



การศึกษาความต้องการสลากรูปแบบใหม่
ของประชากรในเขตกรุงเทพ

โดย

นางสาวทองธรรม กุมภีพงษ์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การศึกษาความต้องการสลากรูปแบบใหม่
ของประชากรในเขตกรุงเทพ

โดย

นางสาวทองธรรม กุมภีพงษ์



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

EDUCATION NEEDS A NEW LOTTERY
FOR POPULATION IN BANGKOK

BY

MISS THONGTHAM KUMPEEPHONG



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS

BUSINESS ECONOMICS

FACULTY OF ECONOMICS

THAMMASAT UNIVERSITY

ACADEMIC YEAR 2016

COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะเศรษฐศาสตร์

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวทองธรรม กุมภีพงษ์

เรื่อง

การศึกษาความต้องการสลากรูปแบบใหม่

ของประชากรในเขตกรุงเทพ

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)

เมื่อ วันที่ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2560

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ



(อาจารย์ ดร. มณเฑียร สติมานนท์)

กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เฉลิมพงษ์ คงเจริญ)

คณบดี



(รองศาสตราจารย์ ดร. ชยันต์ ตันติวิสตการ)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การศึกษาความต้องการสลากรูปแบบใหม่ ของประชากรในเขตกรุงเทพ
ชื่อผู้เขียน	นางสาวทองธรรม กุมภีพงษ์
ชื่อปริญญา	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	อาจารย์ ดร. มณฑิยา สติมานนท์
ปีการศึกษา	2559

บทคัดย่อ

สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นกิจการที่ดำเนินธุรกิจสลาก ซึ่งมีสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นผลิตภัณฑ์หลัก มีรูปแบบที่มีหมายเลขจำกัดตามจำนวนสลากที่พิมพ์ออกมาเท่านั้น อีกทั้งยังมีระบบการจัดสรรสลากแบบโควตาหรือระบบซื้อแล้วไม่รับคืน ทำให้ผู้ซื้อไม่มีทางเลือกอื่นหากต้องการเสี่ยงโชค ทำให้เกิดปัญหาสลากเกินราคาและไม่สามารถแข่งขันกับรูปแบบการพนันอื่นได้ ถ้าในอนาคตสำนักงานสลากฯ ไม่ออกผลิตภัณฑ์ใหม่หรือพัฒนาสลากให้ทันสมัยและตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ สลากจะขายได้ยากขึ้น ไม่สามารถแข่งขันกับธุรกิจการพนันอื่นได้ งานวิจัยชิ้นนี้ จึงมุ่งเน้นการออกแบบสลากรูปแบบใหม่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และเป็นการศึกษาเฉพาะเจาะจงในเขตกรุงเทพ ซึ่งมีประชากรหนาแน่นและมีกำลังซื้อสูงจากรายได้ต่อครัวเรือนที่สูง และอ้างอิงส่วนประสมทางการตลาดมาเป็นพื้นฐานของการกำหนดคุณลักษณะเพื่อให้ผลิตภัณฑ์น่าเชื่อถือ ตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อสลากให้เกิดความพอใจสูงสุด

ผลจากการวิเคราะห์จะทำให้เราได้ดำเนินกลยุทธ์ มองค่าความสำคัญในแต่ละส่วนได้อย่างชัดเจน ใช้เป็นเกณฑ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยผ่านการจำลองแบบเพระาะมีลักษณะใกล้เคียงผลิตภัณฑ์ในตลาดจริง โดยใช้การรวมกันของแต่ละระดับของคุณลักษณะและแสดงออกมา อิทธิพลของคุณลักษณะและระดับของคุณลักษณะที่ถูกเลือกจากผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถตัดสินใจได้จากการให้คะแนนความชอบโดยรวมและจัดอันดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ โดยอยู่บนพื้นฐานประโยชน์และความพอใจสูงสุดที่ตนได้รับ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยสลากรูปแบบใหม่ที่ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ

คำสำคัญ: การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม, สลากรูปแบบใหม่

Independent Study Title	EDUCATION NEEDS A NEW LOTTERY FOR POPULATION IN BANGKOK
Author	Miss Thongtham Kumpeepong
Degree	Master of Arts
Department/Faculty/University	Business Economics Economics Thammasat University
Independent Study Advisor	Monthien Satimanon, Ph.D.
Academic Year	2016

ABSTRACT

The Government Lottery Office main product is lottery. There are only limited numbers of printed lots under non-refundable lottery system. It causes over-price issues and cannot compete with other forms of illegal lottery gambling. If the future lottery office does not release new products or develop lotteries to meet the needs of buyers. Lottery sales will reduce and cannot compete with other gambling businesses. This research focuses on the new lottery design, product development, and specific to study in Bangkok. The marketing mixes are used as a basis for defining attributes and design lottery products that meet the needs of the lottery buyers, given maximum satisfaction.

The results of the analysis allows us to implement strategies by looking at the importance of each part clearly, and use new product development criteria. It can be determined by the overall rating and importance of the desired attributes based on the benefits and the highest satisfaction.

Keywords: Conjoint analysis, new lottery

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ การศึกษาความต้องการสลากรูปแบบใหม่ ของประชากรในเขตกรุงเทพฯ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์และการสนับสนุนจากบุคลากรหลายท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาจารย์ ดร. มณฑิยา สติมานนท์ ที่เสียสละเวลาให้ข้อเสนอแนะ ให้ความรู้ ตลอดจนคำปรึกษา แนวทางแก้ไข ตลอดระยะเวลาการค้นคว้าอิสระนี้ รวมถึงกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เฉลิมพงษ์ คงเจริญ ที่ให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม และเทคนิคที่ใช้ในการวิจัยปรับปรุงเพื่อให้การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่านในคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ได้ประสพวิชาความรู้ ตลอดจนถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย คณาจารย์ทุกท่านที่ผู้วิจัยมีโอกาศศึกษาและได้รับความรู้จากหนังสือ ตำรา วิทยานิพนธ์และบทความของท่านซึ่งนำมาใช้ประโยชน์ต่อการค้นคว้าอิสระ เจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโทเศรษฐศาสตร์ธุรกิจที่ให้การดูแลเป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ที่ได้ให้ทุนสนับสนุนการวิจัย ผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงานสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล รวมทั้งข้อมูลและคำชี้แนะต่างๆ ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาเสียเวลาในการตอบคำถาม เพื่อนๆ ทุกคนที่กรุณาให้ความช่วยเหลือและความร่วมมือ เพื่อประโยชน์ในความสำเร็จของงานวิจัยฉบับนี้ รวมถึงบิดา มารดา และครอบครัว ที่ให้ความรัก ความห่วงใย เป็นกำลังใจ สนับสนุนและส่งเสริมในทุกด้านรวมถึงมอบคำแนะนำที่ดี ทำให้ผู้วิจัยสามารถจัดทำการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ได้สำเร็จด้วยดี คุณประโยชน์ที่ได้รับงานวิจัยฉบับนี้ชี้แนะแนวทางที่ถูกต้องและมีคุณค่าตลอดมาจนสำเร็จการศึกษา

ความสำเร็จของการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ขอมอบแต่บุคคลผู้สนับสนุน ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่จะได้รับประโยชน์จากงานค้นคว้าอิสระนี้ในอนาคต อย่างไรก็ตาม ใ้แก่ดีหากมีข้อผิดพลาดประการใด ถือเป็นความบกพร่องของผู้ทำการค้นคว้าอิสระ ผู้วิจัยกราบขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

นางสาวทองธรรม กุมภีพงษ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญภาพ	(8)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.4 ขอบเขตการศึกษา	4
1.5 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	6
2.1.1 ทฤษฎีกฎอุปสงค์	6
2.1.2 ทฤษฎีที่ว่าด้วยความคาดหวัง	8
2.1.3 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค	10
2.1.3.1 วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior)	10
2.1.3.2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)	11
2.1.4 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 7Ps	13

	(5)
2.1.5 แนวคิดการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบร่วม	15
2.1.5.1 ทฤษฎีความต้องการในคุณลักษณะ (Characteristics Theory of Demand)	15
2.1.5.2 ทฤษฎีอรรถประโยชน์ (Utility Theory) และอรรถประโยชน์เชิงสุ่ม (Random Utility Theory)	16
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
2.2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการสลากรูปแบบใหม่	16
2.2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิธีการศึกษา (Conjoint Analysis)	20
2.3 ข้อแตกต่างในงานวิจัยที่ผ่านมาและการศึกษาในครั้งนี้	24
 บทที่ 3 วิธีการวิจัย	 25
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา	25
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและแบบสอบถาม	26
3.3 ขั้นตอนการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	27
3.3.1 การเลือกคุณลักษณะและระดับคุณลักษณะที่ใช้ในการศึกษา	27
3.3.2 การสร้างชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ (Stimulus Set Construction)	36
3.3.3 วิธีการเลือกรูปแบบการนำเสนอและวิธีการนำเสนอชุดคุณลักษณะ	37
3.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	38
3.3.5 การเลือกแบบจำลองความพึงพอใจ (Preference or Part-worth Models) ที่เหมาะสมกับการศึกษาแบบจำลองแต่ละแบบ	39
3.4 กระบวนการแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์สลากรินแบ่งรัฐบาล	40
 บทที่ 4 ผลการวิจัย	 44
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสถิติเชิงพรรณนา	44
4.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อสลากรินแบ่งรัฐบาลของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสถิติเชิงพรรณนา	47
4.3 การวิเคราะห์ความชอบ (Preference) ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดคุณลักษณะด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)	51

	(6)
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	64
5.1 สรุปผลการศึกษา	64
5.2 ข้อเสนอแนะ	66
รายการอ้างอิง	71
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลทุกงวด งวดละ ไม่ต่ำกว่า 10 ใบ จำนวน 5 ราย เพื่อคัดเลือกคุณลักษณะ จาก 30 คุณลักษณะ เหลือ 20 คุณลักษณะ	75
ภาคผนวก ข ข้อมูลเรื่องอาชีพและเพศของกลุ่มตัวอย่าง 10 ราย ในการศึกษาเบื้องต้น	76
ภาคผนวก ค แบบสอบถามสำหรับการศึกษาเบื้องต้น ครั้งที่ 1	77
ภาคผนวก ง รายละเอียดข้อมูลคะแนนสำหรับแต่ละคุณลักษณะ จากการศึกษา เบื้องต้นครั้งที่ 1	79
ภาคผนวก จ ข้อมูลการสรุปลำดับที่ได้ของคุณลักษณะทั้ง 20 คุณลักษณะ	80
ภาคผนวก ฉ แบบสอบถามสำหรับการศึกษาเบื้องต้นและข้อมูลคะแนน ครั้งที่ 3	81
ภาคผนวก ช รายละเอียดข้อมูลคะแนนสำหรับแต่ละระดับ จากการศึกษาเบื้องต้น ครั้งที่ 3	82
ภาคผนวก ซ แบบสอบถาม “การศึกษาความต้องการสลากรูปแบบใหม่ ของประชากร ในเขตกรุงเทพ”	83
ภาคผนวก ญ คำสั่ง (Syntax) ในการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) ด้วยโปรแกรม SPSS	90
ประวัติผู้เขียน	93

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะทั้ง 30 คุณลักษณะ	27
3.2 คุณลักษณะที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและการสอบถามเบื้องต้น 30 คุณลักษณะ	29
3.3 เลือंकคุณลักษณะเหลือ 20 คุณลักษณะที่สรุปได้จากการสัมภาษณ์กลุ่ม จำนวน 5 ราย	30
3.4 ระดับของคุณลักษณะ 20 ระดับจากการศึกษาเบื้องต้นครั้งที่ 2	33
3.5 ระดับของคุณลักษณะ (Level) ที่มีความสำคัญจากการศึกษาเบื้องต้น ครั้งที่ 3	34
3.6 ชุดคุณลักษณะทั้ง 8 ชุด จากการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์หึ่งค์ประกอบร่วม	37
3.7 การเลือกแบบใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของคุณลักษณะในงานวิจัย	40
3.8 แสดงข้อเปรียบเทียบระหว่างหวัยใต้ดินกับสลากกินแบ่งรัฐบาล	41
4.1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากร	45
4.2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อสลากก	47
4.3 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความชอบ (Preference) ต่อคุณลักษณะสลากรูปแบบใหม่ ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ราย	51
4.4 ค่าความสำคัญของคุณลักษณะสลากรูปแบบใหม่ของกลุ่มตัวอย่าง	52
4.5 เปรียบเทียบระหว่างความต่างระหว่างสองสัมประสิทธิ์ หาค่านัยสำคัญทางสถิติ	53
4.6 คุณลักษณะของสลากรูปแบบใหม่	58
4.7 วิเคราะห์อรรถประโยชน์รวม (Total Utility) และการจัดอันดับ (Ranking) ของชุด คุณลักษณะ	59
4.8 เปรียบเทียบชุดคุณลักษณะที่อรรถประโยชน์รวมสูงที่สุด กับชุดคุณลักษณะที่ อรรถประโยชน์รวมต่ำที่สุด	61
4.9 เปรียบเทียบชุดคุณลักษณะที่อรรถประโยชน์รวมอันดับที่สอง กับชุดคุณลักษณะที่ อรรถประโยชน์รวมต่ำที่สุด	62

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 การจัดสรรเงินที่ได้รับจากการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล	2
1.2 เงินนำส่งรายได้แผ่นดิน (ปรับปรุงข้อมูลเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2558)	3
2.1 เศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรม	8
2.2 แสดงรายละเอียดรูปแบบพฤติกรรมของผู้ซื้อ	12
3.1 คุณลักษณะ (Attribute) ที่มีผลต่อความต้องการสลากรูปแบบใหม่ของประชากร ในเขตกรุงเทพ	31
3.2 คุณลักษณะที่ได้จากการศึกษาเบื้องต้น ครั้งที่ 1	33
3.3 แสดงกระบวนการแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์สลากกินแบ่งรัฐบาล	43
4.1 คุณลักษณะสามารถเลือกเลขได้	54
4.2 คุณลักษณะราคาซื้อเริ่มต้น	55
4.3 คุณลักษณะโปรโมชั่น	56
4.4 คุณลักษณะสถานที่ซื้อ	56
4.5 คุณลักษณะบริการขึ้นเงินรางวัล	57

