

## มูลเหตุและผลกระทบเชิงพฤติกรรมที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

### CAUSES AND EFFECT OF THE LOTTERY BUYING BEHAVIOR AMONG THE FACTORY WORKERS IN OPERATION-LEVEL IN RAYONG PROVINCE

วนิดา ศรีเหนียง<sup>1</sup>

ธนภูมิ อติเวทิน<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษามูลเหตุและผลกระทบเชิงพฤติกรรมที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จำนวน 42 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ พนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการและเป็นผู้ที่ซื้อหรือเคยซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลทั้งเพศชายและเพศหญิงที่อาศัยอยู่ในจังหวัดระยอง จำนวน 442 คน

จากการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีสถานภาพสมรสได้สำเร็จการศึกษาอนุปริญญาหรือปวส. มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 12,001-14,000 บาท มีแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับสลากกินแบ่งรัฐบาลในด้านการเงิน ด้านความสนใจ อยู่ในระดับน้อย และด้านความคิดเห็น อยู่ในระดับปานกลาง มีทัศนคติโดยรวมต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่า นิยมซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจำนวน 1-3 ฉบับ มีความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 1-6 ครั้งต่อปี ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งประมาณ 100-500 บาท ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจากร้านค้าแผงลอยทั่วไป ซื้อในช่วงเวลาเช้าของวันที่ออกรางวัล สาเหตุหลัก ๆ คือ ต้องการถูกรางวัล และเป็นผู้ตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้วยตนเอง ในขณะที่ให้ความเห็นว่าผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยรวม อยู่ในระดับน้อย

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

1. ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านเหตุผลโดยรวม มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและไปในทิศทางเดียวกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
2. ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านอารมณ์โดยรวม มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำและไปในทิศทางเดียวกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01
3. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจโดยรวม มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและไปในทิศทางเดียวกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01
4. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นโดยรวม มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและไปในทิศทางเดียวกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ และความถี่ในการซื้อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

<sup>1</sup> ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

<sup>2</sup> อาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

5. ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกร่วมโดยรวม และด้านความตั้งใจในการซื้อโดยรวมมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

6. พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและไปในทิศทางตรงกันข้ามกับผลกระทบด้านการใช้จ่ายของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต และปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยเชิงปริมาณ ในขณะที่ในด้านผลกระทบ พบว่า พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมีผลกระทบต่อการใช้จ่ายของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยเชิงปริมาณ

**คำสำคัญ:** มูลเหตุการซื้อ ผลกระทบจากการซื้อ พฤติกรรมการซื้อ สลากกินแบ่งรัฐบาล

### Abstract

This research was aimed at studying causes and effect of the lottery buying behavior among the factory workers in operation-level in Rayong province using 2 types of research methodology. The first one was the quantitative research methodology collecting from 400 samples by questionnaire. The second one was the qualitative research methodology featuring in-depth interview with 42 informants. The total samples of the research were 442 operational industrial workers, both men and women, who lived in Rayong Province and used to buy lottery.

According to the quantitative research, most respondents were female, among 25-34 years old, held single marital status, graduated diplomas or high vocational certificates and had the average monthly income between 12,001-14,000 Baht. Their overall motivation in buying lottery was at moderate level. Lifestyles factors relating to lottery were at low level in terms of activity and interest and were at moderate levels in terms of opinion. Their overall attitudes towards lottery were at moderate level. As for their behavior of buying lottery, it was discovered that they usually bought 1-3 lotteries, and the frequency of purchase were 1-6 times per year. The costs per each purchase were approximately 100-500 Baht. Moreover, they usually bought lottery from general stalls, in the morning on the prize announcement day, main reason for buying was to win the prizes and they made decision to buy lottery by themselves. According to their opinions, the overall effects from buying of lottery were at low level.

The results from statistical testing were shown as followed:

1. The factor regarding motivation in terms of overall reason positively correlated at a low level with lottery buying behavior in terms of frequency of purchase, at 0.05 statistical level of significance.

2. The factor regarding motivation in terms of overall emotion positively correlated at a quite low level with lottery buying behavior in terms of frequency of purchase, at 0.01 statistical level of significance.

3. The factor regarding lifestyles in terms of overall interest positively correlated at a low level with lottery buying behavior in terms of cost of purchase, at 0.01 statistical level of significance.

4. The factor regarding lifestyles in terms of overall opinion positively correlated at a low level with lottery buying behavior in terms of amount of purchase and frequency of purchase, at 0.05 statistical level of significance.

5. The factor regarding attitudes towards lottery in terms of overall fondness and overall intention of purchase positively correlated at a low level with lottery buying behavior in terms of frequency of purchase, at 0.01 statistical level of significance.

6. The lottery buying behavior in terms of frequency of purchase negatively correlated at a low level with impact on spending, at 0.05 statistical level of significance.

The results from qualitative research methodology, it could be concluded that the factors regarding motivation, way of living and attitude towards lottery had an influence on the lottery buying behavior among the factory workers in operation-level in Rayong province, could support the findings from the quantitative research methodology. In terms of impact, it was discovered that the behavior of buying lottery affected the spending of the factory workers in operation-level in Rayong province, which was in accordance with the findings from the quantitative research methodology.

**Keywords:** Buying cause, Buying affected, Buying behavior, Lottery

## บทนำ

การเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมายและได้รับความนิยมเป็นอันดับแรก ๆ ในประเทศไทย คือ สลากกินแบ่งรัฐบาล (ลอตเตอรี่) ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล การออกสลากกินแบ่งรัฐบาลในประเทศไทยเริ่มมีขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 โดยมีฝรั่งชาวอังกฤษชื่อ “คูออล บาสเตอร์” เป็นผู้นำลักษณะการออกรางวัลสลากแบบยุโรป มาเผยแพร่เป็นคนแรก เรียกว่า “ลอตเตอรี่” จนถึงปัจจุบัน สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลได้ออกสลากกินแบ่งรัฐบาล ทุกวันที่ 1 และ 16 ของทุกเดือนรวม 24 งวดต่อหนึ่งปี จำนวนสลากทั้งสิ้น 72 ล้านฉบับ แบ่งเป็นสลากกินแบ่งรัฐบาล 50 ล้านฉบับ และสลากกาชาดพิเศษสภากาชาดไทย 22 ล้านฉบับ (สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล. 2555)

ในสังคมไทยการพนันหรือการเสี่ยงโชคนั้นเป็นส่วนหนึ่งของความบันเทิงแล้วยังจัดเป็นแหล่งสร้างรายได้ของรัฐบาลเพื่อสนับสนุนกิจการสาธารณะและเพื่อสังคม ในอดีตเคยมีการกำหนดให้การพนันเป็นสิ่งที่ถูกต้องตามกฎหมาย ตั้งแต่ในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น มีการสนับสนุนให้มีการพนันเพื่อการเก็บภาษีอากรบ่อนเบี้ย อากรหวย เป็นต้น ต่อมา การพนันมีพัฒนาการของรูปแบบที่มีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งผิดกฎหมายและถูกกฎหมาย ซึ่งสลากกินแบ่งรัฐบาลก็เป็น การพนันเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมายอย่างหนึ่งที่ได้รับนิยามในสังคมไทยอย่างมาก โดยวัตถุประสงค์ของสลากกินแบ่งฯ นำเงินที่ได้ไปช่วยเหลือสังคม นอกเหนือจากรายได้ที่แน่นอนที่ต้องส่งเข้ารัฐไม่ต่ำกว่า 28 เปอร์เซ็นต์ตามข้อกำหนดเพื่อเป็น งบประมาณแผ่นดินใช้ในการบริหารประเทศแล้ว ยังมีการแบ่งเงินช่วยเหลือสังคมในด้านการสาธารณสุขการพยาบาล การกีฬาและอื่น ๆ อีกมากมาย รวมทั้งเพื่อเป็นการคืนกำไรให้กับประชาชนที่ไม่ถูกสลากอีกด้วยใน โครงการ “CSR หรือ Corporate Social Responsibility การดำเนินโครงการรับผิดชอบต่อสังคม” (สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล. 2555) และจาก ผลสำรวจของเอแบคโพลล์ (นพดล วรรณิการ์. 2552) ในปี 2552 กรณี “หวย” ระบุว่า การเสี่ยงโชคและการพนันพบเห็นได้ อย่างกว้างขวางในสังคมไทยทั้งในเขตชนบทและในเมือง โดยส่วนใหญ่ 90% เห็นว่าการซื้อหวยเป็นเรื่องปกติธรรมดาใน สังคมไทย ถึงแม้ว่าในปัจจุบันราคาของสลากกินแบ่งรัฐบาลที่ขายตามท้องตลาดนั้นจะมีราคาเพิ่มสูงขึ้น ก็ยังพบว่ามีการซื้อ สลากฯ กันอย่างต่อเนื่อง

