

## การศึกษาพฤติกรรมและระดับการยอมรับในบริการสลากออมสินดิจิทัล ผ่าน MyMo ของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

เมษา เบ็ญจกุล\*

ผศ. ดร.อดิสร่า พงศ์ยี่หล้า\*\*

### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินพิเศษดิจิทัล ผ่าน MyMo ตลอดจนศึกษาพฤติกรรมที่มีผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินพิเศษดิจิทัล ผ่าน MyMo งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากผู้ใช้บริการสลากออมสินพิเศษดิจิทัล ผ่าน MyMo ของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินสาขา ในเขตพญาไทกรุงเทพมหานคร มาประมวลผลด้วยโปรแกรมทางสถิติ t-test และ One-way ANOVA

จากการศึกษาทางด้านประชากรศาสตร์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-40 ปีสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือนที่ มากกว่า 50,000 บาท ข้อมูลด้านพฤติกรรม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้งานผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือระบบปฏิบัติการ iOS โดยมีจำนวนเงินในการทำธุรกรรมต่อครั้ง 5,100 – 10,000 บาท มีความถี่ในการใช้งานจำนวน 1-3 ครั้งต่อเดือน โดยจะเลือกทำธุรกรรม ในช่วงเวลา 12.01-18.00 น. วัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อออมเงิน รับทราบข้อมูลการให้บริการ จากการแนะนำของเจ้าหน้าที่ธนาคาร ผลการวิเคราะห์ระดับการยอมรับบริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo มีความคิดเห็นการยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านความสามารถในการทดลองก่อนใช้ (Triability) และด้านประโยชน์หรือข้อดีของนวัตกรรม (Relative advantage) เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านความซับซ้อนของนวัตกรรม (Complexity) ด้านความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน (Compatibility) และด้านความสามารถสังเกตเห็นผลที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน (Observability) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าเพศและอายุของผู้ใช้บริการสลากออมสินพิเศษดิจิทัลผ่าน MyMo ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินพิเศษดิจิทัลผ่าน MyMo ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน ของผู้ใช้บริการสลากออมสินพิเศษดิจิทัล ผ่าน MyMo ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินพิเศษดิจิทัล ผ่าน MyMo แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และพบว่า การทดสอบ ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมทุกด้าน ทั้งด้านความสามารถในการทดลองใช้ก่อนจะได้รับการยอมรับ (Trialability), ความซับซ้อนของนวัตกรรม (Complexity), สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน (Compatibility), ประโยชน์หรือข้อดีของนวัตกรรม (Relative advantage) และความสามารถสังเกต เห็นผลที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน (Observability) ส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 1. บทนำ

ปัจจุบันโลกได้ก้าวสู่ยุคดิจิทัลอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ดังนั้นเทคโนโลยีและการสื่อสารจึงเข้ามามีบทบาทต่อประชาชนในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา การทำงาน และด้านอื่น ๆ โดยการใช้เทคโนโลยีและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงข้อมูลในรูปแบบดิจิทัล เพื่อจะได้ติดต่อสื่อสารได้อย่างทั่วถึง สะดวก และรวดเร็ว ส่งผลให้ผู้ประกอบการทุกแขนงต่างเร่งพัฒนาธุรกิจของตนให้มีความทันสมัย ทั้งนี้รวมถึงสถาบันการเงินที่นำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาระบบ เพื่อให้มีความทันสมัย รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในยุคดิจิทัล โดยธนาคารพาณิชย์ได้นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงินเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งธนาคารแห่งประเทศไทยได้ประกาศให้ธนาคารพาณิชย์สามารถทำธุรกรรมผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตได้ (Internet Banking) ส่งผลให้เริ่มมีการพัฒนารูปแบบการบริการมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็น การตรวจสอบบัญชีของตนเอง การโอนเงิน การชำระค่าสาธารณูปโภค การชำระค่าบริการต่างๆ สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร เผยแพร่การเติบโตของผู้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในประเทศไทยระหว่างปี 2557 - 2561 สรุปแนวโน้ม รายละเอียดดังนี้