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

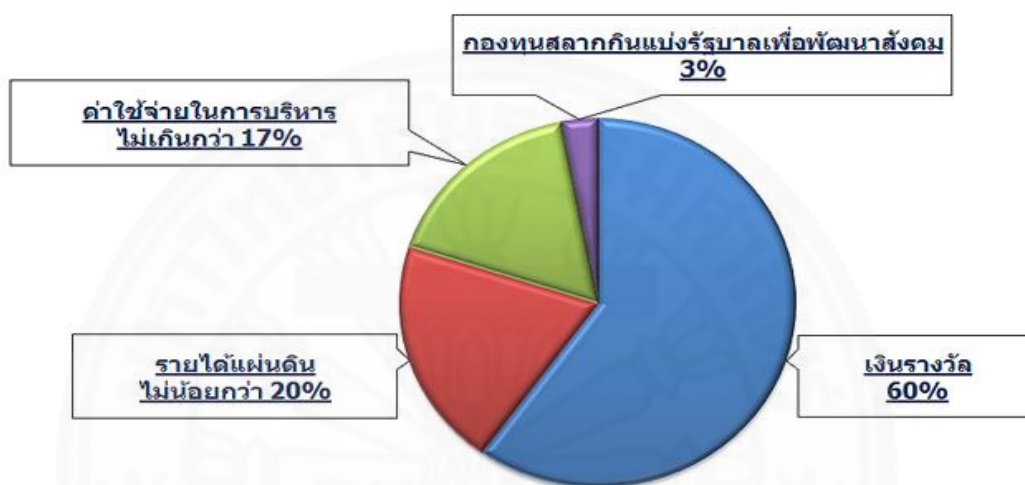
“ลอตเตอรี่” หรือ “สลากกินแบ่งรัฐบาล” มีขึ้นครั้งแรกในประเทศไทยเริ่มในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 พ.ศ. 2417 ได้มีการออกสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยมีชาวอังกฤษ ชื่อ “ครูอาลบาสเตอร์” เป็นผู้นำลักษณะการออกรางวัลสลากแบบยุโรปมาเผยแพร่เป็นคนแรก โดยเรียกว่า “ลอตเตอรี่” โดยออกลอตเตอรี่เป็นครั้งแรกในประเทศไทย เนื่องในงานพระราชพิธีเฉลิมพระชนมพรรษาของรัชกาลที่ 5 วัตถุประสงค์ที่จะช่วยเหลือพ่อค้าต่างชาติที่นำสินค้ามาร่วมแสดงในการจัดพิพิธภัณฑ์ที่ตึกกองคาเดียในพระบรมมหาราชวัง และได้มีการออกลอตเตอรี่ในวาระพิเศษอีกหลายครั้ง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อบำรุงสาธารณกุศล ต่อมา พ.ศ. 2466 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้พระราชทานพระบรมราชานุญาตให้ออก “ลอตเตอรี่เสือป่าล้านบาท” เพื่อหารายได้บำรุงกองเสือป่าอาสาสมัคร ปี พ.ศ. 2476 สมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 รัฐบาลมีนโยบายที่จะลดเงินรัฐชูปการ (เงินที่เรียกเก็บจากขายไทยที่มีต้องรับราชการทหาร) ทำให้รัฐขาดรายได้ จึงได้ดำริให้มีการออกลอตเตอรี่รัฐบาลเป็นประจำขึ้นโดย เรียกว่า “ลอตเตอรี่รัฐบาลสยาม” ปีละ 4 งวด ปี พ.ศ. 2482 สลากกินแบ่งรัฐบาลเริ่มดำเนินการอย่างจริงจังโดยคณะรัฐมนตรีได้มีมติให้โอนกิจการสลากกินแบ่งรัฐบาลและสลากบำรุงเทศบาล มาสังกัดกระทรวงการคลัง เมื่อวันที่ 5 เมษายน 2482 ถือเป็นวันสถาปนาสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลจนปัจจุบัน และปี พ.ศ. 2517 ได้มีการออกพระราชบัญญัติสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลขึ้น กำหนดให้สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นนิติบุคคลและเป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงการคลัง (สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล, 2558ก)

สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นกิจการที่ทำหน้าที่พิมพ์สลาก ออกรางวัล และกำกับดูแลกิจการสลาก การจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลของสำนักงานสลากฯ ยึดปฏิบัติตามพระราชบัญญัติสำนักงานสลากฯ ที่ใช้ระบบจำหน่ายสลากด้วยการจัดสรรโควตาสลากแบบผูกขาดและการขายขาด (คือ ไม่รับซื้อคืนสลากที่ผู้จำหน่ายสลากรายย่อยที่จำหน่ายสลากไม่หมด) ซึ่งลดความเสี่ยงในการบริหารจัดการของสำนักงานสลากฯ ที่สะดวกและประหยัดต้นทุนแต่ผลกระทบความเสี่ยงให้แก่กลุ่มผู้ค้าสลากรายย่อย ลอตเตอรี่หรือสลากกินแบ่งรัฐบาลปัจจุบันมีลักษณะเป็นสลากแบบธรรมดา ประเภท Passive คือ ตัวผู้เล่นเองจะไม่สามารถเลือกหมายเลขที่ต้องการได้ จะต้องทำการซื้อในจำนวนมากจึงจะมีโอกาสถูกมากขึ้น แต่เนื่องจากหมายเลขเองก็มีอยู่จำกัด ตามจำนวนสลากที่พิมพ์ออกมาเท่านั้น

(สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล, 2558) ซึ่งในประเทศไทยสลากกินแบ่งรัฐบาลจะมีตัวเลข 6 หลักเป็นตัวกำกับในการตรวจรางวัลและออกรางวัลเดือนละ 2 งวด คือ วันที่ 1 และ 16 ของทุกเดือน

ปัจจุบันสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมีการจัดสรรรายได้ นำส่งรัฐ การจัดสรรเงินที่ได้รับจากการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล (สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล, 2559) ดังนี้

การจัดสรรเงินที่ได้รับจากการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล



ภาพที่ 1.1 การจัดสรรเงินที่ได้รับจากการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล. จาก *เกี่ยวกับสำนักงานผลการดำเนินงาน การจัดสรร รายได้ นำส่งรัฐ*, โดย สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล, 2558, สืบค้นจาก http://www.glo.or.th/ewt_news.php?nid=65

สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล นำส่งเงินรายได้ตามหน้าที่ที่บัญญัติไว้ในพ.ร.บ.สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล พ.ศ. 2517 และคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 11, 25/2558 สมทบเป็นรายได้แผ่นดินเป็นประจำรายได้นี้ประกอบด้วย



ภาพที่ 1.2 เงินนำส่งรายได้แผ่นดิน (ปรับปรุงข้อมูลเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2558). จาก *เกี่ยวกับสำนักงาน ผลการดำเนินงาน การจัดสรร รายได้นำส่งรัฐ*, โดย สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล, 2558, สืบค้นจาก http://www.glo.or.th/ewt_news.php?nid=65

หน้าที่ ความรับผิดชอบและความสำคัญของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลนั้น จะเห็นได้ว่าสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมีรายได้คงที่จากผลิตภัณฑ์สลากกินแบ่งรัฐบาลเพียงผลิตภัณฑ์เดียว แต่ค่าใช้จ่ายมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี และมีระบบการจัดสรรลอตเตอรี่เป็นระบบโควตาหรือระบบซื้อแล้วไม่รับคืน ทำให้เกิดช่องว่างให้เกิดผู้ค้ารายใหญ่ ราคาถูกกำหนดโดยยี่ปี่วหรือชาปีวี่วเป็นหลัก ทำให้เกิดปัญหาการขายสลากเกินราคา เพราะผู้ซื้อหรือผู้บริโภคไม่มีทางเลือกอื่น ทำให้สลากกินแบ่งรัฐบาลหรือลอตเตอรี่ในปัจจุบัน ไม่สามารถแข่งขันกับหวยใต้ดินได้ถึงแม้ว่าจะมีการปราบปรามอย่างต่อเนื่อง แต่นั่นก็เป็นเพราะลอตเตอรี่ไม่สามารถเลือกเลขได้และกำหนดราคาซื้อได้เอง

จากปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นนั้นบ่งบอกได้ว่าลอตเตอรี่เป็นสินค้าที่มีเกมการเล่นเพียงเกมเดียว ที่ถูกกฎหมายในปัจจุบัน จึงเป็นหนึ่งในสาเหตุทำให้ลอตเตอรี่ราคาแพงและเป็นที่ต้องการของผู้ซื้อ ถ้าสำนักงานสลากฯ ไม่ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือพัฒนาสลากให้ทันสมัยตามเทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว การใช้งานได้ง่ายขึ้นและมีราคาที่ถูกลง ผู้คนเริ่มใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันนั้น สลากหรือลอตเตอรี่ในปัจจุบันจะขายได้ยากขึ้น และหากรัฐบาลเลือกให้เอกชนมาดำเนินการในรูปแบบของสัมปทานได้ เพื่อลดปริมาณการเสี่ยงโชคของลอตเตอรี่ที่มีอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถแข่งขันกับเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงไปแล้วหรือรูปแบบการพนันอื่นที่ผิดกฎหมาย การศึกษาความต้องการสลากรูปแบบใหม่ จึงเป็นโอกาสในการรองรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันต่อเทคโนโลยี และแข่งขันกับการพนันที่ผิดกฎหมายในรูปแบบอื่นได้

งานวิจัยชิ้นนี้ จึงมุ่งเน้นการออกแบบสลากรูปแบบใหม่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และเป็นการศึกษาเฉพาะเจาะจงในเขตกรุงเทพฯ ซึ่งมีประชากรหนาแน่นและกำลังซื้อสูงจากรายได้ต่อครัวเรือนที่สูง และอ้างอิงถึงส่วนประสมทางการตลาด มาเป็นพื้นฐานของการกำหนดคุณลักษณะเพื่อให้ผลิตภัณฑ์น่าเชื่อถือ ตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อสลากให้เกิดความพอใจสูงสุด

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อทราบคุณลักษณะและระดับของผลิตภัณฑ์สลาก ที่ส่งผลกระทบต่อความชอบ (Preference) และการตัดสินใจซื้อสลากของประชากร ในเขตกรุงเทพฯ รูปแบบสลากใดเหมาะที่จะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่และตรงกับความต้องการของผู้ซื้อมากที่สุด โดยภาพรวมสามารถแข่งขันกับหน่วยใต้ดินหรือการพนันชนิดอื่นได้

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ช่วยให้เข้าใจถึงคุณลักษณะที่มีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชากร ในเขตกรุงเทพฯ
2. ช่วยให้เข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชากร ในเขตกรุงเทพฯ
3. ผู้เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ซื้อสลากฯ ได้ถูกต้อง ตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อสลากฯ ให้ตรงกับผลิตภัณฑ์ (สลากกินแบ่งรัฐบาล) ที่ต้องการได้
4. ช่วยให้การพัฒนาตลาดและแนวทางในการพัฒนาสลากกินแบ่งรัฐบาล สามารถทำได้ดีขึ้น

1.4 ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง การศึกษางานวิจัยนี้ทำการศึกษาความชอบของข้อมูลกลุ่มตัวอย่างประชากรในเขตกรุงเทพฯ เท่านั้น และมีช่วงเวลาในการศึกษาเดือน สิงหาคม 2559- พฤษภาคม 2560 โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 150 ตัวอย่างขึ้นไป ทั้งนี้ในเวลาของการทำการศึกษาข้อมูล จำนวนตัวอย่างที่ทำการรวบรวมในการศึกษาคั้งนี้ คือ 300 ตัวอย่าง

ขอบเขตของเนื้อหา ทำการศึกษาคุณลักษณะ ให้ความสำคัญไปที่การศึกษาในการ ออกแบบสลากรูปแบบใหม่ และความชอบของกลุ่มตัวอย่าง การออกแบบผลิตภัณฑ์และการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ จำเป็นต้องประเมินคุณลักษณะของสินค้าโดยรวมและต้องตัดสินใจเลือกองค์ประกอบของ คุณลักษณะดังกล่าวเพื่อให้ผู้ซื้อเกิดความพอใจสูงสุด

1.5 นิยามศัพท์

สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล, สำนักงานสลาก, ผู้ประกอบการ ใช้ความหมาย เดียวกัน หมายถึง กิจการรัฐวิสาหกิจที่มีรัฐบาลเป็นเจ้าของ สังกัดกระทรวงการคลัง เป็นผู้รับผิดชอบ ในการผลิตและจัดจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล สลากบำรุงการกุศล และสลากบำรุงการกุศลคนพิการ รวมถึงสลากพิเศษอื่นๆ แต่เพียงผู้เดียวจัดตั้งขึ้น เพื่อจัดหารายได้เข้ารัฐเป็นสำคัญ

สลากกินแบ่งรัฐบาล, สลาก, ลอตเตอรี่, ผลิตภัณฑ์, หวย ใช้ความหมายเดียวกัน หมายถึง สลากกินแบ่งรัฐบาล, สลากบำรุงการกุศล, สลากบำรุงการกุศล คนพิการ, แผ่นสลากที่ได้ ผ่านการรับรองจากสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยในสลากจะมีตัวเลข 6 หลัก เป็นตัวกำกับ ในการตรวจรางวัล ออกจำหน่ายเดือนละ 2 งวด คือ วันที่ 1 และ 16 ของทุกเดือนที่มีการออกรางวัล

ผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล, ผู้บริโภค, ผู้ซื้อ ใช้ความหมายเดียวกัน ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ หมายถึง ประชากรผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ความต้องการสลากรูปแบบใหม่ ของประชากรในเขตกรุงเทพฯ ผู้ศึกษาได้ศึกษาทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อข้อเท็จจริงและให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับสลากรูปแบบใหม่ พิจารณาประกอบการศึกษาดังนี้

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎีกฎอุปสงค์

2.1.2 ทฤษฎีที่ว่าด้วยความคาดหวัง

2.1.3 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

2.1.4 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

2.1.5 แนวคิดการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการสลากรูปแบบใหม่

2.2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิธีการศึกษา (Conjoint Analysis)

2.3 ข้อแตกต่างในงานวิจัยที่ผ่านมาและการศึกษาในครั้งนี้

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎีกฎอุปสงค์

ความหมายของอุปสงค์ (Demand) หมายถึง ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการ ชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคมีความเต็มใจที่จะซื้อ และสามารถซื้อหามาได้ในขณะใดขณะหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ ที่ตลาดกำหนดมาให้ จากความหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่าอุปสงค์ที่มีประสิทธิผล (Effective demand) ประกอบด้วย 3 ส่วนที่สำคัญ คือ