ในส่วนของจังหวัดระยองเป็นจังหวัดหนึ่งที่เป็นแหล่งอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศ จึงทำให้เกิด การอพยพเข้ามาในโรงงานอุตสาหกรรมและส่งผลให้จำนวนประชากรของจังหวัดระยองมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตาม การเติบโตของอุตสาหกรรม โดยเฉพาะแรงงานภาคอุตสาหกรรม จากอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรจึงทำให้เกิด ความหลากหลายของชุมชน สังคม และระดับรายได้ที่หลากหลายมากขึ้น และจากสภาวะเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ ตลอดเวลา ทำให้มีการแข่งขันมากขึ้นจากสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป ประชาชนมีค่าครองชีพที่สูงขึ้น มีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มมากขึ้น แต่กลับมีรายได้ที่ลดน้อยลงหรือคงที่ การเสี่ยงโชคในรูปแบบต่างๆ เช่น การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล การชิงโชค การเล่น หวยใต้ดิน เป็นต้น จึงเป็นทางเลือกหนึ่งของประชาชน และเป็นความคาดหวังที่จะทำให้เขามีรายได้เพิ่มขึ้น จากการลงทุน เพียงเล็กน้อย ซึ่งรูปแบบการเสี่ยงโชคที่น่าสนใจและสามารถเข้าถึงได้ง่ายที่สุดนั้นก็คือ สลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะมีขาย ทั่วไปสามารถหาซื้อได้ง่าย และเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย และจากรายงานผลการสำรวจสำนักงานวิจัยและพัฒนา ที่ได้จัดทำโครงการสำรวจพฤติกรรมความเสี่ยงโชคของคนไทย พบว่ามีสัดส่วนระหว่างผู้ที่ชอบเสี่ยงโชคและไม่ชอบเสี่ยงโชค ไกลเคียงกัน (ร้อยละ 50.4 และ 49.6 ตามลำดับ) ส่วนใหญ่เคยเสี่ยงโชค (ร้อยละ 84.5) โดยคนไทยเลือกเสี่ยงโชคประเภท สลากกินแบ่งรัฐบาลมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง (ร้อยละ 38) อันดับสองคือหวยใต้ดิน (34.4) รองลงมาได้แก่ ส่งชิงโชค/ ตอบ ปัญหาชิงรางวัล สลากออมสิน/สลาก รทส. (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร) และเล่นหุ้น ตามลำดับ โดยส่วน

ใหญ่มีความถี่ในการเสี่ยงโชคประมาณ 1 - 4 ครั้งต่อเดือน และมีค่าใช้จ่ายในการเสี่ยงโชคประมาณ 101 - 500 บาทต่อเดือน รองลงมาคือน้อยกว่า 100 บาท (ปัญหาสภาพพื้นที่เพื่อการวิจัยความเห็นสาธารณะแห่งประเทศไทย, 2552)

ดังนั้น การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา มูลเหตุและผลกระทบเชิงพฤติกรรมที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ในด้านแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล รูปแบบการดำเนินชีวิต ทักษะติดต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพื่อให้รัฐบาลได้รับข้อมูลด้านผลกระทบของผู้บริโภคที่เกิดจากการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อการตัดสินใจในการกำหนดนโยบายที่เหมาะสมมากยิ่งขึ้น และเพื่อเป็นข้อมูลให้แก่รัฐบาลสำหรับการพิจารณาการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวกับการพนันชนิดอื่นๆ ที่มีในประเทศไทย

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจด้านเหตุผลและอารมณ์ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยองกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็นของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยองกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์ ข้อมูลข่าวสาร ความรู้สึกชอบและความตั้งใจในการซื้อของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยองกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย สถานที่ซื้อ เวลาที่ซื้อ ปริมาณที่ซื้อ ความถี่ในการซื้อ จำนวนเงินในการซื้อต่อครั้งโดยประมาณ สาเหตุที่ซื้อ และผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านการออมและการใช้จ่ายในชีวิตประจำวันของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยองกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

### กรอบแนวคิดในการวิจัย ประกอบด้วย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยแรงจูงใจ รูปแบบการดำเนินชีวิต และทัศนคติ
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

### สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง
2. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง
3. ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง
4. พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการใช้จ่าย ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

## ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ Roger (1978, pp. 208 – 209 อ้างถึงใน สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, น. 122) ได้กล่าวถึง ทัศนคติไว้ว่า เป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่เกิดจากการประเมินสิ่งที่ได้รับรู้ ที่ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจและแสดงพฤติกรรมออกมา ซึ่งแต่ละบุคคลอาจจะมีการรับรู้และการตอบสนองต่อการสารที่ได้รับนั้นที่แตกต่างกันออกไป

**แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์** ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะอื่น ๆ (2541, น. 501) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ (Public relations: PR) หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การหรือผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชนต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารที่ดี การสร้างภาพพจน์ที่ดี การเป็นบริษัทที่ดี (Good corporate image) โดยการสร้างเหตุการณ์และเรื่องราวที่ดี การประชาสัมพันธ์ที่สำคัญประกอบด้วย สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Press relations) การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ (Product publicity) การประชาสัมพันธ์เพื่อสิ่งต่อไปนี้ 1) สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์การกับประชาชนทั่วไป 2) เผยแพร่ผลิตภัณฑ์ เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท 3) การติดต่อสื่อสารจะรวมการติดต่อสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท 4) คุ้มครองประชาชน เป็นความพยายามที่จะต่อต้านสิ่งที่ผิดกฎหมายและส่งเสริมการกินอยู่ดีของประชาชน 5) การแนะนำ เป็นการจัดหาคำแนะนำทั่ว ๆ ไปแก่บริษัทถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม สิ่งที่บริษัทควรทำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือการปรับปรุงการติดต่อสื่อสาร 6) การทำประโยชน์ให้กับสังคม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีเหล่านี้มาใช้เพื่อทำการศึกษถึงการรับรู้ที่ส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการซื้อของผู้บริโภค

**แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตั้งใจซื้อ** อุดลย์ จาตุรงค์กุล (2543: 169) กล่าวว่า เราสามารถคาดคะเนความตั้งใจที่พฤติกรรมได้จากทัศนคติรวมกับข้อพิจารณาอื่น ๆ ที่อาจจะเข้ามาเกี่ยวข้องในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง โดยเฉพาะ และแล้วเราสามารถทำการคาดคะเนพฤติกรรมได้จากความตั้งใจ ดังนั้น จึงเป็นที่ยอมรับกันว่าความตั้งใจเป็นตัวแปรต้นกลาง (Intervening Variables) ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรม แนวความคิดอันนี้เหมาะสมมากทีเดียวเนื่องจากว่าทัศนคติซึ่งเป็นองค์ประกอบของพฤติกรรมจะมีบทบาทก็ต่อเมื่อมีการเล็งหรือตระหนักถึงปัญหาและมีกิจกรรมในการแก้ปัญหาเกิดขึ้น ดังนั้น ทัศนคติในแง่ขององค์ประกอบของพฤติกรรมจะแสดงบทบาทออกมาในรูปแบบของความตั้งใจของผู้บริโภค

**แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค** Schiffman, & Kanuk (1987) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่าเป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้เป็นการศึกษาคัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเงิน เวลาและกำลังเพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ อันประกอบด้วย ข้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ซื้อเมื่อไรอย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน ดังนั้น ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจและทำการศึกษาดังกล่าวทำไมผู้บริโภคถึงเลือกที่จะซื้อสินค้าชนิดนั้น

**แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ** อุดลย์ จาตุรงค์กุล (2546, น. 141) ได้ให้อธิบายถึงการจูงใจว่าหมายถึง บางสิ่งบางอย่างภายในตัวบุคคล ซึ่งเป็นต้นเหตุให้เขาถือปฏิบัติ เคลื่อนไหว หรือประพฤติในลักษณะที่จะมุ่งไปสู่จุดหมายปลายทาง ดังนั้น การจูงใจอาจหมายถึง สิ่งกระตุ้นภายในตัวบุคคลที่มีอำนาจมากเพียงพอที่จะผลักดันบุคคลนั้นแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่เป็นอยู่ ทั้งนี้ก็เพื่อที่จะตอบสนองซึ่งจุดหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งแต่ละบุคคลอาจจะมีแรงจูงใจที่แตกต่างกันเพื่อตอบสนองความต้องการ ถึงแม้จะเป็นการซื้อสินค้าชนิดเดียวกันก็ตาม ดังนั้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดนี้เพื่อศึกษาแรงจูงใจกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

**แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต** ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541, น. 135) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หมายถึง รูปแบบของการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูปแบบของ 1) กิจกรรม (Activities) 2) ความสนใจ (Interests) 3) ความคิดเห็น (Opinions) ซึ่งรูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นกับวัฒนธรรม ชั้นของสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล นักการตลาดเชื่อว่า การเลือกผลิตภัณฑ์ของบุคคลขึ้นอยู่กับค่านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิต ซึ่งการศึกษาถึงลักษณะการดำเนินชีวิตทั้ง 3 ด้านนี้มีส่วนสำคัญในการกำหนดปัจจัยอิสระที่มีผลต่อการตอบสนองของผู้บริโภค การซื้อ ดังนั้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดนี้เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

**แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลกระทบ** Murphy, et al. (1981, pp. 253) กล่าวว่า ผลกระทบ หมายถึง ผลที่ตามมาจากผลงาน ผลผลิต หรือผลประโยชน์ในระดับต้น (Primary effects) ของแผนหรือโครงการ ผลกระทบอาจเป็นทั้งทางบวกและทางลบ และอาจเกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายและมีใช้กลุ่มเป้าหมายทั้งในปัจจุบันและอนาคตด้วย ผลกระทบเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้เสมอ ด้วยเหตุหลายอย่างหลายประการ โดยทั่ว ๆ ไปแล้วผลกระทบเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ที่เป็น

เหตุเป็นผลต่อการเปลี่ยนแปลงระดับประมไปสู่ระดับต่อไป ซึ่งในการศึกษารั้งนี้พฤติกรรมการซื้อเป็นเหตุที่จะทำให้เกิดผล ดังนั้น ในการศึกษารั้งนี้ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาถึงผลที่เกิดจากพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

สรารัตน์ บุญวงศ์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ที่มีอาชีพค้าขายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยมีพฤติกรรมการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลทุก ๆ งวด งวดละ 3 ฉบับโดยเฉลี่ยส่วนใหญ่จะเลือกซื้อสลากก่อนวันออกรางวัล 1-2 วัน และนิยมซื้อตามร้านขายทั่วไปมากที่สุด ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ลำดับที่หนึ่ง ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย/ สถานที่ มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.29 มีผลต่อการซื้อสลากในระดับมาก ได้แก่ การที่สามารถหาซื้อได้ง่าย รองลงมาคือ สถานที่จัดจำหน่ายมีเพียงพอต่อลูกค้า และมีการจัดจำหน่ายที่เพียงพอ ตามลำดับ ลำดับที่สองคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.89 มีผลในระดับมาก ประกอบด้วยขนาดของสลากมีความเหมาะสม พกพาสะดวก สามารถเลือกเลขได้ตามต้องการ ตามลำดับ ลำดับที่สามคือ ปัจจัยด้านนิสัย/ความชอบส่วนตัว โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.42 มีผลในระดับปานกลาง ประกอบไปด้วย อยากรวย รองลงมาคือชื่นชอบการเสี่ยงโชค เพื่อความสนุกสนาน สงสารคนขาย ซื้อตามคนอื่น ตามลำดับ และลำดับสุดท้าย ลำดับที่สี่คือ ปัจจัยด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.15 มีผลในระดับปานกลาง ประกอบด้วย จำนวนเงินรางวัลมีความหลากหลาย เงินรางวัลมีความเหมาะสมกับเลขที่ถูกราคาสลากมีความเหมาะสมกับเงินรางวัล ตามลำดับ

ชนุรักษ์ โชติกุล (2552) ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยกำหนดการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชนกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นเพศหญิงมากกว่าชาย อายุระหว่าง 26-35 ปี มากที่สุด เป็นโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับจ้างและพนักงานบริษัท มีรายได้หลังหักภาษีไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน มีสมาชิกในครอบครัวตามทะเบียนราษฎรไม่เกิน 3 คน พฤติกรรมการซื้อสลากคือ ซื้อเพราะอยากได้รางวัล และซื้อจากแผงลอยทั่วไป ไม่เลือกโอกาสที่ซื้อ ซื้อมากกว่า 3 เดือนครั้ง ระยะเวลาที่ซื้อไม่แน่นอน จะตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง ซื้องวดละ 2 ฉบับ ราคาเฉลี่ย 50 บาทต่อฉบับ และส่วนใหญ่จะซื้อไม่เกินงวดละ 100 บาท ส่วนผู้ที่ไม่ซื้อสลาก จะมีลักษณะไม่แตกต่างจากกลุ่มที่ซื้อข้างต้น โดยระบุสาเหตุที่ไม่ซื้อสลากว่ารายได้มีจำกัด

สังคีต พิริยะรังสรรค์ และคนอื่น (2546) ได้ทำการเปรียบเทียบโครงสร้างผู้เล่นการพนัน 4 ประเภท (สลากกินแบ่งรัฐบาล หวยใต้ดิน บ่อนการพนัน และการพนันฟุตบอล) ในด้านเพศ พบว่า ผู้เล่นสลากกินแบ่งรัฐบาลมีสัดส่วนใกล้เคียงกันระหว่างเพศหญิงและเพศชาย ขณะที่ผู้เล่นหวยใต้ดินเป็นหญิงมากกว่าชาย สัดส่วนเพศชายในกิจกรรมการพนันประเภทบ่อนการพนันเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 75 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 97 ในกรณีของการพนันฟุตบอล เห็นได้ว่าเพศหญิงมีแนวโน้มที่จะชอบการพนันที่เกี่ยวข้องกับการทายตัวเลข ขณะที่เพศชายมีแนวโน้มที่จะชอบการพนันที่ต้องอาศัยทักษะหรือความรู้ในการเล่นพนัน

## วิธีดำเนินการวิจัย

### วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ พนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการที่มีประสบการณ์การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลทั้งเพศชายและเพศหญิงที่อาศัยอยู่ในจังหวัดระยอง เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรไม่ทราบจำนวนประชากรในการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2545, น. 26) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 385 คน และเพิ่มจำนวนตัวอย่างอีก 15 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยเลือกจากเขตการปกครอง 8 อำเภอ โดยการจับฉลากเลือก 5 เขต ดังนี้ เมืองระยอง แกลง บ้านค่าย ปลวกแดง นิคมพัฒนา และกำหนดตัวอย่าง ในแต่ละเขตพื้นที่ในสัดส่วนที่เท่า ๆ กัน เขตละ 80 คน และใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience sampling) ในการเลือกตัวอย่าง จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาประยุกต์ใช้เป็นคำถามในแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close - ended question) โดยใช้คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) โดยเลือกตอบได้เพียงข้อเดียว จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close - ended question) โดยใช้คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) โดยเลือกตอบได้เพียงข้อเดียว จำนวน 8 ข้อ โดยแบ่งเป็นแรงจูงใจด้านเหตุผล 4 ข้อ และแรงจูงใจด้านอารมณ์ 4 ข้อ โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณ

คำตอบ (Rating scale method: Likert scale questions) ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตรภาคชั้น (Interval scale) มี 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้บริโภค จำนวน 10 ข้อ โดยใช้คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) โดยเลือกตอบได้เพียงข้อเดียว โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ (Rating scale method: Likert scale questions) ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตรภาคชั้น (Interval scale) มี 5 ระดับ

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้บริโภค มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close - ended question) โดยใช้คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) โดยเลือกตอบได้เพียงข้อเดียว จำนวน 21 ข้อ โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ (Rating scale method: Likert scale questions) ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตรภาคชั้น (Interval scale) มี 5 ระดับ

ตอนที่ 5 พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ เป็นลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open - ended question) จำนวน 3 ข้อ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio scale) และลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close - ended question) จำนวน 4 ข้อ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ตอนที่ 6 ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close - ended question) โดยใช้คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) จำนวน 11 ข้อ และมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close - ended question) โดยใช้คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) โดยเลือกตอบได้เพียงข้อเดียว จำนวน 8 ข้อ โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ (Rating scale method: Likert scale questions) ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตรภาคชั้น (Interval scale) มี 5 ระดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามครบตามจำนวนของขนาดตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการทำการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานประกอบด้วย การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) และสถิติสำหรับวิเคราะห์เชิงคุณภาพ สถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นรวมโดยใช้วิธีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ( $\alpha$  - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) โดยมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามดังนี้ ด้านปัจจัยแรงจูงใจเท่ากับ 0.722 ด้านปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตเท่ากับ 0.752 ด้านปัจจัยทัศนคติเท่ากับ 0.879 และด้านผลกระทบเท่ากับ 0.960

#### วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพในงานวิจัยนี้ โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเฉพาะผู้บริโภคที่เป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการที่มีประสบการณ์การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลทั้งเพศชายและหญิงที่อาศัยอยู่ในจังหวัดระยอง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ผู้ศึกษาทำการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างคำถามที่แน่นอน (Instructured interview) ซึ่งเป็นวิธีที่ไม่ได้กำหนดคำตอบไว้ตายตัว จึงสามารถปรับเปลี่ยนความยืดหยุ่นเพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ โดยมีประเด็นการสัมภาษณ์ดังนี้ ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล แรงจูงใจในการซื้อ รูปแบบการดำเนินชีวิต ทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล พฤติกรรมการซื้อ และผลกระทบที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ในการวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาจะทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเองโดยทำการจดบันทึกรายละเอียดและอาศัยแถบบันทึกเสียงในขณะที่สัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งที่เป็นข้อเท็จจริงและความคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูลเพื่อนำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคลด้วยตนเอง และผู้วิจัยจะนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นต่าง ๆ ในลักษณะการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical description) และจะเลือกนำเสนอข้อมูลเฉพาะเรื่องที่ทำการศึกษานั้น

#### ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิจัยจากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic)

วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2558

1. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีสถานภาพสมรสโสด สำเร็จการศึกษาอนุปริญญาหรือปวส. มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 12,001-14,000 บาท ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

ปัจจัยแรงจูงใจ	$\bar{X}$	(S.D.)	ระดับแรงจูงใจ
ด้านเหตุผลรวม	3.46	0.707	มาก
ด้านอารมณ์รวม	3.28	0.904	ปานกลาง
ปัจจัยแรงจูงใจโดยรวม	3.37	0.670	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 ระดับแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเหตุผล อยู่ในระดับมาก และด้านอารมณ์ อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต	$\bar{X}$	(S.D.)	ระดับความคิดเห็น
ด้านกิจกรรมรวม	2.59	1.013	น้อย
ด้านความสนใจรวม	2.59	0.930	น้อย
ด้านความคิดเห็นรวม	2.84	0.639	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม และด้านความสนใจ อยู่ในระดับน้อย และรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลที่ทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล	$\bar{X}$	(S.D.)	ระดับความคิดเห็น
ด้านประโยชน์รวม	3.03	0.653	ปานกลาง
ด้านข้อมูลข่าวสารรวม	3.07	0.870	ปานกลาง
ด้านความรู้สึกรวม	3.04	0.671	ปานกลาง
ด้านความตั้งใจในการซื้อ	3.02	0.766	ปานกลาง
ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยรวม	3.03	0.570	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 ทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านความรู้สึกรวม ด้านประโยชน์ ด้านความตั้งใจในการซื้อ อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4 แสดงข้อมูลพฤติกรรมกรซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลกับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

พฤติกรรมกรซื้อ	จำนวน (ฉบับ)	ความถี่ (ครั้ง)	ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง (บาท)	สถานที่ซื้อ	ช่วงเวลาการซื้อ	สาเหตุการซื้อ	ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
	1 - 3	1 - 6	100 - 500	ร้านค้าแผงลอยทั่วไป	ก่อนออกรางวัล 1 วัน	ต้องการถูกรางวัล	ตนเอง
ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล				มีผลกระทบน้อย			

จากตารางที่ 4 พฤติกรรมกรซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมกรเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจำนวน 1-3 ฉบับ ความถี่ในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 1-6 ครั้งต่อปี ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อโดยเฉลี่ย 100-500 บาทต่อวง นิยมเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจากร้านค้าแผงลอยทั่วไป ซึ่งส่วนใหญ่จะเลือกซื้อในช่วงเวลาเช้าของวันออกรางวัล โดยสาเหตุหลักในการเลือกซื้อ คือ ต้องการถูกรางวัล และ ตนเอง คือ ผู้มีอิทธิพลต่อการ



ตัดสินใจซื้อมากที่สุด ด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่า ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยรวม อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.49

**ผลการวิจัยจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential statistic)**

ตารางที่ 5 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง กับพฤติกรรมกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

ปัจจัยแรงจูงใจ	พฤติกรรมกรรมการซื้อ	r	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านเหตุผลโดยรวม	ปริมาณในการซื้อ	0.022	0.657	ไม่มีความสัมพันธ์
	ความถี่ในการซื้อ	0.118	0.018	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
	จำนวนเงินในการซื้อ	0.010	0.838	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านอารมณ์โดยรวม	ปริมาณในการซื้อ	-0.021	0.670	ไม่มีความสัมพันธ์
	ความถี่ในการซื้อ	0.333 <sup>**</sup>	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ
	จำนวนเงินในการซื้อ	-0.007	0.890	ไม่มีความสัมพันธ์
ปัจจัยแรงจูงใจโดยรวม	ปริมาณในการซื้อ	-0.003	0.958	ไม่มีความสัมพันธ์
	ความถี่ในการซื้อ	0.287 <sup>**</sup>	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ
	จำนวนเงินในการซื้อ	0.001	0.989	ไม่มีความสัมพันธ์

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 ปัจจัยแรงจูงใจโดยรวม มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ และไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมกรรมการซื้อ ด้านความถี่ในการซื้อ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเหตุผลโดยรวม มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมกรรมการซื้อ ด้านความถี่ในการซื้อ ด้านอารมณ์โดยรวม มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำและไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมกรรมการซื้อ ด้านความถี่ในการซื้อ และแรงจูงใจด้านเหตุผล และด้านอารมณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการซื้อ ด้านปริมาณการซื้อ และด้านจำนวนเงินในการซื้อ