การใช้งานคอมพิวเตอร์มีแนวโน้มลดลง โดยในทางกลับกันใช้งานอินเทอร์เน็ตและการใช้งานโทรศัพท์มือถือ กลับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทิศทางเดียวกัน การใช้งานอินเทอร์เน็ต และการใช้งานโทรศัพท์มือถือเพิ่มขึ้นเรื่อยๆอย่างต่อเนื่อง และการใช้งานโทรศัพท์มือถือก็ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน และจากสถิติของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า แนวโน้มการใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Financial Service) จำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Financial Service) มีการขยายอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการ

ขยายของจำนวนบัญชีซึ่งผลมายังปริมาณรายการและมูลค่าของรายการให้มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกัน

เนื่องด้วยธนาคารออมสินเล็งเห็นถึงแนวโน้มพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป โดยนิยมทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางระบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ธนาคารออมสินได้เปิดตัวระบบบริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Financial Service) โดยให้ชื่อว่า MyMo (My Money My Mobile) เป็นแอปพลิเคชันที่ถูกออกแบบมาให้ใช้งานง่าย และมีฟังก์ชันครอบคลุมการทำธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลาย ที่สำคัญระบบมีความปลอดภัย และมีประสิทธิภาพสูง นอกจากนี้บริการ MyMo ของธนาคารออมสินสร้างความแตกต่างโดยการเพิ่มสลากออมสินดิจิทัล ในชื่อ สลากออมสินดิจิทัล (Digital Salak) ซึ่งถือเป็นการบริการที่ธนาคารออมสินให้บริการแตกต่างจากธนาคารอื่นอย่างเห็นได้ชัด ถือเป็นการอำนวยความสะดวกและเพิ่มช่องทางการให้บริการใหม่ให้กับลูกค้า โดยปัจจุบันธนาคารออมสินได้ให้บริการสลากออมสิน 2 แบบ คือ สลากออมสินดิจิทัล อายุ 3 ปี และสลากออมสินดิจิทัล อายุ 1 ทั้งนี้ ธนาคารออมสินได้มีเป้าหมายในการทำให้จำนวนผู้ใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยการพัฒนาความสามารถใหม่ ๆ เพื่อให้ครอบคลุมและตอบโจทย์ความต้องการมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาพฤติกรรมและการยอมรับในบริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร เพื่อจะได้ทราบและเข้าใจถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรม และระดับการยอมรับของผู้ใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo และนำผลการศึกษาดังกล่าว มาเป็นข้อมูลให้กับธนาคารออมสิน เพื่อนำไปวางแผนกำหนดกลยุทธ์ และพัฒนาระบบ การให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับสภาวะการแข่งขันในด้านการบริการได้อย่างเหมาะสม เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมที่มีผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

### 3. สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 (H1) ลักษณะประชากรศาสตร์ ที่ต่างกันมีระดับการยอมรับในการเลือกใช้ บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 (H2) พฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีระดับการยอมรับในการเลือกใช้ บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo แตกต่างกัน

### 4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. สามารถเข้าใจถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อระดับการยอมรับในบริการ สลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ของผู้ให้บริการธนาคารออมสิน สาขาในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร
2. สามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมการใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ของ ผู้ให้บริการธนาคารออมสินสาขาในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร
3. สามารถเข้าใจถึงระดับการยอมรับในบริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ของ ผู้ให้บริการธนาคารออมสินสาขาในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร
4. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ในการให้บริการสลา กออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ของผู้ให้บริการธนาคารออมสิน
5. ใช้ข้อค้นพบเป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานของสลากออมสิน ดิจิทัลผ่าน MyMo ให้สอดคล้องกันความต้องการของผู้ใช้งาน

### 5. ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านประชากรผู้ให้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ของผู้ให้บริการ ธนาคารออมสินสาขาในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร ประชากรในการวิจัย มีจำนวน 12,590 คน
2. ขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษาน าการออมสินสาขาในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร
3. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษาเดือนตุลาคม 2562 ถึงเดือนพฤศจิกายน 2562
4. ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งการศึกษาการศึกษาพฤติกรรมและระดับการยอมรับใน บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ของผู้ให้บริการธนาคารออมสินสาขาในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