1) ความต้องการซื้อ (Wants) ลำดับแรกผู้บริโภคจะต้องมีความอยากได้ในสินค้าหรือบริการเหล่านั้นก่อน อย่างไรก็ตาม การมีแต่ความต้องการไม่ถือว่าเป็นอุปสงค์ เพราะอุปสงค์จะต้องเป็นความต้องการที่สามารถซื้อได้และเกิดการซื้อขายขึ้นจริงๆ

2) ความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to pay) คือ การที่ผู้บริโภคมีความยินดีที่จะยอมเสียสละเงินหรือทรัพย์สินที่ตนมีอยู่เพื่อแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการต่างๆ เหล่านั้นมาเพื่อใช้ในการบำบัดความต้องการของตน

3) ความสามารถที่จะซื้อ (Purchasing power or ability to pay) คือ ไม่ว่าบุคคลนั้นจะมีความอยากได้หรือความต้องการในสินค้าหรือบริการมากน้อยเพียงใดก็ตาม ถ้าปราศจากความสามารถที่จะซื้อหรือจัดหาแล้วการซื้อขายจริงๆ จะไม่เกิดขึ้น คือ จะเป็นแต่เพียงความต้องการที่มีแนวโน้มจะซื้อ (potential demand) เท่านั้น ซึ่งความสามารถที่จะซื้อโดยปกติจะถูกกำหนดจากขนาดของทรัพย์สินหรือรายได้ที่บุคคลนั้นมีหรือหามาได้ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีรายได้หรือทรัพย์สินมากความสามารถที่จะซื้อจะมีสูง ถ้ามีน้อยก็จะมีความสามารถซื้อต่ำ

กฎของอุปสงค์ (Law of Demand) กล่าวว่า ภายใต้ข้อสมมติที่ว่าปัจจัยตัวอื่นๆ ที่มีผลต่ออุปสงค์มีค่าคงที่ (Other-things being equal) ปริมาณอุปสงค์ของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม (ผกผัน) กับระดับราคาของสินค้าชนิดนั้น (Inverse relation) กล่าวคือ เมื่อราคาตกลง ปริมาณอุปสงค์จะเพิ่มขึ้น และเมื่อราคาสูงขึ้น ปริมาณอุปสงค์จะลดลง ลักษณะทั่วไปของเส้นอุปสงค์ จึงเป็นเส้นทอดลงจากซ้ายไปขวา (สินค้าปกติ)

ปัจจัยกำหนดปริมาณอุปสงค์ นอกจากราคาสินค้าแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ อีก ดังนี้

1) รายได้ของผู้บริโภค ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และปริมาณการเสนอซื้อสินค้าขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้า ในกรณีสินค้าปกติ (Normal goods) และสินค้าฟุ่มเฟือย (Superior Goods) รายได้และปริมาณการเสนอซื้อสินค้าของผู้บริโภคจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ส่วนในสินค้าด้อยคุณภาพ (Inferior goods) รายได้และปริมาณการเสนอซื้อสินค้าของผู้บริโภคจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

2) ระดับราคาสินค้าชนิดอื่น ปริมาณการเสนอซื้อสินค้าถูกกำหนดโดยราคาสินค้าชนิดอื่นด้วย เนื่องจากสินค้าที่ซื้อขายในตลาดมีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ สินค้าบางชนิดสามารถใช้แทนกันได้ (Substitute goods) หรือบางชนิดต้องใช้ร่วมกัน (Complementary goods) ดังนั้น การที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งในปริมาณเท่าใด ต้องพิจารณาถึงราคาของสินค้าชนิดอื่นที่สัมพันธ์กันด้วย

3) รสนิยมของผู้บริโภค รสนิยมของบุคคลโดยทั่วไปจะแตกต่างกันไปตาม อายุ อาชีพ ขนบธรรมเนียม ประเพณี ระดับการศึกษาและบุคลิกส่วนตัว นอกจากนี้ยังเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา ยุคสมัย นอกจากนี้ความนิยมในแต่ละสินค้ายังเปลี่ยนแปลงได้เร็วช้าแตกต่างกันขึ้นอยู่กับสินค้าที่พิจารณา

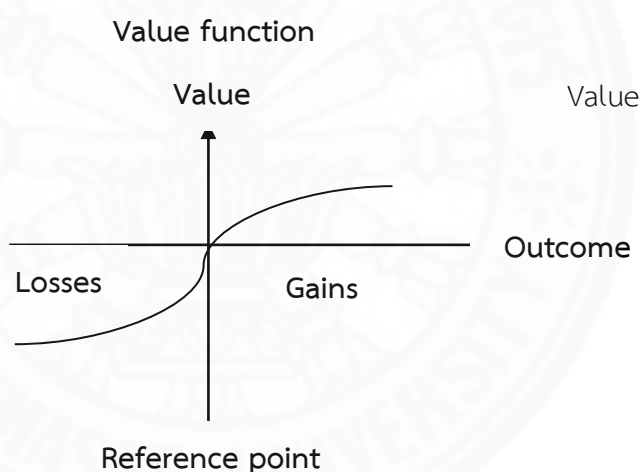
4) การคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้อุปสงค์ของสินค้าเปลี่ยนแปลงไป ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนของผู้บริโภคแต่ละคน

5) ขนาดและโครงสร้างประชากร โดยปกติถ้าจำนวนประชากรเพิ่มขึ้นอุปสงค์ของสินค้าแทบทุกชนิดย่อมเพิ่มขึ้น แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะโครงสร้างประชากรด้วย ลักษณะโครงสร้างประชากรมีผลให้อุปสงค์ของสินค้าบางชนิดเพิ่มขึ้นและบางชนิดลดลง

ปัจจัยอื่นๆ การที่ผู้บริโภคจะมีอุปสงค์ต่อสินค้ายังขึ้นอยู่กับอีกหลายปัจจัย เช่น อุปนิสัยในการใช้จ่าย ลักษณะการจัดเก็บภาษีของรัฐ อัตราดอกเบี้ย เป็นต้น

2.1.2 ทฤษฎีที่ว่าด้วยความคาดหวัง

เศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรม (Behavioral economics) Kahneman และ Tversky: 2002 มนุษย์ไม่ได้มีความเป็นเหตุเป็นผลในการตัดสินใจ ให้ความเห็นว่าความรู้สึกของคนเมื่อสูญเสีย (loss) กับความรู้สึกเมื่อได้ (gain) จะแตกต่างกัน คนทั่วไปจะมีลักษณะเหมือนๆ กัน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะแรกไม่ชอบเสี่ยง คือ เป็นพวก Risk averse ลักษณะที่สอง คือ มักจะมองโลกในแง่บวก (optimistic) และมีความมั่นใจอาจจะมากเกินไป (over confident) ภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 เศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรม. จาก Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk by Daniel Kahneman and Amos Tversky. *Econometrica*, 47(2), pp. 263-291, March 1979.

กราฟด้านขวาบนลักษณะของความลาดชันจะลดน้อยลง เมื่อไปทางด้านขวาของเส้น ในทางเศรษฐศาสตร์อัตราประโยชน์ที่ลดลงนี้ไปตามกฎของการลดน้อยถอยลงของผลได้ทางด้านซ้าย คือ ลักษณะของเส้นโค้ง มีความลาดชันมากกว่าด้านขวาบน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความรู้สึกของคนเมื่อสูญเสียจะรุนแรงมากกว่าความรู้สึกที่ได้ ถ้าพฤติกรรมของมนุษย์คงเส้นคงวา (Consistent) การตัดสินใจก็จะเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับที่กล่าวมาข้างต้น

สิทธินิโชน วรานุสันติกุล (2525, น. 6) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีความคาดหวัง (The Expectancy Theory) ว่านักจิตวิทยามีความเชื่อที่มนุษย์เป็นสัตว์ใหญ่ที่ใช้ปัญญาหรือความคิดในการตัดสินใจว่าจะกระทำพฤติกรรมอย่างไรอย่างหนึ่ง เพื่อจะนำไปสู่เป้าหมายที่สนองความต้องการของตนเอง ด้วยความเชื่อเช่นนี้เองจึงเกิดมีฐานคติ (assumptions) ดังนี้

1) พฤติกรรมของมนุษย์ถูกกำหนดขึ้นโดยผลรวมของแรงผลักดันภายในตัวของเขาเองและแรงผลักดันจากสิ่งแวดล้อม

2) มนุษย์แต่ละคนมีความต้องการ ความปรารถนา และเป้าหมายแตกต่างกัน

3) บุคคลตัดสินใจที่จะทำพฤติกรรม โดยเลือกจากพฤติกรรมหลายอย่าง สิ่งที่เป็นข้อมูลให้เลือก ได้แก่ ความคาดหวังในค่าของผลลัพธ์ที่ได้รับหลังจากการแสดงพฤติกรรมนั้นไปแล้ว

จากฐานคติดังกล่าวซึ่งนำโดย วรูม (Vroom) ลอว์เลอร์ (Lawler) และ พอร์เตอร์ (Porter) จึงได้เสนอทฤษฎี ซึ่งจะมีศัพท์วิชาการที่ต้องมีความเข้าใจ 3 ประการ คือ

1. การคาดหวังในความพยายาม-การกระทำ (effort-performance expectancy) หมายถึง การที่บุคคลคาดหวังไว้ล่วงหน้าว่า ถ้าหากตนเองลงมือแสดงพฤติกรรมอย่างเต็มที่ที่สุด ความสามารถแล้วจะมีโอกาสหรือความน่าจะเป็นสูงมากหรือน้อยเพียงใดที่จะกระทำสิ่งนั้นได้สำเร็จ กล่าวได้ง่ายก็คือ บุคคลจะขังใจว่าพฤติกรรมที่จะทำนั้น มักยากเกินกำลังความสามารถของตนเองหรือไม่ก่อนที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นออกไป เช่น ถ้าเรายกตัวอย่าง พฤติกรรมที่ตีจกเลิกเลอให้บุคคลผู้หญิงฟัง โดยหวังว่าเขาจะเลียนแบบ เขาอาจจะไม่ยอมเลียนแบบ เพราะเขาคิดว่าตัวเองไม่มีคุณสมบัติหรือความสามารถที่จะทำเช่นนั้นได้

2. การคาดหวังในการกระทำ-ผลกรรม (Performance Outcome Expectancy) หมายถึง การที่บุคคลคาดหวังไว้ล่วงหน้าก่อนที่จะแสดงพฤติกรรมว่า ถ้าหากเขาจะกระทำพฤติกรรมนั้นแล้ว เขาจะได้ผลลัพธ์ที่จะเป็นผลดีหรือผลเสียอย่างไรต่อตัวเขา ตัวอย่างเช่น ผู้ซื้อหอยได้ดินยอมมีความหวังในผลของการกระทำว่าตนเองจะต้องถูกรางวัล

3. ค่าของผลกรรม (Valence) หมายถึง คุณค่าหรือความต้องการ ในที่ผลกรรมมีให้แก่บุคคลที่จะต้องแสดงพฤติกรรมออกไปเพื่อให้ได้ซึ่งผลกรรมนั้น แต่ละบุคคลมีการรับรู้ที่แตกต่างกันต่อผลกรรมเดียวกัน ซึ่งอธิบายได้ว่าผลกรรมในที่นี้ หมายถึง เงินรางวัลที่ผู้ซื้อคาดหวัง ดังนั้นคำว่า ผลกรรมจึงหมายถึงค่าของเงินรางวัลจากการถูกรางวัล โดยค่าของเงินรางวัลสำหรับแต่ละคนจะมีไม่เท่ากัน คนที่มีฐานะการเงินดีอยู่แล้ว ค่าของผลกรรมหรือเงินรางวัลนี้จะมีน้อยกว่าคนที่ฐานะการเงินขัดสน เพราะคนกลุ่มนี้อาจจำเป็นต้องนำเงินรางวัลที่ได้มาจุนเจือการดำรงชีวิตของตนเองให้อยู่รอดได้จากแนวคิดข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า มนุษย์มีพฤติกรรมที่คาดหวังแล้วจะลงมือทำให้เต็มที่ เพื่อสิ่งที่คาดหวังไว้จะได้เป็นจริง

2.1.3 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะแสวงหาการซื้อ การใช้ การประเมินหรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ซึ่งคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้อย่างพึงพอใจ เป็นการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ซื้อเมื่อไหร่ ที่ไหนและบ่อยครั้งแค่ไหน (Schiffman & Kanuk, 2000, p. 7)

ทางเศรษฐศาสตร์มีความเชื่อว่า ผู้ซื้อมีความต้องการในการซื้อสินค้าและบริการอย่างหลากหลาย แต่เนื่องจากผู้ซื้อที่มีขีดจำกัดทางด้านทรัพยากรที่ตนเองมีอยู่ ดังนั้นผู้ซื้อจึงมีการจัดอันดับความสำคัญของสินค้าหรือบริการที่ต้องการซื้อแตกต่างกันออกไป โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานการได้รับประโยชน์สูงสุดที่ตนเองได้รับ

2.1.3.1 วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550, น. 18) กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาหรือวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและบริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค โดยใช้หลักคำถาม 6Ws และ 1H คำตอบที่ต้องการทราบ พร้อมคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os) ประกอบด้วย

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) การตอบจะอาศัยเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด (Base of market segmentation) 4 ด้าน คือ ด้านประชากรศาสตร์, ด้านภูมิศาสตร์, ด้านจิตวิทยาและด้านพฤติกรรมศาสตร์ โดยสามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์การตลาด (7Ps) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพและกระบวนการที่เหมาะสม เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) เป็นคำถามที่ทราบถึงสิ่งที่ตลาดต้องการจากผลิตภัณฑ์และบริการ (Objects) สิ่ง que ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ คือ ต้องการคุณลักษณะหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive Differentiation) นำไปสร้างกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product Strategies) ให้มีศักยภาพ คุณภาพและความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) เป็นต้น

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการของเขาทั้งทางด้านร่างกาย จิตวิทยาในการตอบนี้ต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ ปัจจัยภายในหรือปัจจัยด้านจิตวิทยา (การจูงใจ, การรับรู้, การเรียนรู้, ทศนคติ, บุคลิกภาพของบุคคล

และแนวคิดของตนเอง) ปัจจัยภายนอก (ด้านวัฒนธรรม, สังคม, ส่วนบุคคลและจิตวิทยา) ใช้กลยุทธ์การตลาด (7Ps) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการที่เหมาะสม

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจ ซึ่งประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจและผู้ใช้ กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ การโฆษณาและกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion Strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพลอ้างอิง

