจัยการซื้อสินค้าออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านค้าของผู้บริโภค. [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ]. มหาวิทยาลัยมหิดล
- วิเชียร วงศ์นิชชากุล, ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว และโชติรส กมลสวัสดิ์. (2555). *หลักการตลาด*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพฯ
- สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล. (2566, 31 ธันวาคม). ข้อมูลยอดขายสลากกินแบ่งรัฐบาลในแอปพลิเคชัน เป้าตั้งพ.ศ.2566. <https://www.glo.or.th/glo-news/detail/8d62f950-be5b-4532-a7bc-522c572b1e4a>
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management* (11th ed). Upper Saddle River. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management* (The millennium ed.). Prentice Hall International.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Tijdschrift voor Onderwijsresearch*, 2(2), 49–60.