## 6. ระเบียบวิธีวิจัย

เนื่องจากงานวิจัยเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้การวิจัยโดยวิธีสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยจึงเลือกเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเพื่อทราบข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามตามประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ จำนวนทั้งหมด 5 ข้อคำถาม ซึ่งข้อมูลในลักษณะนี้ คือ ข้อมูลเท็จจริง ซึ่งในแบบสอบถาม ข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบ 2 คำตอบ จำนวน 1 ข้อคำถาม และคำถามหลายคำตอบให้เลือกตอบ จำนวน 4 ข้อ คำถาม แต่ละข้อมีระดับการวัดข้อมูล ดังนี้

เพศ (Nominal Scale) อายุ (Nominal Scale) ระดับการศึกษาสูงสุด (Nominal Scale) รายได้ต่อเดือน (Ordinal Scale) อาชีพ เป็นสเกลนามกำหนด (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2: เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมในการใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ได้แก่ ระบบปฏิบัติการที่ใช้ ช่องทางในการเข้าใช้บริการ จำนวนเงินในการทำธุรกรรม ความถี่ในการเลือกใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการเลือกใช้บริการ และแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักบริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo จำนวนทั้งหมด 7 ข้อคำถาม และเป็นคำถามหลายคำตอบให้เลือกตอบ แต่ละข้อมีระดับการวัดข้อมูลเป็นสเกลนามกำหนด (Nominal Scale)

ส่วนที่ 3: เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงระดับการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo กับแนวคิดและทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม (DOI) เป็นการใช้อยู่แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ ปัจจัยที่ใช้วัด มีทั้งหมด 5 ด้าน ประกอบไปด้วยความสามารถในการทดลองใช้ก่อนจะได้รับการยอมรับ (Trialability) ความซับซ้อนของนวัตกรรม (Complexity) ความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน (Compatibility) ประโยชน์หรือข้อดีของนวัตกรรม (Relative advantage) และความสามารถสังเกตเห็นผลที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน (Observability) โดยมีระดับการวัดข้อมูลเป็นอัตราภาคชั้น (Interval Scale) โดยให้เลือกตอบได้เพียงข้อเดียวมี 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีกำหนดการให้คะแนนดังนี้

คะแนน	ระดับการยอมรับ
5	ระดับการยอมรับมากที่สุด
4	ระดับการยอมรับมาก
3	ระดับการยอมรับปานกลาง
2	ระดับการยอมรับน้อย
1	ระดับการยอมรับน้อยที่สุด

## 7. ผลการศึกษา

### ข้อมูลประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 30-40 ปีสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจซึ่งมีรายได้ต่อเดือนที่ มากกว่า 50,000 บาท

### พฤติกรรมการใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้งานผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือระบบปฏิบัติการ iOS โดยมีจำนวนเงินในการทำธุรกรรมต่อครั้ง 5,100 – 10,000 บาท มีความถี่ในการใช้งานจำนวน 1-3 ครั้งต่อเดือนโดยจะเลือกทำธุรกรรมในช่วงเวลา 12.01-18.00 น. วัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อออมเงินโดย ทราบข้อมูลการให้บริการจากการแนะนำของเจ้าหน้าที่ธนาคาร

### ระดับการยอมรับบริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo มีความคิดเห็นการยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ระดับมากที่สุด ซึ่งมีรายละเอียดแต่ละหัวข้อดังนี้

ด้านความสามารถในการทดลองใช้ก่อนจะได้รับการยอมรับ (Trialability) โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อแล้วพบว่า ข้อคำถามท่านมีความสนใจที่จะทดลองใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo มากที่สุด รองลงมาคือข้อคำถาม หลังจากทดลองใช้แล้ว ท่านมีความมั่นใจที่จะใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ข้อคำถามภาพลักษณ์ของธนาคารออมสิน ทำให้เกิดความมั่นใจการเลือกที่จะทดลองใช้บริการบริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ข้อคำถามบริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo มีการบริการให้ทดลองใช้ เพื่อประกอบการตัดสินใจตามลำดับ และน้อยที่สุดคือข้อคำถาม บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo มีการบริการให้ทดลองใช้ เพื่อประกอบการตัดสินใจ