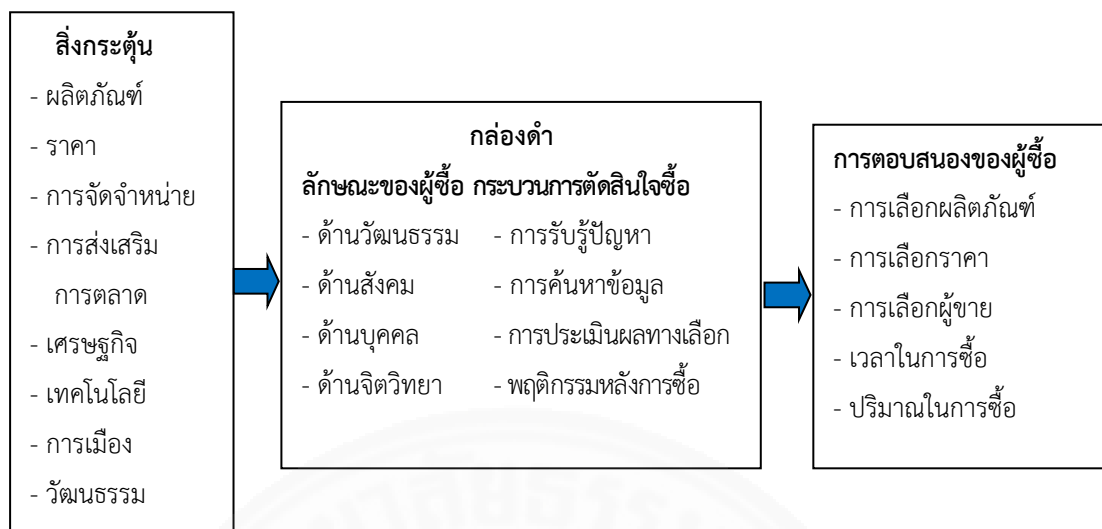
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบโอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปีหรือช่วงฤดูใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของโอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆ ส่วนใหญ่จะใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใด จึงจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับผู้บริโภค

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบว่า ช่องทางหรือแหล่งใด (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อหรือใช้บริการ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร เป็นต้น จะใช้กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies) บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมายอย่างไร เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคมากที่สุด โดยพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร เพื่อช่วยลดต้นทุนในการจัดจำหน่าย

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางการเลือก การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกหลังการซื้อ กลยุทธ์ที่ใช้กันมากคือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วย การโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง เช่น พนักงานขายจะสามารถกำหนดวิธีการปฏิบัติให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

2.1.3.2 โมเดลพฤติกรรมผู้ซื้อ (Consumer Behavior Model)

โมเดลพฤติกรรมผู้ซื้อ (Consumer Behavior Model) หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า S-R Theory (Kotler & Armstrong, 1996, อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) เป็นการศึกษาเหตุปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ



ภาพที่ 2.2 แสดงรายละเอียดรูปแบบพฤติกรรมของผู้ซื้อ. จาก *การบริหารการตลาดยุคใหม่*, โดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, กรุงเทพฯ: บริษัท อีระฟิล์ม.

สิ่งกระตุ้น (Stimulus) เป็นเหตุจูงใจทางด้านจิตวิทยา โดยสามารถเกิดได้จากทั้งภายนอกและภายในร่างกาย สำหรับสิ่งกระตุ้นเหล่านี้นับเป็นตัวนำเข้าหรือ input ที่จะเข้าไปยังกล่องดำของผู้บริโภค และส่งผลให้มีการตอบสนองออกมาเป็น output การศึกษานี้จะสนใจสิ่งกระตุ้นภายนอก เนื่องจากต้องการศึกษาว่า ผู้ซื้อต้องการสินค้านั้นเพราะปัจจัยใด เพราะสิ่งกระตุ้นภายนอกเป็นการจูงใจผู้ซื้อ โดยการใช้เหตุผลประกอบด้วย 2 ส่วนคือ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimuli) เป็นสิ่งกระตุ้นที่สามารถควบคุมได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับทางการตลาด ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด สิ่งกระตุ้นอื่นๆ เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้ซื้อที่เกี่ยวข้องกับภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งอยู่ภายนอกองค์กรและผู้ผลิตไม่สามารถควบคุมได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้คือ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมการเมือง กฎหมายและวัฒนธรรม

กล่องดำ หรือ ความรู้สึกผู้ซื้อ (black box) โดยสมมติว่ากล่องดำเป็นที่รวมเอาปัจจัยต่างๆ ที่ว่านี้ได้แก่ วัฒนธรรม สังคม ลักษณะส่วนบุคคล และลักษณะทางจิตวิทยาของผู้บริโภคแต่ละคนเอาไว้ นอกไปจากนี้ในกล่องดำยังมีกระบวนการตัดสินใจซื้ออยู่อีกด้วย สิ่งกระตุ้นเมื่อมาถึงกล่องดำจะถูกปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวตักแต่งขัดเกลาแปรรูปออกมาเป็นการตอบสนอง ถ้าการตอบสนองเป็นไปในทางบวก กระบวนการตัดสินใจซื้อจะทำงาน จนกระทั่งมีการซื้อเกิดขึ้นตามมา ถ้าตอบสนองเป็นไปในทางลบ ผู้บริโภคคงไม่ลงมือซื้อ ความรู้สึกของผู้ซื้อ ซึ่งผู้ผลิตไม่สามารถทราบได้ทำให้ต้องพยายามค้นหาลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

ลักษณะของผู้ซื้อ มีอิทธิพลจากปัจจัยหลากหลาย ทั้งทางด้านวัฒนธรรม (Culture Factor) ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychological Characteristics) นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ โดยมีผลจากปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม สังคม ลักษณะส่วนบุคคลและลักษณะทางจิตวิทยา ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลที่สำคัญที่นักการตลาดมักจะนำมาพิจารณา เพื่อนำไปกำหนดทิศทางในการดำเนินธุรกิจ หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา ช่องทางในการจัดจำหน่าย

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ ผู้ซื้อจะมีรูปแบบหรือขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อที่ ยาก-ง่ายแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้าและสภาวะการณ์ในขณะตัดสินใจซื้อ วิธีการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อแต่ละครั้ง การซื้อเป็นกระบวนการซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมหลายอย่าง แต่เมื่อพูดถึงการซื้อคนมักนึกถึงการตัดสินใจซื้อ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการซื้อเท่านั้น กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ ประกอบด้วยขั้นตอนคือ ความรู้สึกความต้องการ, พฤติกรรมก่อนการซื้อ, การตัดสินใจซื้อ, พฤติกรรมการใช้ และความรู้สึกหลังการซื้อ

การตอบสนองของผู้ซื้อ (Response) เป็นผลลัพธ์จากอิทธิพลของปัจจัยและกลไกการทำงานของกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่ในกล่องดำของผู้บริโภค ถ้าการตอบสนองเป็นไปในทางบวก จะสังเกตเห็นผู้บริโภคไปเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะซื้อ, เลือกตราผลิตภัณฑ์ที่จะซื้อเลือกร้านค้าที่จะซื้อ, เลือกจังหวะเวลาที่จะซื้อ และเลือกจำนวนที่จะซื้อ เป็นต้น

2.1.4 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546, น. 434) ด้านธุรกิจบริการ 7 ด้าน (7Ps) ซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่นำเสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด เกิดการซื้อหรือใช้ได้อย่างต่อเนื่อง โดยที่ผลิตภัณฑ์นอกจากจะหมายถึง สินค้าที่จับต้องได้แล้วยังรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตนก็ได้ ประกอบด้วย การบริการหรือความคิด ซึ่งเมื่อพิจารณาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองและสร้างมูลค่าแก่ลูกค้า ยังสามารถแบ่งออกได้ 5 ระดับ (Five produce level) คือ

1.1 ประโยชน์พื้นฐานของผลิตภัณฑ์ (Core Benefit) สิ่งที่ลูกค้าได้รับโดยตรงจากผลิตภัณฑ์นั้น เป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการจริงๆ

1.2 ผลิตภัณฑ์พื้นฐานหรือรูปลักษณะผลิตภัณฑ์ (Basic Product/Tangible Product) เป็นสิ่งที่นักการตลาดจะต้องแปลงประโยชน์พื้นฐานของผลิตภัณฑ์ให้เป็นสิ่งที่เห็นได้ชัด

1.3 เจ็อนไซหรือสิ่งที่คาดหวังปกติของลูกค้า (Expected Product) เป็นความคาดหวังของลูกค้าในการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ

1.4 ผลประโยชน์เพิ่มเติม (Augmented Product) เป็นสิ่งที่ลูกค้าได้รับจากการซื้อสินค้าหรือบริการนั้น

1.5 คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ใหม่ (Potential Product) เป็นสิ่งสำหรับตอบรับต่อการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในอนาคต

2. ราคา (Price) เป็นสิ่งที่กำหนดรายได้ของกิจการ คือ การตั้งราคาสูงก็จะทำให้ธุรกิจมีรายได้สูงขึ้น การตั้งราคาต่ำก็จะทำให้รายได้ของธุรกิจนั้นต่ำ อาจนำไปสู่การขาดทุน ในแง่มุมมองของลูกค้า การตั้งราคามีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้าและราคาของการบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการบอกถึงคุณภาพที่จะได้รับ ถ้าราคาสูงคุณภาพก็สูงด้วย ทำให้สิ่งที่คาดหวังของลูกค้าที่จะได้รับสูง สิ่งตามมา คือ บริการต้องมีคุณภาพตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าได้ ลูกค้าจึงจะพอใจและกลับมาใช้บริการนั้นใหม่

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมระหว่างช่องทาง เพื่อใช้ในการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งกิจกรรมที่เกี่ยวข้องที่ช่วยให้การดำเนินงานช่องทาง เป็นไปด้วยความมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย การขนส่ง, การคลังสินค้า, การเก็บรักษาสินค้าคงคลัง เป็นต้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดเกี่ยวข้องกับ การสื่อสารข้อมูลทุกอย่างที่จำเป็นต่อการโน้มน้าวให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าและบริการ เป็นการบอกลูกค้าว่าผลิตภัณฑ์และบริการเกิดขึ้นในตลาด พยายามชักชวนให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าและบริการ มีเครื่องมือที่สำคัญดังนี้ การโฆษณา (Advertising), การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation), การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion), การขายโดยพนักงาน (Personal Selling) และการตลาดทางตรง (Direct marketing)

5. ด้านบุคคล (People) พนักงานจะประกอบด้วยบุคคลทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการนั้น ซึ่งจะรวมถึงตั้งแต่เจ้าของร้าน ผู้บริหาร พนักงานในทุกๆระดับ ซึ่งบุคคลดังกล่าวทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ อาหารของธุรกิจบริการ เครื่องมือ และอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม ลานจอดรถ ป้ายประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่างๆ สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพของการให้บริการ นั่นคือ ลูกค้าจะอาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ ยิ่งดูหรูหรา สะอาด บริการก็น่าจะมีคุณภาพอีกด้วย

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพในแต่ละธุรกิจไม่เหมือนกัน ทั้งในด้านการให้ความสำคัญด้านการออกแบบ การจัดวาง สิ่งที่ผู้บริหารต้องทำ คือ การศึกษาถึงพฤติกรรมและความต้องการของ

ลูกค้า ว่าลูกค้าคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมทางกายภาพสิ่งใดก่อนและควรตั้งอยู่ที่ใด นักการตลาดที่ดีจะต้องสร้างให้สิ่งแวดล้อมกายภาพมีความเหมาะสมกับคุณภาพในการให้บริการ แต่คงไว้ซึ่งลักษณะเฉพาะของธุรกิจนั้นๆ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

2.1.5 แนวคิดการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม

แนวคิดพื้นฐานของการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) ประกอบด้วย 2 ส่วน ซึ่งสามารถอธิบายส่วนต่างๆ ได้ดังนี้

2.1.5.1 ทฤษฎีความต้องการในคุณลักษณะ (Characteristics Theory of Demand)

การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมมีแนวคิดพื้นฐานมาจากทฤษฎีอุปสงค์หรือความต้องการในคุณลักษณะของสินค้า (Lancaster's characteristics theory of demand) ที่ว่า อรรถประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ผู้บริโภคได้รับเกิดจากความพึงพอใจต่อคุณลักษณะประกอบด้วยคุณลักษณะต่างๆ ที่รวมเป็นผลิตภัณฑ์นั้น มากกว่าความพึงพอใจจากการใช้ประโยชน์โดยตรงจากตัวผลิตภัณฑ์ โดย Lancaster (1996) กล่าวว่า การตัดสินใจที่มีต่อทางเลือกในการซื้อของผู้บริโภค อาจเกิดจากการให้ความสำคัญที่คุณลักษณะต่างๆ ซึ่งประกอบขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์ ดังนั้นการประเมินลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์หรือตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ บางประการ ใช้เป็นหลักในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ทฤษฎีความต้องการในคุณลักษณะนี้ จะแสดงออกในรูปแบบของการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ด้วยการพิจารณาและประเมินตามอรรถประโยชน์ทางอ้อม โดยคุณค่าที่ได้จะกำหนดจากคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคได้รับรู้ แนวคิดดังกล่าว ถูกนำมาช่วยในการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product design) สำหรับลักษณะหรือคุณลักษณะ (Attributes) ที่ประกอบกันเป็นสินค้า Lancaster บ่งบอกให้เห็นว่า การเลือกซื้อของผู้บริโภคจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ลักษณะของผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า (Relevant Characteristics) หากลักษณะผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้มีการเปลี่ยนแปลงจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ในขณะที่กลุ่มลักษณะผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อ (Irrelevant Characteristics) เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงลักษณะผลิตภัณฑ์จะไม่ส่งผลกระทบต่อ การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดนั้นแต่อย่างใด

2.1.5.2 ทฤษฎีอรรถประโยชน์ (Utility Theory) และอรรถประโยชน์เชิงสุ่ม (Random Utility Theory)