ตารางที่ 6 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง กับพฤติกรรมกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต	พฤติกรรมกรรมการซื้อ	r	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านกิจกรรมโดยรวม	ปริมาณในการซื้อ	0.047	0.350	ไม่มีความสัมพันธ์
	ความถี่ในการซื้อ	0.071	0.155	ไม่มีความสัมพันธ์
	จำนวนเงินในการซื้อ	0.037	0.456	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านความสนใจโดยรวม	ปริมาณในการซื้อ	0.032	0.518	ไม่มีความสัมพันธ์
	ความถี่ในการซื้อ	0.032	0.518	ไม่มีความสัมพันธ์
	จำนวนเงินในการซื้อ	0.168 <sup>**</sup>	0.001	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ด้านความคิดเห็นโดยรวม	ปริมาณในการซื้อ	0.109	0.030	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
	ความถี่ในการซื้อ	0.121	0.016	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
	จำนวนเงินในการซื้อ	0.079	0.114	ไม่มีความสัมพันธ์
ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม	ปริมาณในการซื้อ	0.137 <sup>**</sup>	0.006	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
	ความถี่ในการซื้อ	0.088	0.078	ไม่มีความสัมพันธ์
	จำนวนเงินในการซื้อ	0.113	0.024	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2558

จากตารางที่ 6 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการซื้อ ด้านปริมาณในการซื้อ และจำนวนเงินในการซื้อ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านความสนใจโดยรวม มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการซื้อ ด้านจำนวนเงินในการซื้อ ด้านความคิดเห็นโดยรวม มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการซื้อ ด้านความถี่ในการซื้อ และด้านปริมาณการซื้อ ด้านกิจกรรมโดยรวม และด้านความสนใจโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อ ด้านปริมาณการซื้อ และด้านความถี่ในการซื้อ และด้านกิจกรรมโดยรวม และด้านความคิดเห็นโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อ ด้านจำนวนเงินในการซื้อ

ตารางที่ 7 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

ปัจจัยทัศนคติ	พฤติกรรมการซื้อ	r	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านประโยชน์โดยรวม	ปริมาณในการซื้อ	0.025	0.616	ไม่มีความสัมพันธ์
	ความถี่ในการซื้อ	0.036	0.470	ไม่มีความสัมพันธ์
	จำนวนเงินในการซื้อ	0.063	0.210	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านข้อมูลข่าวสารโดยรวม	ปริมาณในการซื้อ	-0.071	0.155	ไม่มีความสัมพันธ์
	ความถี่ในการซื้อ	0.066	0.186	ไม่มีความสัมพันธ์
	จำนวนเงินในการซื้อ	-0.046	0.358	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านความรู้สึกชอบโดยรวม	ปริมาณในการซื้อ	-0.052	0.298	ไม่มีความสัมพันธ์
	ความถี่ในการซื้อ	0.166 <sup>**</sup>	0.001	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
	จำนวนเงินในการซื้อ	-0.015	0.766	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านความตั้งใจซื้อโดยรวม	ปริมาณในการซื้อ	0.016	0.757	ไม่มีความสัมพันธ์
	ความถี่ในการซื้อ	0.140 <sup>**</sup>	0.005	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
	จำนวนเงินในการซื้อ	0.030	0.546	ไม่มีความสัมพันธ์
ปัจจัยทัศนคติโดยรวม	ปริมาณในการซื้อ	-0.023	0.645	ไม่มีความสัมพันธ์
	ความถี่ในการซื้อ	0.143 <sup>**</sup>	0.004	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
	จำนวนเงินในการซื้อ	0.013	0.798	ไม่มีความสัมพันธ์

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 ปัจจัยทัศนคติโดยรวม มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการซื้อ ด้านความถี่ในการซื้อ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทัศนคติ ด้านความตั้งใจในการซื้อโดยรวม และด้านความรู้สึกชอบโดยรวม มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการซื้อ ด้านความถี่ในการซื้อ ทัศนคติ ด้านประโยชน์โดยรวม ด้านข้อมูลข่าวสารโดยรวม ด้านความรู้สึกชอบโดยรวม และด้านความตั้งใจซื้อโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณในการซื้อ ทัศนคติ ด้านประโยชน์โดยรวม และด้านข้อมูลข่าวสารโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ และทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์โดยรวม ด้านข้อมูลข่าวสารโดยรวม ด้านความรู้สึกชอบโดยรวม และด้านความตั้งใจซื้อโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ

วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2558

ตารางที่ 8 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล กับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านการใช้จ่าย

พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการใช้จ่ายโดยรวม		
	r	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ปริมาณการซื้อ	0.058	0.248	ไม่มีความสัมพันธ์
ความถี่ในการซื้อ	-0.124	0.013	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
จำนวนเงินในการซื้อ	0.094	0.060	ไม่มีความสัมพันธ์

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และไปในทิศทางตรงกันข้ามกับผลกระทบด้านการใช้จ่ายของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง และพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านปริมาณในการซื้อ และด้านจำนวนเงินในการซื้อ ไม่มีความสัมพันธ์ กับผลกระทบด้านการใช้จ่ายของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

**ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ**

1. ลักษณะส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 26 คน และเพศชาย 14 คน อายุระหว่าง 25-34 ปี รองลงมา 35-44 ปี และ 45-54 ปี และ 15-24 ปี ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด รองลงมาสมรส มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นและอนุปริญญา / ปวส. รองลงมามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และปริญญาตรี ตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001-10,000 บาท รองลงมา 14,001-16,000 บาท 10,001-12,000 บาท 12,001-14,000 บาท 16,001 บาท ขึ้นไป และต่ำกว่า 8,000 บาท ตามลำดับ

2. แรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล จากการสัมภาษณ์ แรงจูงใจด้านเหตุผล แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความมั่นใจในสลากกินแบ่งรัฐบาลเพราะเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมายมีการคุ้มครองสิทธิที่มีความน่าเชื่อถือ และยังหาซื้อได้ง่าย ซึ่งเหตุผลเหล่านี้เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ในส่วนของแรงจูงใจด้านอารมณ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจที่หลากหลาย ซึ่งแรงจูงใจที่สำคัญของการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ ต้องการเงินรางวัล และความชอบในการเสี่ยงโชค นอกจากนี้การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลนั้นเพื่อความสนุกสนานมากกว่า แต่ก็ยังมีความหวังในเงินรางวัลเล็กน้อย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยอมรับว่าโอกาสในการถูกรางวัลมีน้อย แต่เขาก็ยังชอบที่จะเสี่ยงโชค

3. รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม จากการสัมภาษณ์พบว่า โดยส่วนใหญ่จะมีกิจกรรมหลักที่คล้ายคลึงกันคือ การพูดคุยแลกเปลี่ยนกับคนรอบข้างก่อนทำการซื้อเสมอ ทั้งกับคนในครอบครัว เพื่อนฝูง หรือกับพ่อค้าแม่ค้าสลากตามสถานที่ที่เขาเลือกที่จะทำการซื้อ กลุ่มตัวอย่างบางคนเคยมีประสบการณ์การหาเลขดังจากสิ่งที่เขาเชื่อหรือศรัทธา ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนขึ้นอยู่กับความเชื่อและมุมมองของแต่ละบุคคล และนอกเหนือจากนั้นส่วนใหญ่มักจะเคยเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่น เช่นการซื้อหวยใต้ดิน

ด้านความสนใจ กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจกับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการเสี่ยงโชคเพื่อให้ได้มาซึ่งตัวเลข หรืออาจจะเป็นการให้ความสนใจในหลักการหรือวิธีการหาเลขที่แตกต่างกันไปของแต่ละคน ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะให้ความสนใจกับสิ่งใกล้ตัวของพวกเขา อาทิเช่น ให้ความสนใจกับสื่อต่างๆ เช่น ข่าวทางทีวี หนังสือ หรือแม้กระทั่งสื่อออนไลน์ต่างๆ

ด้านความคิดเห็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างอยากให้มีการควบคุมราคาขาย หรือการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเสี่ยงโชคให้เกิดความแปลกใหม่ที่น่าสนใจมากขึ้น เพื่อเป็นการกระตุ้นให้คนหันมาสนใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมากกว่าการซื้อหวยใต้ดิน จะเป็นการช่วยให้เงินเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจได้มากขึ้น

4. ข้อมูลทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ของสลากกินแบ่งรัฐบาล ผู้ให้สัมภาษณ์มีทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลที่หลากหลาย โดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นไปในทางเดียวกันก็คือ มองว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการสนับสนุนให้ประชาชนเสี่ยงโชคอย่างถูกกฎหมาย และยังทำให้เกิดประโยชน์ต่อรัฐบาลเกิดเงินหมุนเวียน สามารถนำเงินจากการขายไปเป็นส่วนในการพัฒนาสังคม ทำให้เกิดอาชีพเกิดการกระจายรายได้