ด้านความซับซ้อนของนวัตกรรม (Complexity) โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อแล้ว พบว่า ข้อคำถาม บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ใช้งานเพียงไม่กี่ครั้ง ก็สามารถเกิดความชำนาญมากที่สุด รองลงมาคือข้อคำถาม บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ง่ายแก่ การเรียนรู้ในการใช้บริการข้อคำถาม ท่านใช้ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีในการใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ข้อคำถาม บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo มีเมนูคำสั่งเข้าใจได้ง่าย ตามลำดับ และน้อยที่สุดคือ ข้อคำถาม บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ง่ายต่อการใช้งาน

ด้านความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน (Compatibility) โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อแล้ว พบว่า ข้อคำถามท่านคิดว่าบริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo สามารถตอบสนองต่อผู้ที่ยังไม่เคยสมัครใช้บริการได้ดีมากที่สุด รองลงมาคือข้อคำถาม บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจของ ข้อคำถาม บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ทำให้การทำธุรกรรมทางการเงินของท่านเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว ข้อคำถาม บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของท่าน ตามลำดับ และน้อยที่สุดคือข้อคำถาม บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo สอดคล้องกับการทำธุรกรรมทางการเงินของท่านที่ผ่านมา

ด้านประโยชน์หรือข้อดีของนวัตกรรม (Relative advantage) โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อแล้ว พบว่า ข้อคำถามบริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo สร้างความพึงพอใจในการใช้บริการ มากที่สุด รองลงมาคือข้อคำถาม บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo สามารถช่วยเพิ่มความสะดวกในการรับบริการมากยิ่งขึ้น ข้อคำถาม บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมทางการเงิน ข้อคำถาม บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ทำให้ผู้ใช้บริการมีภาพลักษณ์ที่ทันสมัย ตามลำดับ และน้อยที่สุดคือข้อคำถาม บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo สามารถทำให้ใช้เวลาในการทำธุรกรรมทางการเงินที่น้อยกว่าเดิม

ด้านความสามารถสังเกตเห็นผลที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน (Observability) โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อแล้ว พบว่า ข้อคำถาม บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo มีส่วนช่วยให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง มากที่สุด รองลงมาคือข้อคำถาม บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ทำให้มั่นใจในการใช้บริการมากขึ้น ข้อคำถาม หลังจากท่านใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ทำให้ท่านมั่นใจในความปลอดภัยของการทำธุรกรรมทางการเงิน ข้อคำถาม บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถ ทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่ทุกเวลา ตามลำดับ และน้อยที่สุดคือข้อคำถาม หลังจากท่านใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ทำให้ท่านมั่นใจในความถูกต้องของการทำธุรกรรมทางการเงิน

#### ผลทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลให้ระดับการยอมรับบริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

เพศที่แตกต่างของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ทุกด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อายุที่แตกต่างของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสิน ดิจิทัลผ่าน MyMo ทุกด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ระดับการศึกษาที่แตกต่างของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ด้านความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อาชีพที่แตกต่างของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ด้านความสามารถในการทดลองใช้ก่อนจะได้รับการยอมรับ และความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ด้านความซับซ้อนของนวัตกรรม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ระดับการยอมรับบริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ของผู้บริการธนาคารออมสินสาขาในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน พบว่า

ระบบปฏิบัติการที่มีความแตกต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ช่องทางในการเข้าใช้บริการที่มีความแตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จำนวนเงินในการทำธุรกรรมที่มีความแตกต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ด้านความซับซ้อนของนวัตกรรม และความสามารถสังเกตเห็นผลที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ความถี่ในการเลือกใช้บริการที่มีความต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ช่วงเวลาที่ใช้บริการที่มีความแตกต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ด้านประโยชน์หรือข้อดีของนวัตกรรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

วัตถุประสงค์ในการเลือกใช้บริการที่มีความต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักบริการที่มีความแตกต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ด้านความสามารถในการทดลองใช้ก่อนจะได้รับการยอมรับ และความสามารถสังเกตเห็นผลที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า การทดสอบความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศและอายุส่งผลให้การยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ไม่แตกต่างกัน ส่วนในด้านระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้ บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo แตกต่างกัน และพบว่า การทดสอบความแตกต่างระหว่าง พฤติกรรมทุกด้าน ทั้งด้านความสามารถในการทดลองใช้ก่อนจะได้รับการยอมรับ (Trialability), ความ ซับซ้อนของนวัตกรรม (Complexity), สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน (Compatibility), ประโยชน์หรือข้อดีของนวัตกรรม (Relative advantage) และความสามารถสังเกตเห็นผลที่เกิดขึ้นได้ อย่างชัดเจน (Observability) ส่งผลต่อ การยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 8. อภิปรายผลการศึกษา