ทฤษฎีอรรถประโยชน์ เป็นทฤษฎีที่อธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการตัดสินใจบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อให้ได้รับอรรถประโยชน์ (utility) หรือความพอใจสูงสุด ภายใต้งบประมาณที่มีอยู่ในช่วงเวลาหนึ่ง การอธิบายตามแนวทางของทฤษฎีนี้มักอยู่ภายใต้ข้อสมมติฐานที่ว่า ผู้บริโภคมีการบริโภคสินค้าหรือบริการแต่ละชนิดในเวลาต่อเนื่องกันและการบริโภคสินค้าแต่ละชนิดเป็นอิสระต่อกัน นอกจากนี้ยังมีข้อสมมติว่า อรรถประโยชน์สามารถวัดเป็นหน่วยๆ ได้ ซึ่งหน่วยของอรรถประโยชน์นี้เรียกว่า “ยูทิล” (util) (ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่-ศัพท์เศรษฐศาสตร์) การเลือกซื้อสินค้าและบริการผู้บริโภคจะต้องมีความรู้ต่อสินค้าและบริการนั้นอย่างสมบูรณ์และอรรถประโยชน์ที่เกิดขึ้นในสินค้าและบริการแต่ละชนิดจะต้องมีความเป็นอิสระเสมอ (พฤษธรรม์ สุทธิไชยเมธี, 2556, น. 8) การเกิดขึ้นของอรรถประโยชน์หรือความพึงพอใจ ยังมีลักษณะเป็นเชิงสุ่ม (Random Utility) กล่าวคือ ลักษณะของบุคคล (Individual Characteristics) ที่คล้ายคลึงหรือเหมือนกันนั้น ไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกบริโภค นั่นคือ ผู้บริโภคที่มีลักษณะของบุคคลที่คล้ายคลึงกันหรือเหมือนกัน หากอยู่ภายใต้สถานการณ์ในช่วงเวลาเดียวกันหรือช่วงเวลาที่แตกต่างกัน การตัดสินใจในการบริโภคที่เกิดขึ้นมีความแตกต่างกันได้

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการสลากรูปแบบใหม่ ของประชากรในเขตกรุงเทพฯ พบว่า ผลการศึกษาที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 2 ประเด็น คือ ลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการซื้อสลากรูปแบบใหม่ และปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีผลต่อความต้องการสลากรูปแบบใหม่ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิธีการศึกษา (Conjoint Analysis) ดังนี้

2.2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการสลากรูปแบบใหม่

ชนาภัทร ปั่นสน (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกลงทุนในสลากรูปแบบใหม่ของผู้มาใช้บริการธนาคารออมสินสาขาประตูช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ วัตถุประสงค์ในการศึกษา เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกลงทุนในสลากรูปแบบใหม่ และเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสลากรูปแบบใหม่ของผู้ที่เลือกลงทุนในสลากรูปแบบใหม่ โดยใช้แบบสอบถามในกลุ่มลูกค้าของธนาคารออมสินที่เปิดทะเบียนสลากรูปแบบใหม่ ณ ธนาคารออมสินสาขาประตูช้างเผือกในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้สถิติความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ยเลขคณิต พบว่า ผู้ที่ซื้อสลากรูปแบบใหม่

3 ประเภท คือ สลากออมสินพิเศษ 3 ปีกลุ่มตัวอย่าง 82 คน สลากออมสินพิเศษ 5 ปี กลุ่มตัวอย่าง 39 คนและสลากออมสินกลุ่มตัวอย่าง 13 คน ส่วนใหญ่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสลากมากที่สุด คือ ด้านความเชื่อถือในการออกสลากของธนาคารออมสิน รองลงมาตามลำดับคือ สามารถลุ้นรางวัลได้ทุกเดือน ความสะดวกสบายในการซื้อ ความเสี่ยงน้อย ราคาต่อหน่วยมีความเหมาะสม การให้บริการ อัตราดอกเบี้ยที่แน่นอน รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ดีและให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า

เชษฐา สกุลแสง (2545) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์การเล่นหวยใต้ดินในชนบท: กรณีศึกษาเฉพาะหมู่บ้านในภาคตะวันออก วัตถุประสงค์ของการศึกษามุ่งวิเคราะห์ คุณลักษณะรูปแบบ วิธีการเล่นและภูมิหลังผู้เล่นหวยใต้ดิน กลุ่มตัวอย่างคือ เจ้ามือ คนเดินโพน ผู้ขายและผู้เล่นหวยใต้ดิน จำนวน 74 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและสัมภาษณ์โดยมีแบบสอบถามพบว่า ถ้าเปรียบเทียบผู้เล่นหวยนิยมเล่นตามการออกสลากกินแบ่งรัฐบาลและสลากออมสิน รูปแบบที่นิยมและขนาดของการซื้อแต่ละรูปแบบ คือ ผู้เล่นตามการออกสลากกินแบ่งรัฐบาลนิยมซื้อ 6 รูปแบบมากที่สุด ได้แก่ 3 ตัวบน, 3 ตัวล่าง, โต้ด, 2 ตัวบน, 2 ตัวล่างและวิ่ง ส่วนผู้ที่เล่นตามสลากออมสินนิยมซื้อ 5 รูปแบบ ได้แก่ 3 ตัวบน, 3 ตัวล่าง, โต้ด, 2 ตัวบนและ 2 ตัวล่าง ทั้งนี้เลขท้าย 3 ตัวบนตามการออกสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นรูปแบบที่นิยมเล่นกันมากที่สุดโดยให้เหตุผลว่าอัตราการจ่ายเงินรางวัลสูง ในขณะที่เลขท้าย 2 ตัวบนตามการออกสลากออมสินเป็นที่นิยมมากกว่าแบบอื่นในประเภทการออกสลากออมสิน

ฐิติมน ลือเสาวลักษณ์ (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการซื้อหวยใต้ดินของประชาชน ในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี วัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาปัจจัยการซื้อหวยใต้ดินของประชาชน ในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จากกลุ่มตัวอย่าง 5,526 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการซื้อหวยใต้ดินของประชาชนมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านรูปแบบการซื้อหวยใต้ดิน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลตอบแทนและปัจจัยด้านความสะดวกในการซื้อ ตามลำดับ

พัชรินทร์ ลืออนันต์ศักดิ์ศรี (2545) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเล่นการพนันประเภทหวยใต้ดินของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองขอนแก่น วัตถุประสงค์ในการศึกษา ศึกษาพฤติกรรมการเล่นการพนันและวิธีการดำเนินธุรกิจ การพนันประเภทหวยใต้ดินตลอดจนผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของผู้เล่นการพนันประเภทหวยใต้ดินในเขตเทศบาลเมืองขอนแก่น กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ผู้ดำเนินธุรกิจ จำนวน 24 คน ผู้เล่นการพนันประเภทหวยใต้ดิน จำนวน 200 คนและผู้ไปหวย 4 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสังเกตและสัมภาษณ์ พบว่า นิยมซื้อ

ห่วยไต่ดินเป็นจำนวนมาก เพราะเล่นง่ายไม่ซับซ้อนและมีความรู้สึกว่าไม่เป็นสิ่งชั่วร้าย โดยมีรูปแบบที่นิยมอยู่ 5 รูปแบบคือ เลข 3 ตัวบน, 2 ตัวบน, 2 ตัวล่าง, เลขไต่ดและเลขวิ่ง

สรารัตน์ บุญวงศ์ (2556) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ที่มีอาชีพค้าขายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย วัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของกลุ่มผู้มีอาชีพค้าขาย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการและความพึงพอใจของกลุ่มผู้ถูกสำรวจในการเลือกซื้อสลากฯ การศึกษาสามารถนำมาใช้วางแผนและกำหนดนโยบายในการจัดจำหน่ายสลากฯ เพื่อให้ส่วนการบริหารงานมีการพัฒนาและมีความสมดุลต่อไป โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 150 คน ใช้สถิติเชิงพรรณนา ความถี่ ร้อยละ การวัดความคิดเห็นแบบ Likert scale พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุอยู่ในช่วง 40-49 ปีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 44 ปี เริ่มซื้อสลากครั้งแรกอายุ 29 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาชั้นประถมศึกษา มีสมาชิกในครอบครัวโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 4 ราย ระดับรายได้อยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาทต่อเดือน มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 14,240 บาท จากการสุ่มตัวอย่างทำการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลถึงร้อยละ 68.67 กลุ่มตัวอย่างมีหลักในการเลือกเลขคือ เลขนำโชคส่วนตัว ความฝัน คิดเอง แหล่งที่ซื้อ คือ แผงขายทั่วไป คนเดินเร่ขาย คนพิการ จำนวนที่ซื้อต่องวดไม่แน่นอน ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสลาก คือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (หาซื้อง่าย) สถานที่จัดจำหน่าย (มีเพียงพอ) ด้านผลิตภัณฑ์ (สามารถเลือกเลขได้, ขนาดเหมาะสม) นิสัยส่วนตัว (อยากรวย, ชอบเสี่ยง, สนุกสนาน, ความสงสาร, ซื้อตามคนอื่น) ราคา (เหมาะกับงบประมาณ, เงินรางวัลสูง, จำนวนรางวัลหลากหลาย) เหตุผลที่ไม่ซื้อสลาก คือ ไม่ชอบเสี่ยง, รายได้ไม่เพียงพอ, ความเป็นไปได้ที่จะถูกรางวัลมีน้อย, สิ้นเปลืองเงินและเงินรางวัลไม่จูงใจ

อุดมทรัพย์ คำยามา (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อหรือจองสลากกินแบ่งรัฐบาลล่วงหน้า ผ่านธนาคารกรุงไทยสาขาแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ วัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาข้อมูลสภาพทั่วไปของผู้ที่มาซื้อหรือจองสลากฯ ล่วงหน้าผ่านธนาคารกรุงไทยศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อหรือจองสลากฯ ศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการซื้อหรือจองสลากฯ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 80 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล โดยใช้สถิติความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการใช้บริการซื้อหรือจองสลากมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคาและการชำระเงิน (การหักบัญชีออมทรัพย์) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ความหลากหลายของตัวเลข) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (สถาบันการเงินที่มีความน่าเชื่อถือ) ตามลำดับ

Korbkul Jantarakolica, Hatairath Kawewitayawongb, and Tatre Jantarakolica (2012) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจในการซื้อห่วย: กรณีศึกษาใน

ปริณิถน วัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อตรวจสอบอิทธิพลของระบบห่วยออนไลน์และผลกระทบของพฤติกรรมผู้เล่นลอตเตอรี จากกลุ่มตัวอย่าง 322 ตัวอย่าง ใช้การวิเคราะห์ Zero Inflated Poisson Regression Model พบว่า รัฐแก้ปัญหาห่วยใต้ดินจากการเพิ่มทางเลือกเป็นระบบห่วยออนไลน์เป็นทางเลือกเพิ่มเติมให้กับผู้เล่นห่วยใต้ดิน ลอตเตอรีเป็นแหล่งที่มาของรายได้รัฐ แต่ทางเลือกหรือข้อเสนอจำกัดมากเกินไป ทำให้ห่วยใต้ดินเป็นที่นิยม การพนันที่ผิดกฎหมายมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจรัฐ จึงต้องสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ถูกกฎหมายแทน แต่จากการสำรวจการเพิ่มห่วยออนไลน์ไม่ได้ลดพฤติกรรมการซื้อแต่กลับยิ่งทำให้มีแนวโน้มที่จะซื้อทั้งสองอย่างและติดการพนันมากขึ้น ค่าใช้จ่ายสำหรับห่วยใต้ดิน ลอตเตอรีและห่วยออนไลน์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ห่วยออนไลน์มีลักษณะที่น่าสนใจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ หากต้องการแทนที่ห่วยใต้ดิน สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจคือ ตัวแปรประชากร ทศนคติต่อความเสี่ยง ระบบห่วยออนไลน์มีแนวโน้มของอิทธิพลที่ไม่ดีของผลิตภัณฑ์ลอตเตอรีและอาจทำให้ผู้เล่นนำไปสู่การติดการพนัน

2.2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิธีการศึกษา (Conjoint Analysis)

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิธีการศึกษา (Conjoint Analysis)

หัวข้อ	ชื่อผู้วิจัย, ปีที่ศึกษา	การวิเคราะห์ข้อมูลและผลการศึกษา
<p>การศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัยในต่างจังหวัดของคนกรุงเทพมหานครหรือปริมณฑล โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)</p>	<p>นภกช สัจจะไพบูลย์, 2556</p>	<p>วัตถุประสงค์ ศึกษาถึงคุณลักษณะของสภาพแวดล้อมและปัจจัยส่งเสริมทางด้านสาธารณูปโภค สาธารณูปการของเมืองที่ส่งผลกระทบต่อความชอบและการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในต่างจังหวัดของกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นคนเมือง</p> <p>วิธีการศึกษา เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) เป็นการให้คะแนน (Rating) แบบจำลองทางสถิติ ตัวแบบวิเคราะห์ความชอบ ใช้ Part-Worth Model</p> <p>กลุ่มตัวอย่าง คนที่อาศัยหรือมีอาชีพในกรุงเทพหรือปริมณฑล 5 จังหวัด จำนวน 115 คน</p> <p>คุณลักษณะที่ศึกษา ปัจจัยมลภาวะทางอากาศ (มีอากาศสะอาดและสดชื่น, มีบริเวณที่อากาศสะอาดและสดชื่นอยู่ใกล้เคียงและมีการปล่อยมลภาวะทางอากาศในระดับต่ำ), ศูนย์บริการทางสุขภาพ (มีโรงพยาบาลที่ให้บริการสุขภาพครบวงจรและมีคลินิกเอกชนและบริการทันตกรรม), สภาพแวดล้อมรอบที่อยู่อาศัย (มีลักษณะเป็นกลุ่มและมีระยะห่างระหว่างบ้านที่เหมาะสม, อยู่ห่างจากชุมชนแออัดและมีความสะอาดและปลอดภัยตลอดเวลา) และระยะทางจากบ้านถึงร้านค้าในละแวกบ้าน (มีระยะห่าง 3 นาทีด้วยการเดิน, มีระยะห่าง 5 นาทีด้วยการเดิน)</p> <p>ผลการศึกษา การศึกษาความชอบ (Preference) พบว่า ผลของคุณลักษณะที่ได้รรถประโยชน์รวมสูงสุดในทิศทางการเดียวกัน โดยลักษณะสำคัญของที่อยู่อาศัย พบคุณภาพของอากาศจะต้องสะอาดและสดชื่นเท่านั้น</p>

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิธีการศึกษา (Conjoint Analysis) (ต่อ)