ด้านข้อมูลข่าวสาร การรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างไม่ค่อยมีความสนใจหรือติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งส่วนใหญ่จะให้ความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับความโปร่งใสของผลการออกรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล และกลุ่มตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์ทั้งกลุ่มที่มีความมั่นใจและไม่มีความมั่นใจในความโปร่งใสของกระบวนการออกรางวัล โดยจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความมั่นใจว่า การออกรางวัลมีความโปร่งใส ซึ่งได้ให้เหตุผลว่า เขาคิดว่าทางกองสลากมีกระบวนการออกรางวัลที่เป็นระบบ และยังมี การถ่ายทอดสดการออกรางวัล จึงทำให้เขามั่นใจได้ว่าผลที่ออกมานั้นน่าเชื่อถือได้ สำหรับกลุ่มที่ไม่ค่อยมั่นใจในความ โปร่งใสของการออกรางวัลนั้น ได้ให้เหตุผลว่า เขารู้สึกว่าเลขที่ออกนั้นมีการนอกเหนือ ๆ กันในหลาย ๆ จุด และเขามองว่าการล็อกเลขที่เคยเกิดขึ้นมาแล้ว และคิดว่ามันก็น่าจะทำได้อีก แต่เขาก็ยังคงเลือกที่จะเสี่ยงโชคด้วยวิธีนี้อยู่แม้ว่าจะ ไม่ค่อยมั่นใจในความโปร่งใสของการออกรางวัลสลากก็ตาม

ด้านความรู้สึกชอบต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบที่จะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพราะ หารซื้อได้ง่ายและสะดวก และมีความน่าเชื่อถือเพราะเป็นของรัฐบาล ซึ่งมีกฎหมายคุ้มครอง

ด้านความตั้งใจในการซื้อ พบว่า โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจที่จะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อการเสี่ยง โชค เพราะเงินรางวัลที่นำสนใจ และสลากกินแบ่งรัฐบาลหารซื้อได้ง่าย และเป็นทางเลือกสำหรับกลุ่มคนที่ชื่นชอบการเสี่ยง โชคที่จะการเสี่ยงโชคแบบถูกกฎหมาย

5. ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อจำนวน 2 ฉบับต่อครั้ง รองลงมา 1 ฉบับต่อ ครั้ง และ 3 ฉบับขึ้นไป ตามลำดับ ความถี่ในการซื้อส่วนใหญ่ซื้อ 1-6 งวด รองลงมา 7-12 งวด 19-24 งวด และ 13-18 งวด ตามลำดับ จำนวนเงินในการซื้อโดยประมาณส่วนใหญ่ 100-200 บาท รองลงมา 201-300 บาท และ 301 บาทขึ้นไป ตามลำดับ แหล่งจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยส่วนใหญ่ซื้อจากร้านค้าแผงลอยทั่วไป รองลงมา คนเดินเร่ขาย และ คนพิการ ตามลำดับ ช่วงเวลาในการซื้อโดยส่วนใหญ่ซื้อ ก่อนออกรางวัล 1-2 วัน รองลงมา ก่อนออกรางวัล 3-5 วัน ก่อน ออกรางวัล 1 สัปดาห์ และเช้าของวันออกรางวัล ตามลำดับ สาเหตุหลักในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลส่วนใหญ่ซื้อ เพราะ อยากรู้ออกรางวัล รองลงมา เพื่อความสนุกสนาน ชอบเสี่ยงโชค และทำการกุศล/ช่วยเหลือผู้พิการ ตามลำดับ ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่คือ ตัวเอง รองลงมา พนักงานขาย ครอบครัว และเพื่อน ตามลำดับ

6. ข้อมูลผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการออม พบว่าพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมี ทั้งส่งผลกระทบและไม่ส่งผลกระทบต่อกรออม โดยให้เหตุผลว่า การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของเขานั้น ไม่ได้เกิดการซื้อ เป็นประจำ นานๆ ซื้อที และปริมาณในการซื้อแต่ละครั้งของเขาไม่ได้ซื้อจำนวนมาก ดังนั้น การซื้อในแต่ละครั้งของพวกเขา นั้นจึงไม่ได้ทำให้เกิดผลกระทบต่อกรออมเงินของเขา สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีผลกระทบด้านการออมจากการซื้อสลากกิน แบ่งรัฐบาล ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่า ผลกระทบที่เกิดขึ้นส่งผลทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อ สลากกินแบ่งรัฐบาลของเขาในครั้งต่อไป หรือความถี่ในการซื้อของเขาจะต้องมีการซื้อที่น้อยลง ซึ่งจากการปรับเปลี่ยน พฤติกรรมการซื้อนี้อาจจะไม่ได้ส่งผลทำให้ปริมาณการออมของเขาเพิ่มขึ้น แต่ก็เป็นการทำให้เขามีเงินสำหรับการใช้จ่าย ในส่วนอื่น ๆ ที่เพิ่มมากขึ้นแทน

ด้านการใช้จ่าย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่าพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลไม่ได้ส่งผลกระทบต่อ การใช้จ่ายในชีวิตประจำวันของพวกเขา โดยกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ได้ให้เหตุผลว่า การซื้อของเขานั้นซื้อเพื่อความสนุกสนาน มากกว่า และไม่ได้ซื้อในจำนวนที่เยอะจนทำให้เขาเดือดร้อน สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีผลกระทบด้านการใช้จ่ายใน ชีวิตประจำวันจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ได้ให้เหตุผลว่า ราคาสลากกินแบ่งรัฐบาลในปัจจุบันมีราคา สูง ดังนั้น การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของเขาในแต่ละครั้งนั้น เขาก็ต้องมีการลดปริมาณการใช้จ่ายในส่วนอื่น ๆ ลง

## สรุปและอภิปรายผล

1. แรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยแรงจูงใจด้านเหตุผลโดยรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งอาจเพราะประชาชนสามารถที่จะซื้อ สลากกินแบ่งรัฐบาลได้สะดวก รวมทั้งสลากกินแบ่งรัฐบาลคือการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมายจึงทำให้ประชาชนมีความมั่นใจ และเลือกที่จะซื้อมากกว่าการเสี่ยงโชคแบบอื่น ซึ่งสอดคล้องกับ พิบูล ที่ปะปาล (2545, น. 156-159) กล่าวถึงแรงจูงใจที่เกิด จากเหตุผล (Rational buying motives) ว่าเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการใคร่ครวญพิจารณาของผู้ซื้อที่มีเหตุผลก่อนว่า ทำให้จริงซื้อสินค้าชนิดนั้น เช่น ความเชื่อถือได้ ความประหยัด ประสิทธิภาพและสมรรถภาพในการใช้ ความทนทาน และ ความสะดวกในการใช้ เมื่อเขาทำการพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ แล้วจะทำการเลือกซื้อสินค้าชนิดนั้น

2. รูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยองโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง จากรูปแบบการดำเนินชีวิตที่หลากหลาย จึงทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีกิจกรรมความสนใจและความคิดเห็นในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้เนื่องจากความหลากหลายของสังคมและบุคคลโดยรอบ อีกทั้งประสบการณ์การเสี่ยงโชคของแต่ละคนจึงส่งผลทำให้เกิดพฤติกรรมความเสี่ยงโชคที่หลากหลายเช่นกัน เช่น การพูดคุยแลกเปลี่ยนกับคนรอบข้างหรือคนขาย การให้ความสนใจกับหลักการหรือวิธีการหาเลขเด็ด ซึ่งสอดคล้องกับ เอ็นเจอร์แบคควิล และมิเนียด (Engel, J.F., Blackwell, R.D., & P.W. Miniard, 1993) ให้คำจำกัดความของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นไว้ว่าความคิดเห็น เป็น "คำตอบ" ของแต่ละบุคคลในการตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นซึ่งเปรียบเสมือนเป็น "คำถาม" ในลักษณะของการตีความ ความคาดหวัง และการประเมินผล เช่น ความหวังเหตุการณ์ในอนาคต และการประเมินผลดีและผลเสียของการเลือกที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

3. ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย ด้านประโยชน์ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านความรู้สึกชอบ และด้านความตั้งใจในการซื้อ อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นข้อเดียวที่ประชาชนมีทัศนคติอยู่ในระดับมาก คือ ด้านความรู้สึกชอบเพราะสลากกินแบ่งเป็นการเสี่ยงซื้อที่ถูกกฎหมาย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการให้ข้อมูลข่าวสารในการดำเนินงานของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลตามช่องทางต่าง ๆ ยังไม่เพียงพอ หรืออาจจะไม่เข้าถึงประชาชนกลุ่มนี้มากนัก ที่จะทำให้ประชาชนเกิดความมั่นใจ และเห็นถึงประโยชน์ของการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล และหากประชาชนได้รับข้อมูลเพิ่มเติมจะทำให้ประชาชนเกิดทัศนคติที่ดีต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชญาธิษฐ์ เมธาธนโชติ (2546) ได้ศึกษาเรื่อง ทศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสลากออมมิติ 2 ตัวและ 3 ตัว ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ผลการวิจัยพบว่า ทศนคติที่มีต่อสลากออมมิติ 2 ตัวและ 3 ตัวของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านความรู้สึกชอบ และด้านความตั้งใจในการซื้อ อยู่ในระดับปานกลาง

4. พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ส่วนใหญ่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 1-3 ฉบับ โดยใน 1 ปี ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 1-6 ครั้ง ค่าใช้จ่ายในการซื้อ ประมาณ 100-500 บาท ส่วนมากซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจากร้านค้าแผงลอยทั่วไป ซึ่งจะซื้อในช่วงเวลาเช้าของวันที่ออกรางวัล มีสาเหตุหลัก ๆ คือ อยากรูกรางวัล และตนเองเป็นคนตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสรารัตน์ บุญวงศ์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ที่มีอาชีพค้าขายในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่องวด 1-3 ฉบับ และซื้อจากร้านแผงขายทั่วไป และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพรรณิการ์ รัตนกุล (2547) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อสลากเลขท้ายของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการซื้อสลากเลขท้ายเพราะอยากรูกรางวัล

5. ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง จากการศึกษาพบว่า ด้านการใช้จ่ายมีผลกระทบในระดับต่ำ ทั้งนี้อาจเพราะกลุ่มตัวอย่างมีการกำหนดขอบเขตของความเสี่ยงโชคของตนเอง เพื่อไม่ทำให้ตนเองได้รับผลกระทบมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับ เมอร์ฟี และอาร์เตอร์ (Murphy, & Others, 1981, pp. 253) ที่กล่าวว่า ผลกระทบเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้เสมอ ด้วยเหตุหลายอย่างหลายประการ โดยทั่วไปแล้วผลกระทบเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ที่เป็นเหตุเป็นผลต่อการเปลี่ยนแปลงระดับประดมไปสู่ระดับต่อ ๆ ไป

6. ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านเหตุผล ด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความถี่ในการซื้อ จากงานวิจัยพบว่า ผู้บริโภคเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพราะสามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวกว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่น ๆ ต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน และต้องการถูกรางวัล ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคนมีพื้นฐานความต้องการที่แตกต่างกัน เนื่องจากฐานะที่แตกต่างกันจึงทำให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อที่แตกต่างกัน บางคนอาจต้องการซื้อเพื่อหาความสนุกสนานหรือบางคนต้องการที่จะซื้อเพื่อหวังเงินรางวัลเป็นหลัก สอดคล้องกับ พิบูล ที่ปะปาล (2545, น. 156-159) กล่าวถึงแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล (Rational buying motives) ว่าเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการพิจารณาของผู้ซื้อที่มีเหตุผลก่อนหน้า ทำให้ไม่ซื้อสินค้าชนิดนั้น เช่น ความเชื่อถือได้ (Dependability) เป็นแรงจูงใจในการซื้อที่มีความสำคัญมากอย่างหนึ่ง และความสะดวกในการใช้ (Convenience) เป็นการซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยคำนึงถึงความสะดวกสบายและประหยัดเวลาในการใช้ เป็นต้น แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ (Emotion buying motive) ว่าต้องการอนุโลมคล้ายตามผู้อื่น (Conformity) พวกนี้จะรอคอยคนอื่นซื้อก่อน หรือซื้อตามบุคคลที่มีชื่อเสียงที่ชื่นชอบ และต้องการความสำราญเพลิดเพลินใจ (Entertainment

and pleasure) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากผู้ซื้อต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน เป็นต้น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุจจาทา สมประสงค์ (2542) พบว่า มวลเหตุจูงใจที่ประชาชนเล่นการพนันมากที่สุด คือ อายากร่ำรวย รองลงมา คือ เป็นการเล่นเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน

7. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความคิดเห็น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ และความถี่ในการซื้อ ทั้งนี้เนื่องมาจากสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นสินค้าที่หาซื้อได้ง่าย มีขายทั่วไปจึงทำให้ง่ายต่อการที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อ ซึ่งเมื่อเกิดความสะดวกสบายก็ทำให้โอกาสในการซื้อสินค้าชนิดนั้นได้ในปริมาณที่มากขึ้นหรือบ่อยครั้งขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับ เอ็นเจอร์ แบลคเวลล์ และมินิเยด (Engel, Blackwell, & Miniard, 1993) ให้คำจำกัดความของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นไว้ว่าความคิดเห็น เป็น “คำตอบ” ของแต่ละบุคคลในการตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นซึ่งเปรียบเสมือนเป็น “คำถาม” ในลักษณะของการตีความ ความคาดหวัง และการประเมินผล เช่น ความหวังเหตุการณ์ในอนาคต และการประเมินผลดีและผลเสียของการเลือกที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ ทั้งนี้เพราะ เมื่อผู้บริโภคที่มีประสบการณ์การเสี่ยงโชคอยู่แล้วจึงนำมาสู่การสนใจหาข้อมูล และในปัจจุบันสื่อออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้นจึงทำให้การสื่อสารมีความสะดวกมากขึ้น มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Engel, Blackwell, & Miniard (1993) ที่ให้คำจำกัดความของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ว่าเป็น ความสนใจในบางวัตถุประสงค์บางสถานการณ์หรือบางเรื่อง ซึ่งหมายถึง ระดับความตื่นตัวที่เกิดขึ้นพร้อมกับความเอาใจใส่เป็นพิเศษ หรือความเอาใจใส่แบบต่อเนื่อง

8. ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกรับชอบ ด้านความตั้งใจในการซื้อ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความถี่ในการซื้อ ทั้งนี้เพราะสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมายและมีกรมคุ้มครองสิทธิตามกฎหมาย จึงสามารถทำให้ผู้บริโภคให้ความสนใจมากกว่าการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่น อีกทั้งความหลากหลายของตัวเลข ความสะดวกสบายของสลากกินแบ่งรัฐบาลทั้งการหาซื้อ การตรวจรางวัล และการรับเงินรางวัลจึงทำให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อบ่อยครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ ออดุลย์ จาตุรงค์กุล และตลยา จาตุรงค์กุล (2546, น. 131) ที่ได้กล่าวไว้ว่าทัศนคติในทางที่ดีจะก่อให้เกิดความโน้มเอียงกับผู้บริโภคที่จะปฏิบัติหรือมีปฏิกริยาในทางที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ ทัศนคติในทางที่ไม่ดี จะก่อปฏิกริยาในทางตรงกันข้าม คือ จะมีความโน้มเอียงที่จะไม่ปฏิบัติต่อวัตถุระดับที่เขาไม่พอใจ เช่นเดียวกับผลงานวิจัยข้างต้น ถ้าผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมีทัศนคติในทิศทางที่ดี พวกเขาจะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มขึ้นหรือเกิดการซื้อซ้ำอีกครั้ง

9. พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง โดยพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านความถี่ในการซื้อ มีความสัมพันธ์กับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการใช้จ่าย ทั้งนี้เนื่องจากเมื่อประชาชนมีความต้องการและความคาดหวังกับการเสี่ยงโชคมากขึ้น จึงทำให้การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเกิดขึ้นบ่อยครั้งทำให้เกิดการใช้จ่ายที่มากขึ้น จึงส่งผลทำให้ต้องทำการลดการใช้จ่ายในสัดส่วนที่ลดลง โดยมีกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการดำรงชีวิตในปัจจุบันได้ ซึ่งสอดคล้องกับ เมอร์ฟี และอาร์เดอร์ (Murphy, et al, 1981, pp. 253) ที่กล่าวว่า ผลกระทบเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้เสมอ ด้วยเหตุหลายอย่างหลายประการ โดยทั่ว ๆ ไปแล้วผลกระทบเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ที่เป็นเหตุเป็นผลต่อกันของการเปลี่ยนแปลงระดับประดมไปสู่ระดับต่อ ๆ ไป และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พินิจ ลากธนานนท์ และคนอื่น (2554) ที่ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป จาก 16 จังหวัดทั่วประเทศ เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัญหาการเล่นพนันและผลกระทบของการพนันที่มีต่อประชากรศึกษาและครอบครัว รวมถึงเงื่อนไขและผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการจัดให้มีพนันถูกกฎหมาย การเปิดให้มีร้านรับแทงพนันรูปแบบต่าง ๆ ที่ถูกกฎหมายและความคิดเห็นที่มีต่อการบริหารจัดการของภาครัฐในการดำเนินการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในเรื่องการจัดการเรื่องการพนันของภาครัฐ ผลการศึกษาพบว่า ประชากรศึกษาส่วนมากคิดว่าการเล่นพนันไม่มีผลให้ตนเองและครอบครัวมีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้นหรือลดลง

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลควรมีการออกรางวัลแบบโปร่งใส ตามระบบมาตรฐานสากล เพื่อป้องกันการฉ้อโกง และเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือในการออกรางวัลให้เพิ่มขึ้น เนื่องจากการออกรางวัลที่โปร่งใสและยุติธรรมเป็นแรงจูงใจที่สำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล อยู่ในระดับปานกลาง

2. สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลควรมีมาตรฐานในการออกรางวัลอย่างโปร่งใสมากกว่าปัจจุบัน ควรมีขั้นตอนที่สามารถตรวจสอบการออกรางวัลได้ทุกขั้นตอน ซึ่งจากข้อมูลด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น พบว่า ส่วนใหญ่มีความคิดว่าเมื่อใกล้ถึงวันออกรางวัล เลขคนดัง มักจะออกรางวัลจึงทำให้คิดได้ว่าเป็นเลขลို့กได้

3. หน่วยงานภาครัฐควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ประชาชนเข้าใจวัตถุประสงค์ของการจำหน่ายสลากถึงรายได้จากการจำหน่ายสลากว่าสามารถนำไปทำประโยชน์ในการช่วยเหลือสังคมหรือเป็นการพัฒนาประเทศได้จริง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล อยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะในเรื่องการสนับสนุนเพื่อให้รัฐบาลมีรายได้เพิ่มมากขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาประเทศ

4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้ความเข้าใจกับประชาชนเพื่อให้ตระหนักถึงโทษของการพนันที่อาจเกิดขึ้นทั้งกับตนเองและผู้อื่น รวมถึงควรมีการรณรงค์เกี่ยวกับการออมเงินและการวางแผนการใช้จ่ายให้กับประชาชนควบคู่ไปด้วย ทั้งนี้เนื่องจากยังคงมีกลุ่มตัวอย่างที่เกิดผลกระทบด้านการใช้จ่ายจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะหาซื้อได้ง่ายและยังเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมายจึงทำให้ประชาชนเกิดความมั่นใจและเกิดการสนับสนุนมากขึ้น ซึ่งอาจจะส่งผลให้ประชาชนเกิดการติดการพนันเพิ่มมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรมของการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชนตามจังหวัดในแต่ละภาคของประเทศไทยเพื่อทราบถึงพฤติกรรมของประชาชนทั่วประเทศต่อการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

2. ควรศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกสลากกินแบ่งรัฐบาลในรูปแบบอื่น เพื่อทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต

3. ควรศึกษาผลกระทบที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลในด้านอื่นๆ เช่น ผลกระทบด้านสังคมหรือครอบครัว เป็นต้น

## กิตติกรรมประกาศ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก อ.ดร.ไพบุลย์ อาษารุ่งโรจน์ ประธานคณะกรรมการควบคุมการสอบ รศ.สุพาดา สิริกุตตา ผศ.ดร.กาญจน์ระวี อนันต์อัครกุล และ อ.ดร.กัลยิตติ กীরติอังกูร คณะกรรมการควบคุมการสอบ และ อ.ดร.ชนภูมิ อติเวทิน อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาเพื่อให้คำปรึกษาและคำแนะนำในการทำปริญญานิพนธ์ ทำให้ผู้วิจัยมีความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ในการทำวิจัยมากขึ้น จนทำให้ปริญญานิพนธ์เล่มนี้ผ่านไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

## เอกสารอ้างอิง

กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2545). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชญาณิชฐ์ เมธาธนาโชติ. (2546). *ได้ศึกษาเรื่อง ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสลากอัตโนมัติ 2 ตัวและ 3 ตัว ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ชนุรักษ์ โชติกุล. (2552). *การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยกำหนดการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชนกรุงเทพมหานคร*. ปริญญานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ฐาจุฬา สมประสงค์. (2542). *มูลเหตุจูงใจและพฤติกรรมในการเล่นการพนัน ศึกษาเฉพาะในเขต อำเภอปากคาด จังหวัดหนองคาย*. สารนิพนธ์ คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- นพดล กรรณิการ์. (2552). *ประสบการณ์และพฤติกรรมการเล่นหอยของประชาชน*. ค้นเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2557, จาก <http://www.manager.co.th/Qol/ViewNews.aspx?NewsID=9520000093154>
- ปัญญาสมาพันธ์เพื่อการวิจัยความเห็นสาธารณะแห่งประเทศไทย. (2552). *การเลี้ยงชีพของคนไทย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พินิจ ลากษานานนท์ และคณะ. (2554). *การศึกษาสถานการณ์พฤติกรรม และผลกระทบการพนันในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พิบูล ทีปะปาล. (2545). *หลักการตลาด*. มหาวิทยาลัยรัตนโกสินทร์ บ้านสมเด็จพระเจ้าพระยา. คณะวิชาวิทยาการจัดการ. ภาควิชาการตลาด. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการตลาด คณะวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยรัตนโกสินทร์ บ้านสมเด็จพระเจ้าพระยา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์อินบิซซิเนสเวิร์ลด์
- \_\_\_\_\_. (2541). *การวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: A.N. การพิมพ์.
- สรารัตน์ บุญวงศ์. (2556). *ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ที่มีอาชีพค้าขายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย*. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สังคีต พิริยะรังสรรค์ และคนอื่น. (2546). *เศรษฐกิจการพนัน: ทางเลือกเชิงนโยบาย* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุพรรณิการ์ รัตนกุล. (2547). *พฤติกรรมการซื้อสลากเลขท้ายของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. ปรินญาณินพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). *การสื่อสารกับสังคม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล. (2555). *ประวัติสำนักงาน*. ค้นเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2557, จาก [http://www.glo.or.th/ewt\\_news.php?nid=53](http://www.glo.or.th/ewt_news.php?nid=53)
- อดุล จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2526). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- \_\_\_\_\_. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิญา จิวพัฒน์กุล. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมและการใช้จ่ายของผู้สูงอายุ*. ปรินญาณินพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., & P.W. Miniard. (1993). *Consumer Behavior*. Chicago: The Dryden Press
- Murphy, & Others. (1981). *Contemporary Public Administration*. Illinois: P.E. Peacock Publishers, Inc.
- Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leslie Lazar. (1987). *Consumer Behavior*. 7 th ed. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.