ผู้วิจัยขอเสนอการอภิปรายผลตามสมมติฐานการวิจัยดังนี้

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีผลต่อการยอมรับในการใช้บริการสลากออมสินดิจิทัล ผ่าน MyMo ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 30-40 ปี สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท โดยด้านเพศและอายุส่งผลให้การยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินดิจิทัล ผ่าน MyMo ไม่แตกต่างกัน ส่วนในด้านระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ส่งผลต่อการยอมรับ ในการเลือกใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของศุภิสรา คุณ รัตน์ (2561) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่างกัน มีการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน Mobile Banking แตกต่าง กัน อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ต่างกันมีผลต่อการ ยอมรับในการใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าพฤติกรรมของ ผู้ใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ใช้งานด้วยระบบปฏิบัติการ iOS ผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Application) โดยจำนวน เงินในการทำธุรกรรม 5,100 – 10,000 บาท ต่อครั้ง ความถี่ในการใช้บริการ จำนวน 1 – 3 ครั้งต่อ เดือน ช่วงเวลาในการใช้บริการ 12.01 – 18.00 น. วัตถุประสงค์เพื่อออมเงิน รู้จักบริการจาก การแนะนำของเจ้าหน้าที่ธนาคาร ส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินดิจิทัล ผ่าน MyMo ในทุกด้าน แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันการชีวิตของแต่ละคนมักมี Lifestyle ที่ แตกต่างกัน ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้คนแต่ละคนจะมีระดับของการยอมรับเทคโนโลยีได้ต่างกัน ไม่สอดคล้อง

กับงานวิจัยของณัฐ ยงวัฒนา (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารออมสินในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าไม่มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี โดยเฉพาะที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินดิจิทัลของธนาคารออมสินในกรุงเทพมหานคร

3. ผลการศึกษาการระดับการยอมรับบริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ในทุกด้าน แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการมีความนิยม เชื่อมั่น และยอมรับในบริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo อย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากผู้คนในยุคปัจจุบันมีการใช้เครื่องมือดิจิทัล เพิ่มมากขึ้นในทุก ๆ ด้าน เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในชีวิตประจำวันมากขึ้น รวมทั้งเรื่องธุรกรรมทางการเงิน บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo จึงถือเป็นนวัตกรรมในยุคดิจิทัลที่รองรับการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยเฉพาะเรื่องการออมเงินให้กับผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี อีกทั้งมีเมนูคำสั่งที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจโดยผู้ใช้บริการสามารถออมเงินในรูปแบบสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ได้ทุกที่ทุกเวลา โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปธนาคาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภักดีจิรา นิลเกษม (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของลูกค้านักธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดปทุมธานี โดยเหตุผลที่ใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ต ที่มีปัจจัยด้านการยอมรับทางเทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก และผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่าส่วนการยอมรับ ทางเทคโนโลยีและทัศนคติมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

## 9. ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาพบว่าด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ไม่ว่าจะเป็นระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo จากข้อมูลดังกล่าวสามารถนำข้อมูลไปปรับปรุงรูปแบบการใช้งานให้มีความสอดคล้องกับความต้องการ เช่น สำหรับทางด้านอาชีพและรายได้ให้แอปพลิเคชันสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้บริการรูปแบบเมนูในการเข้าใช้บริการให้เหมาะสมกับการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของผู้ใช้แต่ละอาชีพและรายได้

2. จากการศึกษาพบว่าด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ส่งผลต่อการยอมรับในการเลือกใช้บริการนั้น จึงมีข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ ดังนี้

2.1 ให้ผู้พัฒนาระบบเน้นการพัฒนากระบวนการในส่วนของระบบปฏิบัติการ iOS เป็นหลักก่อนเนื่องจากมีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ต้องให้ระบบมีความเสถียรและสามารถตอบโจทย์ผู้ใช้บริการอย่างสูงสุด