หัวข้อ	ชื่อผู้วิจัย, ปีที่ศึกษา	การวิเคราะห์ข้อมูลและผลการศึกษา
<p>ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก ชื่อน้ำส้มพร้อมดื่ม 100 เปอร์เซ็นต์ ของผู้บริโภค</p>	<p>วรรณวิษา ศรีรัตน์ และ วิศิษฐ์ ลิ้มสมบุญชัย, 2551</p>	<p>วัตถุประสงค์ ศึกษาความพึงพอใจหรืออรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะแสดงออกในการเลือกชื่อน้ำส้มพร้อมดื่ม 100 เปอร์เซ็นต์ผ่านการวิเคราะห์พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชื่อน้ำส้มพร้อมดื่ม 100 เปอร์เซ็นต์</p> <p>วิธีการศึกษา เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) วัดความพึงพอใจด้วยการเรียงลำดับความสำคัญ (Ranking) และการให้คะแนนความพึงพอใจ (Rating)</p> <p>แบบจำลองทางสถิติ วิเคราะห์ถึงพฤติกรรมกรบริโภคของบุคคล เป็นแบบจำลองทดแทน (Compensatory Model) โดยมีข้อสมมติว่า คุณลักษณะหลากหลายของสินค้าที่พิจารณาเลือกชื่อนั้น มีการแลกเปลี่ยน (Trade-Off) ระหว่างคุณลักษณะได้</p> <p>กลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์น้ำส้มพร้อมดื่ม 100% จำนวน 400 ราย</p> <p>คุณลักษณะที่ศึกษา ปัจจัยชนิดของส้ม (เขียวหวาน, สายน้ำผึ้ง) ปัจจัยคุณค่าทางโภชนาการ (ปริมาณน้ำตาลต่ำ+ไฟเบอร์+วิตามินเอ+วิตามินซี, วิตามินเอ+วิตามินซี+วิตามินอี+แคลเซียม) ปัจจัยใบรับรองคุณภาพและมาตรฐาน (มี,ไม่มี) ปัจจัยบรรจุภัณฑ์ (กล่องกระดาษ,ขวด PET) และปัจจัยราคา (1:18,2:20:3:25)</p> <p>ผลการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจในการเลือกชื่อน้ำส้มของผู้บริโภคมากที่สุด ได้แก่ ใบรับรองคุณภาพและมาตรฐาน ส่วนปัจจัยรองลงมา ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการและราคา ตามลำดับ ปัจจัยด้านชนิดของส้มและบรรจุภัณฑ์ มีผลกระทบต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจของผู้บริโภคไม่มากนักเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่นๆ</p>

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิธีการศึกษา (Conjoint Analysis) (ต่อ)

หัวข้อ	ชื่อผู้วิจัย, ปีที่ศึกษา	การวิเคราะห์ข้อมูลและผลการศึกษา
<p>การศึกษานำร่ององค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อบ้านสำเร็จรูปเพื่อผู้สูงอายุโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)</p>	<p>ปณิตา วงศ์มหาดเล็ก, 2558</p>	<p>วัตถุประสงค์ เพื่อหาส่วนผสมระหว่างองค์ประกอบและค่าระดับที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์บ้านประกอบสำเร็จสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์, เข้าใจปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค</p> <p>วิธีการศึกษา ใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) เป็นการให้จัดอันดับ (Ranking) ชุดคุณลักษณะ</p> <p>แบบจำลองทางสถิติ ตัวแบบในการวิเคราะห์ความชอบ Part-Worth Model</p> <p>กลุ่มตัวอย่าง คนที่อยู่อาศัยหรือประกอบอาชีพในพื้นที่กรุงเทพมหานครหรือปริมณฑล 5 จังหวัดมีอายุ 30 ปีขึ้นไปและอยู่อาศัยในบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ อาคารพาณิชย์ จำนวน 42 คน</p> <p>คุณลักษณะที่ศึกษา ขนาด (Size) ระยะเวลาในการส่ง (Delivery time) ราคา (Price)</p> <p>ผลการศึกษา ราคาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจในการเลือกซื้อบ้าน โดยพิจารณาประกอบกับขนาดของบ้าน ส่วนระยะเวลาในการส่งมอบบ้านมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อยมาก โดยสรุปขนาด 21 ตร.ม. ที่ราคาตารางเมตรละ 20,000 บ. เป็นราคาที่ถูกที่สุดเป็นรูปแบบที่ผู้บริโภคพึงพอใจมากที่สุด ถึงแม้ว่าใช้ระยะเวลาส่งมอบนานที่สุดก็ตาม</p>

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิธีการศึกษา (Conjoint Analysis) (ต่อ)

หัวข้อ	ชื่อผู้วิจัย, ปีที่ศึกษา	การวิเคราะห์ข้อมูลและผลการศึกษา
การตั้งราคาของธุรกิจขนาดย่อยต่อ แนวทางการประกอบการธุรกิจร้าน กาแฟสด	นรินทร์ บุญอำพล, 2556	<p>วัตถุประสงค์ ศึกษาระดับของปัจจัยและรูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องดื่มกาแฟสดและศึกษาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะเครื่องดื่มกาแฟสดจากการประยุกต์ใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)</p> <p>วิธีการศึกษา นำเสนอชุดคุณลักษณะใช้วิธี Full-profile approach และวัดความพึงพอใจโดยให้ผู้ตอบเรียงลำดับความพึงพอใจ (Ranking)</p> <p>แบบจำลองทางสถิติ ใช้แบบจำลอง Ordinary Least Squares (OLS) การออกแบบการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยใช้การแสดงการดที่มีรูปภาพ (Pictorial Representation) แสดงชุดคุณลักษณะเครื่องดื่มกาแฟสดที่ใช้เพื่อเก็บข้อมูลในการวิจัย</p> <p>กลุ่มตัวอย่าง ผู้ที่เคยดื่มกาแฟสดและเป็นผู้บริโภคที่อยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 574 คน</p> <p>คุณลักษณะที่ศึกษา เน้นศึกษาความสำคัญของระดับความพึงพอใจในคุณลักษณะเครื่องดื่มกาแฟสดที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องดื่มกาแฟสดของผู้บริโภค กำหนดคุณลักษณะ 4 คุณลักษณะ คือ ชนิดกาแฟ ขนาดบรรจุ ชนิดบรรจุภัณฑ์และราคา</p> <p>ผลการศึกษา คุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ ชนิดกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้า แก้วกระดาษราคา 30 บาทต่อแก้วและเลือกขนาดบรรจุ 22 ออนซ์มากที่สุด ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญที่ผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์ในการเลือกคือ ชนิดของกาแฟ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ราคาต่อแก้วและขนาดบรรจุภัณฑ์ ผลการวิเคราะห์อรรถประโยชน์ พบว่า มีลักษณะเป็นกาแฟอาราบิก้า ขนาด 16 ออนซ์ บรรจุในแก้วย่อยสลายและราคาจำหน่าย 40 บาท</p>

หมายเหตุ. จากการรวบรวมโดยผู้วิจัย

2.3 ข้อแตกต่างในงานวิจัยที่ผ่านมาและการศึกษาในครั้งนี้

งานวิจัยชิ้นนี้ เป็นการศึกษาความต้องการสลากรูปแบบใหม่ ใช้แนวคิดการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) แบบ Rating-based conjoint เป็นวิธีการที่ให้คุณค่าให้ระดับคะแนนความชอบในแต่ละทางเลือก โดยใช้ Part-worth model หรือค่าความสำคัญหรือตัวแบบในการวิเคราะห์ความชอบในการประมาณค่าของคุณลักษณะ เพื่อหาคุณประโยชน์โดยรวม (utility) และความสำคัญที่มีความสัมพันธ์กัน (Relative Importance) ของคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้คุณค่ามากที่สุด

จากการทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมา งานวิจัยผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสลาก พบว่า มีการวิเคราะห์เพื่อดูว่าเรา ควรศึกษาเน้นหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางด้านใดมากที่สุด เพื่อเป็นประโยชน์และความพึงพอใจสูงสุดต่อผู้บริโภค ผู้ประกอบการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และใช้วิธีสถิติเชิงพรรณนา ความถี่ ร้อยละ การวัดความคิดเห็นแบบ Likert scale การวิเคราะห์ปัจจัยในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล หวย โดยอ้างอิงสถิติ Logistic regression analysis เป็นต้น ทั้งนี้ในงานวิจัยชิ้นนี้ได้ใช้วิธีสถิติการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Rating-based conjoint) ซึ่งเป็นวิธีการวิเคราะห์ปัจจัยหลายๆ ด้านพร้อมๆ กันและเลือกชุดคุณลักษณะโดยให้คะแนนความพึงพอใจชุดที่ชอบมากที่สุด ในทางเศรษฐศาสตร์เชื่อว่า ผู้บริโภคมีความต้องการในการซื้อสินค้าและบริการอย่างหลากหลาย แต่ผู้บริโภคมีขีดจำกัดทางด้านทรัพยากรที่ตนเองมีอยู่ ดังนั้นผู้บริโภคจึงมีการจัดอันดับความสำคัญของสินค้าหรือบริการที่ต้องการ ความต้องการซื้อก็จะแตกต่างกันออกไป โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานการได้รับประโยชน์สูงสุดที่ตนเองได้รับ โดยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม ยังไม่ถูกนำมาใช้เพื่อศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับสลากแต่อย่างใด งานวิจัยชิ้นนี้จึงได้ใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) ซึ่งยังไม่มีแบบสอบถามที่ให้ความคิดเห็นโดยการใช้ค่าความสำคัญในแต่ละชุดคุณลักษณะที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา การพัฒนาผลิตภัณฑ์เราต้องประเมินคุณลักษณะของสินค้าโดยรวมและต้องตัดสินใจเลือกองค์ประกอบของคุณลักษณะดังกล่าว เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุด ภายใต้การจำกัดทรัพยากร จึงได้จำลองเหตุการณ์ให้ผู้ซื้อเลือก ทำให้เราใช้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งได้มาจากผู้ซื้อและทำให้เราสามารถตัดสินใจเลือกคุณลักษณะของสินค้าที่เหมาะสมได้ หลีกเลี่ยงจากการที่ไม่ต้องถามผู้ซื้อโดยตรงสามารถประมาณความต้องการได้อย่างถูกต้อง ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงมีความแตกต่างจากงานวิจัยต่างๆ ในอดีต ทั้งการให้คะแนนชุดคุณลักษณะ การจำลองภาพสลากรูปแบบใหม่ที่ผู้ซื้อต้องการ ซึ่งเป็นรูปแบบของแบบสอบถามแบบใหม่ที่ผู้วิจัยตั้งใจเพื่อให้ได้ผลการวิจัยรูปแบบสลากที่ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อสูงสุด

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษาความต้องการสลากรูปแบบใหม่ของประชากรในเขตกรุงเทพฯ นั้น จากการทบทวนวรรณกรรม ตำรา หนังสือ วิทยานิพนธ์และวารสารต่างๆ พบว่า มีการศึกษาในกลุ่มของภูมิภาคและจังหวัดที่มีประชากรหนาแน่นที่มีการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นจำนวนมาก ซึ่งตามหลักพฤติกรรมของผู้บริโภค เมื่อรายได้สูงขึ้น ความต้องการในสินค้าจะเพิ่มมากขึ้น เป็นผลให้เริ่มการศึกษางานวิจัยขึ้นนี้เพื่อ ต้องการทราบถึงความต้องการสลากรูปแบบใหม่ ของประชากรในเขตกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อและยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลได้ด้วยตนเอง ดังเช่นรายงานผลสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2555 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนสูงในส่วนของค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับอุปโภคบริโภค ค่าซื้อสลากกินแบ่ง/หวยของรัฐ/และการพนันอื่นๆ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556) ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่น่าสนใจที่จะนำมาวิจัยในครั้งนี้ เพื่อศึกษาค่าความสำคัญของคุณลักษณะและการคัดเลือกคุณลักษณะ การให้ระดับความสำคัญทำโดยการ pre-test กับกลุ่มตัวอย่างที่มีการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจำนวนมาก เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง, กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและการพนันหลายรูปแบบสุดท้ายตามมาด้วยกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล จนสามารถสรุปคุณลักษณะและระดับคุณลักษณะของสลากรูปแบบใหม่ นำไปสู่ความต้องการสลากรูปแบบใหม่ วิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่มีผลต่อความต้องการสลากรูปแบบใหม่มากที่สุด ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 150 ตัวอย่างขึ้นไป ผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์โดยใช้วิธีการทางสถิติเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) โดยแบบสอบถามได้ออกแบบมาเพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเจาะจงที่มีผลต่อความต้องการสลากรูปแบบใหม่ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการค้นคว้าวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

ประชากรในการศึกษางานวิจัยขึ้นนี้ คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยในการเลือกตัวอย่างกระทำตามแบบแผนการเลือกแบบเจาะจง (Purposeful Sampling Design) ของผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมในการศึกษางานวิจัยนี้โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) นั้นทำได้ตั้งแต่ 1 ตัวอย่าง โดยทั่วไปควรใช้ประมาณ 40 ตัวอย่าง (Green & Wind, 1975) หากจะใช้ประโยชน์

ในเชิงพาณิชย์ควรมีจำนวนตั้งแต่ 150-1,200 ตัวอย่าง แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับค่าใช้จ่าย ความยาก-ง่ายและวัตถุประสงค์ของงานวิจัย (Chrzan & Yardley, 2009)

ในงานวิจัยการศึกษาความต้องการสลากรูปแบบใหม่ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นงานวิจัยที่มีระยะเวลาจำกัด ดังนั้น จึงใช้จำนวนของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง เพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานวิจัย คือ จำนวนตัวอย่างที่ทำการรวบรวมในการศึกษา (N_s) ใช้แนวทางที่เสนอโดย (Hair et al., 2006) ซึ่งพิจารณาจากจำนวนคุณลักษณะ (n_a) และจำนวนระดับรวมคุณลักษณะ (n_{al}) โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้

$$N_s = n_a \times n_{al} \times (5)$$

$$= 5 \times 11 \times (5)$$

$$= 275 \text{ ตัวอย่าง (ตัวอย่างในงานวิจัยนี้ใช้จำนวนตัวอย่าง 300 ตัวอย่าง)}$$

($N_s = 275$, $n_a =$ จำนวนคุณลักษณะมี 5 คุณลักษณะ, $n_{al} =$ จำนวนระดับรวมของคุณลักษณะมี $2+3+2+2+2 = 11$)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ผู้ศึกษารวบรวมข้อมูลที่ได้จากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) นำมาประยุกต์เป็นลักษณะคำถามในแบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่างในส่วนของข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และคุณลักษณะที่มีผลต่อความต้องการสลากรูปแบบใหม่ที่ผู้ซื้อชอบ ดังนี้

แบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและจำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ได้แก่ การซื้อสลากในรอบ 1 ปี อายุเริ่มต้นในการซื้อ จำนวนการซื้อสลากต่องวด ค่าใช้จ่ายในการซื้อและเหตุผลในการซื้อ ช่วงเวลาในการซื้อแหล่ง/สถานที่ที่เลือกซื้อ สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจ ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อและความต้องการซื้อสลากในอนาคตต่อไป จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลคุณลักษณะและระดับคุณลักษณะของความต้องการสลากรูปแบบใหม่เป็นการวัด โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด โดยสมมติสถานการณ์ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกชุดคุณลักษณะ

จำนวน 8 ชุด โดยเลือกชุดที่ชอบและให้คะแนนชุดคุณลักษณะแต่ละชุดอย่างเป็นอิสระจากชุดคุณลักษณะ ที่กำหนดให้ที่ตนเองได้รับความพึงพอใจสูงสุด จำนวนคำถามชุดคุณลักษณะ 8 ชุด

3.3 ขั้นตอนการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เพื่อทำการสกัดคุณลักษณะ (Attributes) และระดับของคุณลักษณะ (Level) มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.3.1 การเลือกคุณลักษณะและระดับคุณลักษณะที่ใช้ในการศึกษา

ได้รวบรวมข้อมูลจากงานวิจัย การสังเกตการณ์จากสถานการณ์จริง แนวคิดในการออกผลิตภัณฑ์สลากรุ่นใหม่ ทบทวนวรรณกรรม ตารางที่ 3.1 แล้วใช้ดุลยพินิจของผู้วิจัยคัดเลือกคุณลักษณะเบื้องต้นที่มีความเหมาะสมในการศึกษาได้ทั้งสิ้น 30 คุณลักษณะ ตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.1 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะทั้ง 30 คุณลักษณะ

ลำดับ	คุณลักษณะ	ชนาภัทร ปันสน (2555)	อุดมทรัพย์ คำยามา (2558)	สรารัตน์ บุญวงศ์ (2556)	Korbkul jantarakolicea (2012)	เพศชาย จำนวน 40 คน	เพศหญิง จำนวน 40 คน
1	ไม่หักเงินใดๆ เมื่อถูกรางวัล					X	X
2	เป็นผลิตภัณฑ์ของรัฐบาล					X	X
3	หาซื้อง่าย สะดวก	X		X		X	X
4	ราคาสามารถซื้อได้ไม่แพง		X	X			
5	สามารถเลือกเลขได้		X	X		X	X
6	เงินรางวัลเหมาะสมกับการลงทุน			X	X	X	X
7	อยากรวย (เงินรางวัลที่ 1)						
8	สลากมีความหลากหลาย					X	X
9	ขนาดพกพาสะดวก			X		X	
10	สะสมเงินรางวัล เมื่อไม่มีผู้ถูกรางวัล					X	X
11	กำหนดมูลค่าในการซื้อได้เอง						X

ตารางที่ 3.1 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะทั้ง 30 คุณลักษณะ (ต่อ)

ลำดับ	คุณลักษณะ	ชนาภัทร ปันสน (2555)	อุดมทรัพย์ ค้ายามา (2558)	สรารัตน์ บุญวงศ์ (2556)	Korbkul jantarakolicea (2012)	เพศชาย จำนวน 40 คน	เพศหญิง จำนวน 40 คน
12	สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล	X	X			X	X
13	ถ่ายทอดผลรางวัลทางโทรทัศน์					X	
14	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ						X
15	การให้ที่ระลึกเมื่อรับรางวัล					X	X
16	ชอบเสียง/ชอบลุ้น				X	X	X
17	สถานที่จัดจำหน่ายเพียงพอ			X			X
18	รอบเสียงเยอะ	X				X	
19	การให้ของแถม เมื่อซื้อสลาก						
20	การลดราคา					X	
21	สลากปลอมแปลงยาก					X	
22	ความสะดวกในการขึ้นเงินรางวัล					X	
23	สะสมสามารถลุ้นโชคได้ตามเทศกาล					X	
24	มีรางวัลพิเศษตามเทศกาล					X	
25	ทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้					X	
26	มี call center ให้คำแนะนำตลอด						X
27	ช่วยเหลือสังคม						X
28	กระจายรายได้						X
29	รูปแบบสลาก (ทันสมัยให้เป็นของขวัญได้)					X	
30	รูปแบบการเล่นง่าย ไม่ซับซ้อน						X

หมายเหตุ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย

ตารางที่ 3.2 คุณลักษณะที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและการสอบถามเบื้องต้น 30 คุณลักษณะ

ลำดับ	คุณลักษณะ	ลำดับ	คุณลักษณะ
1	ไม่หักเงินใดๆ เมื่อถูกรางวัล	16	ชอบเสียง/ชอบลุ้น
2	เป็นผลิตภัณฑ์ของรัฐบาล	17	สถานที่จัดจำหน่ายเพียงพอ
3	สถานที่ทำซื้อง่าย สะดวก	18	รอบเสียงเยอะ
4	ราคาสามารถซื้อได้ ไม่แพง	19	โปรโมชั่นต่างๆ
5	สามารถเลือกเลขได้	20	อุปกรณ์ออกรางวัล
6	เงินรางวัลเหมาะสมกับการลงทุน	21	สลากปลอมแปลงยาก
7	อยากรวย (เงินรางวัลที่ 1)	22	ความสะดวกในการขึ้นเงินรางวัล
8	สลากมีความหลากหลาย	23	สะสมสามารถลุ้นโชคได้ตามเทศกาล
9	ขนาดพกพา สะดวก	24	มีรางวัลพิเศษตามเทศกาล
10	สะสมเงินรางวัล เมื่อไม่มีผู้ถูกรางวัล	25	ทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้
11	กำหนดราคาซื้อด้วยตนเอง	26	มีความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์/ อินเทอร์เน็ต
12	สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล	27	ช่วยเหลือสังคม
13	ถ่ายทอดผลรางวัลทางโทรทัศน์	28	กระจายรายได้
14	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	29	รูปแบบสลาก (ทันสมัยให้เป็นของขวัญได้)
15	การให้ที่ระลึกเมื่อรับรางวัล	30	รูปแบบการเล่นง่าย ไม่ซับซ้อน

หมายเหตุ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย

การเลือกคุณลักษณะและระดับ (Attribute & Level Extraction) มี 4 ขั้นตอนดังนี้

1. สัมภาษณ์กลุ่ม (Group interview) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ทุกงวด งดละไม่ต่ำกว่า 10 ใบ (ภาคผนวก ก) เพื่อคัดเลือกคุณลักษณะจาก 30 คุณลักษณะให้เหลือ 20 คุณลักษณะ โดยผู้วิจัยได้ทำการจัดเป็น 6 กลุ่มย่อยดังตารางที่ 3.3 และภาพที่ 3.1

ตารางที่ 3.3 เลือกคุณลักษณะเหลือ 20 คุณลักษณะที่สรุปได้จากการสัมภาษณ์กลุ่ม จำนวน 5 ราย

	ผลิตภัณฑ์ (Product)	7 คุณลักษณะ
1	สามารถเลือกเลขได้	
2	อยากกรวย (รางวัลที่ 1)	
3	สลากมีความหลากหลาย	
4	มีรางวัลพิเศษตามเทศกาล	
5	ไม่หักเงินใดๆ จากสลากเมื่อถูกรางวัล	
6	รูปแบบการเล่นง่าย ไม่ซับซ้อน	
7	ขนาดพกพา สะดวก	
	ราคา (Price)	3 คุณลักษณะ
8	ราคาสามารถซื้อได้ ไม่แพง	
9	กำหนดราคาซื้อด้วยตนเอง	
10	เงินรางวัลสลากเหมาะกับการลงทุน	
	ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3 คุณลักษณะ
11	สถานที่ซื้อง่าย	
12	สถานที่จัดจำหน่ายเพียงพอ	
13	ทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้	
	การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	2 คุณลักษณะ
14	โปรโมชั่น	
15	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	
	ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and Presentation)	3 คุณลักษณะ
16	สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล	
17	รูปแบบสลาก (ทันสมัยใช้เป็นของขวัญได้)	
18	ผลิตภัณฑ์ของรัฐบาล	
	ด้านกระบวนการ (Process)	2 คุณลักษณะ
19	ความสะดวกขึ้นเงินรางวัล	
20	มีความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์/อินเทอร์เน็ต	

หมายเหตุ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย



ภาพที่ 3.1 คุณลักษณะ (Attribute) ที่มีผลต่อความต้องการสลากรูปแบบใหม่ของประชากรในเขตกรุงเทพ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย.

2. การศึกษาเบื้องต้นครั้งที่ 1 ในส่วนของแบบสอบถามเพื่อเลือกคุณลักษณะที่มีความสำคัญ โดยกระทำทั้ง 20 คุณลักษณะสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 ราย (ภาคผนวก ข) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์และเก็บแบบสอบถามใน 2 ส่วน (ภาคผนวก ค) คือ

ส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์เกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และจำนวนสมาชิกในครอบครัว

ส่วนที่ 2 คือ การให้คะแนนเกี่ยวกับประเด็นที่ศึกษา เป็นการให้คะแนนคุณลักษณะจาก 1-10 คะแนน โดยคะแนน 1 คือ ไม่ให้ความสำคัญไปจนถึง 10 คือ ให้ความสำคัญอย่างยิ่ง ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 ราย การศึกษาและระดับรายได้ที่แตกต่างกัน อายุ 27-45 ปี ประกอบด้วย กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 2 ราย กลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 3 รายและกลุ่มอาชีพอิสระ จำนวน 5 ราย หากจำแนกตามเพศ จะประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 4 รายและเพศหญิงจำนวน 6 ราย สถานภาพโสด 6 รายและสมรสจำนวน 4 ราย

ผลคะแนนที่ได้จากการศึกษาเบื้องต้น ครั้งที่ 1 (ภาคผนวก ง) ได้ตัดหัวข้อปัจจัยการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ออกจากกลุ่ม ทำให้เหลือคุณลักษณะเพียง 5 คุณลักษณะและสรุปคุณลักษณะที่มีความสำคัญได้ 5 ลำดับเรียงคะแนนสูงที่สุด (ภาคผนวก จ) ดังนี้

- 1) Select number-สามารถเลือกเลขได้
- 2) Start price-กำหนดราคาซื้อด้วยตนเอง
- 3) Promotion-โปรโมชั่น
- 4) Easy to buy and conveniently-สถานที่ซื้อง่าย
- 5) Convenient get reward-ความสะดวกขึ้นเงินรางวัล

สรุปคุณลักษณะที่ได้จากการศึกษาเบื้องต้นครั้งที่ 1 มีผลต่อความต้องการสลากรูปแบบใหม่ของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อแจกแจงตามคุณลักษณะตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการสลากรูปแบบใหม่ ได้แก่ ปัจจัยผลิตภัณฑ์ ปัจจัยราคา ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย ปัจจัยส่งเสริมการตลาดและปัจจัยด้านกระบวนการ ภาพที่ 3.2 ดังนั้นการเลือกคุณลักษณะที่สำคัญ ทำให้นำมาวิเคราะห์ในแบบจำลองทางเลือกได้ทั้งหมด 5 คุณลักษณะ ได้แก่ คุณลักษณะสามารถเลือกเลขได้ คุณลักษณะกำหนดราคาซื้อด้วยตนเอง คุณลักษณะสถานที่หาซื้อง่าย สะดวก คุณลักษณะโปรโมชั่น และคุณลักษณะความสะดวกในการขึ้นเงินรางวัล

ความ ต้องการ สลาก รูปแบบใหม่	ผลิตภัณฑ์	1. Select number-สามารถเลือกเลขได้
	ราคา	2. Start price-กำหนดราคาซื้อด้วยตนเอง
	ช่องทางจัดจำหน่าย	3. Easy to buy-สถานที่ซื้อง่าย
	ส่งเสริมการตลาด	4. Promotion-โปรโมชั่น
	กระบวนการ	5. Convenient get reward-ความสะดวกขึ้นเงินรางวัล

ภาพที่ 3.2 คุณลักษณะที่ได้จากการศึกษาเบื้องต้น ครั้งที่ 1. จากการสรุปโดยผู้วิจัย.

3. การศึกษาเบื้องต้น ครั้งที่ 2 นำผลมาพิจารณาสกัดคุณลักษณะและระดับของคุณลักษณะที่จะนำไปใช้ในงานวิจัย ทำโดยทบทวนวรรณกรรมเพิ่มเติมประกอบกับการสัมภาษณ์รายบุคคล (Personal Interview) เพื่อคัดเลือกระดับของคุณลักษณะซึ่งมีทั้งสิ้น 20 ระดับ ตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 ระดับของคุณลักษณะ 20 ระดับจากการศึกษาเบื้องต้นครั้งที่ 2

ลำดับ	คุณลักษณะ	ระดับ
1.	สามารถเลือกเลขได้	1.1 เลขท้าย 2 ตัวบน
		1.2 เลขท้าย 3 ตัวบน
		1.3 โท้ด 3 ตัวบน
		1.4 โท้ด 2 ตัวบน
		1.5 3 ตัวหน้ารางวัลที่ 1
2.	กำหนดราคาซื้อด้วยตนเอง	2.1 ราคา 80 บาท
		2.2 ราคา 100 บาท
		2.3 ราคา 120 บาท
		2.4 ราคา 150 บาท
3.	สถานที่หาซื้อง่าย สะดวก	3.1 ตู้ออนไลน์
		3.2 แผงลอตเตอรี่ทั่วไป กระจาด
		3.3 อินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 3.4 ระดับของคุณลักษณะ 20 ระดับจากการศึกษาเบื้องต้นครั้งที่ 2 (ต่อ)

ลำดับ	คุณลักษณะ	ระดับ
4.	โปรโมชั่น	4.1 ส่วนลดทันที
		4.2 ของแถม
		4.3 ของที่ระลึก
		4.4 คุปองชิงโชคทอง
5.	ความสะดวกในการขึ้นรางวัล	5.1 โอนเข้าบัญชีทันที
		5.2 ห้างสรรพสินค้า
		5.3 ร้านค้าเปิด 24 ชม.
		5.4 ร้านค้าทั่วไป

หมายเหตุ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย

4. การศึกษาเบื้องต้น ครั้งที่ 3 เพื่อหาระดับของคุณลักษณะ เพื่อให้สามารถออกแบบจำลองทางเลือกและนำเสนอถึงรูปแบบพฤติกรรมการซื้อขายที่ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์และแบ่งบอกถึงการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลได้มากที่สุด ทำโดยการสัมภาษณ์และแจกแบบสอบถามให้คะแนน (Rating) ในแต่ละระดับคุณลักษณะ (Level) จาก 1-10 คะแนน (ภาคผนวก ฉ) และผลคะแนนที่ได้จากการศึกษาเบื้องต้นครั้งที่ 3 (ภาคผนวก ช) สรุปผลการศึกษาระดับความสำคัญของแต่ละคุณลักษณะ ปรากฏในตารางที่ 3.5

ตารางที่ 3.5 ระดับของคุณลักษณะ (Level) ที่มีความสำคัญจากการศึกษาเบื้องต้น ครั้งที่ 3

ลำดับ	คุณลักษณะ	ระดับ
1.	สามารถเลือกเลขได้	1.1 เลขท้าย 3 ตัวบน
		1.2 เลขโดด 3 ตัวบน
2.	กำหนดราคาซื้อด้วยตนเอง	2.1 ราคา 100 บาท
		2.2 ราคา 120 บาท
		2.3 ราคา 150 บาท

ตารางที่ 3.5 ระดับของคุณลักษณะ (Level) ที่มีความสำคัญจากการศึกษาเบื้องต้น ครั้งที่ 3 (ต่อ)

ลำดับ	คุณลักษณะ	ระดับ
3.	สถานที่หาซื้อง่าย สะดวก	3.1 ตู้ออนไลน์
		3.2 แผงลอตเตอรี่ทั่วไป กระจาด
4.	โปรโมชั่น	4.1 ส่วนลดทันที
		4.2 คุปองชิงโชคทอง
5.	ความสะดวกในการขึ้นรางวัล	5.1 ร้านค้าทั่วไป
		5.2 ร้านค้าเปิด 24 ชม.