2.2 มีการเผยแพร่ความรู้ด้านการออมเงินในรูปแบบสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ให้กับผู้ใช้บริการมากขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความรู้ความเข้าใจในคุณค่าแห่งการออมเงิน

โดยอาจเป็นในรูปแบบโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ หรือการจัดสัมมนาอบรมความรู้ในด้านดังกล่าวให้กับผู้ที่สนใจได้เข้าร่วมกิจกรรม

2.3 สำหรับช่องทางกรทราบบข้อมูลแอปพลิเคชันนั้นควรมีการจัดอบรมให้แก่พนักงาน เพื่อเพิ่มความรู้ในการใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo และนำความรู้ดังกล่าวไปแนะนำให้แก่ผู้ใช้งานต่อไป

3. จากการศึกษาพบว่า การยอมรับในการเลือกใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ระดับมากที่สุด ในทุก ๆ ด้านนั้น จึงขอเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ ดังนี้

3.1 ด้านความสามารถในการทดลองใช้ก่อนจะได้รับการยอมรับ (Triability) เนื่องจากผู้ใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo จำนวนมากให้ความสำคัญและเน้นการได้ทดลองใช้งานก่อนที่จะทำการตัดสินใจเลือกใช้บริการจริง เห็นควรมีการอบรมพนักงานให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการเข้าใช้งานบริการดังกล่าว เพื่อที่จะสามารถแนะนำและถ่ายทอดขั้นตอนการให้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้ความเข้าใจ สามารถเข้าใช้บริการและยอมรับการเลือกใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ได้เป็นอย่างดี

3.2 ความซับซ้อนของนวัตกรรม (Complexity) ให้ผู้พัฒนาระบบได้มีการเพิ่มรูปแบบของแอปพลิเคชัน MyMo ที่มีการง่ายในการเข้าใช้งานอยู่แล้ว ให้มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น มีความน่าเชื่อถือในการใช้งาน มีความเสถียร และสามารถตอบโจทย์ผู้ใช้บริการอย่างสูงสุดรวม

3.3 ความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน (Compatibility) ให้ผู้พัฒนาระบบได้มีการเพิ่มรูปแบบของแอปพลิเคชัน MyMo ให้เข้ากับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) การทำธุรกรรมที่ผ่านมา รวมทั้งการดำเนินเนินธุรกิจ ของกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความต้องการแตกต่างในแต่ละด้าน และเพื่อตอบสนองผู้ที่ไม่เคยใช้งาน ให้สามารถเลือกใช้บริการที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการของตัวเอง

3.4 ประโยชน์หรือข้อดีของนวัตกรรม (Relative advantage) ให้ผู้พัฒนาระบบได้มีการเพิ่มรูปแบบของแอปพลิเคชัน MyMo ให้มีรูปลักษณ์ที่ทันสมัยมีเอกลักษณ์ และเพิ่มประสิทธิภาพของการเข้าใช้บริการให้มีความสะดวกมากขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับรู้ถึงประโยชน์ของการทำธุรกรรมบริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo เกิดความพึงพอใจ และเข้าใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

3.5 ความสามารถสังเกตเห็นผลที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน (Observability) มีการมุ่งเน้นประชาสัมพันธ์พร้อมถ่ายทอดความรู้ เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับรู้และเกิดความมั่นใจในการใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ว่าเป็นบริการที่ใช้งานง่าย สะดวก และปลอดภัยสูง

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการในเขตพญาไท กรุงเทพมหานครเท่านั้น จึงอาจทำให้ผลในการศึกษาไม่สามารถสื่อความหมายได้ในภาพรวมของกลุ่มผู้ใช้บริการสลากออม

สินดิจิทัลผ่าน MyMo ของธนาคารออมสินได้ทั้งหมด ดังนั้นจึงควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังกลุ่มตัวอย่าง ในเขตพื้นที่อื่น ๆ เพิ่มเติมเช่นกลุ่มผู้ใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo ของธนาคารออมสินในเขตอื่น ๆ หรือพื้นที่ต่างจังหวัด

2. ควรศึกษาปัญหาที่ผู้ใช้บริการสลากออมสินดิจิทัลผ่าน MyMo พบในปัจจุบัน เพื่อให้ทราบปัญหาและข้อบกพร่องต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการ และนำข้อมูลไปดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาระบบให้ระบบมีประสิทธิภาพ และตรงความต้องการของผู้ใช้งานในยุคดิจิทัล

## 10. กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิลา พงศ์ยี่หล้า ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าแก่ผู้ทำการศึกษาในการให้คำแนะนำ และให้คำปรึกษา ตลอดทั้งให้ความช่วยเหลือแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อให้รายงานการศึกษาค้นคว้าทางอิสระฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้ทำการศึกษาขอกราบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้กรอกแบบสอบถามทุกท่านเพื่อให้รายงานฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ และขอขอบคุณคุณพ่อและคุณแม่ ที่ให้กำลังใจในการทำรายงานการวิจัยครั้งนี้มาโดยตลอดตั้งแต่ต้นจนสำเร็จ ธนาคารออมสินที่ให้ข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้ รวมถึงขอบคุณทุกท่านที่มีได้กล่าวนามมา ณ ที่นี้ ที่มีส่วนช่วยเหลือและเป็นกำลังใจรวมทั้งให้การสนับสนุนเป็นอย่างดีจนทำให้การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา รวมถึงผู้เขียนตำราเอกสาร บทความต่างๆ ที่ผู้ทำการศึกษาศึกษาค้นคว้าและนำมาอ้างอิงในรายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอขอบแต่ ผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพยิ่ง

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

#### หนังสือ

สุสา ชัยสุรัตน์. (2537). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: ภูมิบัณฑิตการพิมพ์.

พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2529). *เอกสารการสอนชุดวิชา พฤติกรรมผู้บริโภค หน่วยที่ 1-8*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สุดาพร กุณทลบุตร. (2549). *หลักการตลาด (สมัยใหม่)*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2538). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ บริษัท  
ธรรมสารจำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, งามอาจ ปทะวานิช,และปริญญา ลักษิตานนท์. (2546). *การบริหาร  
การตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท อิระฟิล์ม และโซเทก จำกัด

ศุภร เสรีรัตน์. (2540). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า

#### วิทยานิพนธ์

ภักจิรา นิลเกษม. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของลูกค้า  
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดปทุมธานี*. (รายงาน  
ผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อัญชลิกา พาภิรมย์. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการการทอธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์  
เคลื่อนที่ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่*.  
(รายงานผลการวิจัย). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จิวิธ อินทร์บำรุง. (2553). *ส่วนประสมทางการตลาดและทัศนคติของผู้ใช้บริการทางอินเทอร์เน็ต  
แบงก์กิ้ง บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม*. (สารนิพนธ์  
ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

นายณัฐ ยงวัฒนา. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารออมสิน  
ในกรุงเทพมหานคร*. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ:  
มหาวิทยาลัยสยาม.

ศุภิสรา คุณรัตน์. (2561). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน แอปพลิเคชัน  
Mobile Banking ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระ  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.

ธันว์รัฐ อิระวิทย์. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของ  
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)*. (วิทยานิพนธ์ศ.ม. เศรษฐศาสตร์),  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

#### สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ธนาคารออมสิน. (2562). 106ปีธนาคารออมสิน มากกว่าการธนาคารธนาคารเพื่อสังคม, สืบค้น 20  
กันยายน

2562. จาก. <https://www.gsb.or.th/about-us/history-bank.aspx>

## ภาษาต่างประเทศ

### BOOK

- Cronbach, L.J. (1990). *Essentials of psychological testing*. (5th ed.). New York: Harper & Row.  
pp. 202-204
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory (2nd ed.)*. New York: McGraw-Hill. Patrick, C., and Boon L.  
(2004). Social Support and Leaving Intention among Computer Professionals.  
*Information and Management*. 41 (3). 323-334.
- Rogers, Everett M.(2003). *Diffusion of Innovations. The Free Press*. New York. A division of  
Macmillanpublishing Co, Inc.

### ELETRONIC SOURCES

- Nippie. (2011). *Technology Acceptance Models*.September,10,2019 [https://de.wikipedia.org/ wiki/  
Technology\\_Acceptance\\_Model#/media/Datei:Technology\\_Acceptance\\_Model.png](https://de.wikipedia.org/wiki/Technology_Acceptance_Model#/media/Datei:Technology_Acceptance_Model.png)