หมายเหตุ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย

สรุปการศึกษาเบื้องต้น ครั้งที่ 3 สามารถอธิบายถึงการสัมภาษณ์และการสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามในการคัดเลือกคุณลักษณะ การให้ระดับความสำคัญของแต่ละคุณลักษณะ ดังนี้

- **คุณลักษณะสามารถเลือกเลขได้** กลุ่มตัวอย่างเลือกอันดับที่ 1 และ 2 คือ เลขโดด 3 ตัวบนและเลขท้าย 3 ตัวบน โดยกลุ่มตัวอย่างมองว่าการแทงได้มีโอกาสได้ถึง 6 แบบด้วยกัน โอกาสที่จะถูกรางวัลมีมาก รองลงมาคือ 3 ตัวบนเพราะได้รับเงินรางวัลมากถ้าถูกโดยตรง **ตัดทิ้ง** เลขท้าย 2 ตัวบน โดด 2 ตัวบน และ 3 ตัวหน้ารางวัลที่ 1 เพราะเยอะเกินไปได้เงินรางวัลน้อย อีกทั้งการเล่นเลขท้าย 3 ตัวบนและเลขโดด 3 ตัวบนเป็นที่คุ้นเคยจากการเล่นหวยใต้ดิน

- **คุณลักษณะกำหนดราคาซื้อด้วยตนเอง** กลุ่มตัวอย่างเลือก ราคา 150 100 และ 120 บาทตามลำดับมีกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าการซื้อสลาก 1 ใบแต่ได้ทั้งส่วนลดหรือคุปองชิงโชคที่มากกว่าถึงแม้จะไม่ถูกรางวัลที่หนึ่ง แต่ตนซื้อ 1 ใบก็ได้ลุ้น อีกทั้งผู้ที่เลือก 100 บาท ให้ความเห็นว่าปัจจุบันถึงจะมีการควบคุมราคา 80 บาท แต่ถ้าเลขที่หาซื้อยากหรือเลขที่ต้องการมีมาก ราคาที่ 100 บาท จึงไม่แปลกที่จะเลือกราคา 100 บาท กับสลากรูปแบบใหม่ ที่มีส่วนลดและร่วมลุ้นรางวัลมากกว่า 80 บาท ปัจจุบัน **ตัดทิ้ง** ราคา 80 บาทเพราะเห็นว่าปัจจุบันซื้อก็ 100 บาท เพราะสงสารคนขายหรือให้ค่าเหนื่อยอยู่แล้ว เปลี่ยนเป็น 100 บาท ไม่มีผลกระทบเท่าไร

- **คุณลักษณะสถานที่ซื้อ** กลุ่มตัวอย่างเลือกตู้ออนไลน์และแผงลอตเตอรี่ทั่วไป กระจาด เลือกตู้ออนไลน์เพราะเห็นว่าเป็นทางเลือกใหม่ ง่ายและไม่ต้องพบปะกับคนขาย บางครั้งอายุที่จะซื้อเลือกที่แผงลอตเตอรี่ทั่วไป เลือกซื้อที่ตู้ออนไลน์ดีกว่า ส่วนแผงลอตเตอรี่ กระจาดที่เลือกนั้นคือ ความคุ้นเคยกับคนขาย สงสารคนขายและช่วยซื้อเจ้าประจำ **ตัดทิ้ง** อินเทอร์เน็ต เพราะ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีเกี่ยวกับสลาวยังไม่ก้าวหน้าพอ กลัวการป้องกันการซื้อไม่มากพอ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ผู้ซื้อเกิดความยุ่งยากเลยไม่เลือกสถานที่ซื้ออินเทอร์เน็ต

- **คุณลักษณะโปรโมชั่น** กลุ่มตัวอย่างเลือก ส่วนลดทันทีและคูปองชิงโชคของ เนื่องจากส่วนลดทันทีนั้นเคยชินกับการซื้อห่วยได้คืน ยิ่งซื้อเป็นจำนวนมากก็จะได้รับส่วนลดมากขึ้น ด้วยเลยไม่เกิดความสับสนเท่าไร และคูปองชิงโชคก็เป็นสิ่งแปลกใหม่ เมื่อถูกรางวัลหรือไม่ถูกรางวัล ก็สามารถลุ้นโชคที่สองได้ ไม่จำเป็นต้องถูกรางวัลที่หนึ่งเพียงอย่างเดียว **ตัดทิ้ง** ของแถม ของที่ระลึก เนื่องจากเป็นสิ่งที่เล็กน้อยไม่สนใจ ไม่ทำให้เกิดการซื้อหรือไม่ซื้อสลาวยุ่งเท่าไร

- **คุณลักษณะความสะดวกในการขึ้นเงินรางวัล** กลุ่มตัวอย่างเลือก ร้านค้าเปิด 24 ชม.และร้านค้าทั่วไป เนื่องจากถูกรางวัลสลาวยุ่งแล้ว จะขึ้นรางวัลเวลาในก็ได้รับเช่นเดิม แต่ถ้าร้านค้าเปิด 24 ชม. รับเมื่อไหร่ก็ได้ ยิ่งดี สะดวกสบาย รวดเร็วดี ส่วนเลือกร้านค้าทั่วไป อันดับสอง เพราะค่าธรรมเนียม กลุ่มตัวอย่างบางรายรอได้ เพราะหักค่าธรรมเนียมน้อยกว่า **ตัดทิ้ง** โอนเข้าบัญชีทันที ห้างสรรพสินค้า เนื่องจากยังไม่แน่ใจในระบบอีกทั้งเมื่อถูกรางวัลเพียงเล็กน้อย ไปรับตามที่ร้านค้าเปิด 24 ชม.หรือร้านค้าทั่วไปดีกว่าต้องเปิดบัญชีธนาคาร หรือรอเวลาเปิดของห้างสรรพสินค้า

3.3.2 การสร้างชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ (Stimulus Set Construction)

โดยจำนวนชุดคุณลักษณะทั้งหมดที่จะใช้ในการศึกษา ได้จากการนำระดับคุณลักษณะที่ใช้ในการศึกษามาคูณกัน จากนั้นลดจำนวนชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ โดยอาศัยวิธีการ Full Fractional Factorial Design เพื่อให้ได้จำนวนชุดของคุณลักษณะเหมาะสมกับการศึกษาโดยเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคมจะตอบคำถาม

สามารถเลือกเลขได้	= 2	ระดับ
กำหนดราคาซื้อด้วยตนเอง	= 3	ระดับ
หาซื้อง่าย สะดวก	= 2	ระดับ
โปรโมชั่น	= 2	ระดับ
ความสะดวกในการขึ้นรางวัล	= 2	ระดับ
ดังนั้นชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้จึงเท่ากับ	= $2 \times 3 \times 2 \times 2 \times 2$	= 48 ชุด

คัดเลือกชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ด้วยโปรแกรม SPSS เพื่อให้ได้ชุดของอรรถประโยชน์ เป็น Concept card ที่ปัจจัยเป็นอิสระจากกัน (Orthogonal factors) ซึ่งจะใช้คำสั่งวิเคราะห์ประมวลผลแบบ Orthogonal Design ทำหน้าที่ลดจำนวนชุดคุณลักษณะที่เหมาะสมซึ่งจะเหลือชุดคุณลักษณะที่เหมาะสมเพียง 8 ชุดทางเลือกเท่านั้น

3.3.3 วิธีการเลือกรูปแบบการนำเสนอและวิธีการนำเสนอชุดคุณลักษณะ

วิธีการเลือกรูปแบบการนำเสนอ นำคุณลักษณะ (Attribute) และระดับของคุณลักษณะ (Level) ที่ได้จากตารางที่ 3.5 เลือกรูปแบบการนำเสนอชุดคุณลักษณะต่อผู้บริโภคในรูปแบบของวิธี Full profile design เป็นการนำเสนอชุดคุณลักษณะ ที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบคำถามโดยการให้คะแนนความพึงพอใจต่อชุดคุณลักษณะต่างๆ ทั้งหมดพร้อมๆ กัน ทั้ง 8 ชุดคุณลักษณะ (จะใช้กรณีมีชุดข้อมูลไม่มาก) และงานวิจัยชิ้นนี้ต้องการศึกษาเพื่อให้ได้ผลงานวิจัยที่จะรายงานภาพรวมของสลากรูปแบบใหม่มากกว่าจึงค่อยตัดสินใจชอบ ผลที่ได้จากการประมวลผลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) ทำให้ชุดคุณลักษณะเหลือที่จะนำไปใช้ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกความชอบเพียง 8 ชุด ดังปรากฏในตารางที่ 3.6

ตารางที่ 3.6 ชุดคุณลักษณะทั้ง 8 ชุด จากการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบร่วม

ชุดที่	สามารถเลือกเลขได้	ราคาซื้อเริ่มต้น	โปรโมชั่น	สถานที่ซื้อ	บริการขึ้นเงินรางวัล
1	แทง 3 ตัวบน เงินรางวัลบาทละ 500	100 บ.	ส่วนลดทันที 10 บาท	ตู้ออนไลน์	ร้านค้าทั่วไป หัก ค่าธรรมเนียม 2%
2	แทง 3 ตัวบน เงินรางวัลบาทละ 500	100 บ.	ส่วนลดทันที 10 บาท	แผงลอตเตอรี่ทั่วไป กระดาดาชจด	ร้านค้า 24 ชม. หัก ค่าธรรมเนียม 3%
3	แทง 3 ตัวบน เงินรางวัลบาทละ 500	120 บ.	ลุ้นทองหนัก 120 บาท	ตู้ออนไลน์	ร้านค้า 24 ชม. หัก ค่าธรรมเนียม 3%
4	แทง 3 ตัวบน เงินรางวัลบาทละ 500	150 บ.	ลุ้นทองหนัก 150 บาท	แผงลอตเตอรี่ทั่วไป กระดาดาชจด	ร้านค้าทั่วไป หัก ค่าธรรมเนียม 2%
5	แทงโต้ต 3 ตัวบน เงินรางวัลบาทละ 100	100 บ.	ลุ้นทองหนัก 100 บาท	แผงลอตเตอรี่ทั่วไป กระดาดาชจด	ร้านค้า 24 ชม. หัก ค่าธรรมเนียม 3%
6	แทงโต้ต 3 ตัวบน เงินรางวัลบาทละ 100	100 บ.	ลุ้นทองหนัก 100 บาท	ตู้ออนไลน์	ร้านค้าทั่วไป หัก ค่าธรรมเนียม 2%
7	แทงโต้ต 3 ตัวบน เงินรางวัลบาทละ 100	120 บ.	ส่วนลดทันที 20 บาท	แผงลอตเตอรี่ทั่วไป กระดาดาชจด	ร้านค้าทั่วไป หัก ค่าธรรมเนียม 2%
8	แทงโต้ต 3 ตัวบน เงินรางวัลบาทละ 100	150 บ.	ส่วนลดทันที 50 บาท	ตู้ออนไลน์	ร้านค้า 24 ชม. หัก ค่าธรรมเนียม 3%

หมายเหตุ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย

วิธีการนำเสนอชุดคุณลักษณะ ได้แก่ การแสดงภาพที่ใช้ข้อความบรรยายคุณลักษณะ การแสดงการ์ดที่มีรูปภาพประกอบการบรรยายภาพ การแสดงตัวอย่างผลิตภัณฑ์จริง ซึ่งการใช้การ์ดรูปภาพเป็นที่นิยมมากกว่าวิธีอื่น ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้เพื่อให้ง่ายต่อการประเมินและการรวบรวมข้อมูล คือ นำชุดคุณลักษณะทั้ง 8 ชุดไปจัดทำแสดงการ์ดที่มีรูปภาพประกอบการบรรยายคุณลักษณะ (Paragraph Description) เพื่อวิเคราะห์ว่าสลากรูปแบบใหม่ควรเป็นอย่างไร (ภาคผนวก ข ส่วนที่ 3)

3.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในงานวิจัยชิ้นนี้ ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ทั้งในส่วนของการใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม คือ

- การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) จะใช้สำหรับข้อมูลใน ส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 (ภาคผนวก ข) เป็นการวิเคราะห์เพื่ออธิบายภาพรวมลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมผู้บริโภคซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

ข้อมูลลักษณะทางประชากร เป็นเทคนิคใช้ในการหาข้อสรุปลักษณะของกลุ่มประชากรตัวอย่าง ผลที่ได้จะใช้อธิบายลักษณะของประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลมาจากแบบสอบถามงานวิจัยนี้เท่านั้น ไม่สามารถอ้างอิงกับกลุ่มตัวอย่างประชากรอื่นได้ ซึ่งงานวิจัยนี้จะเสนอข้อมูลในรูปแบบของสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นการใช้เทคนิคการหาพฤติกรรมของผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ ซึ่งผลที่ได้นั้นจะบอกถึงลักษณะพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามงานวิจัยนี้ ซึ่งสอบถามเฉพาะผู้ที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯ ไม่สามารถใช้เป็นข้อมูลในการแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดได้ งานวิจัยนี้จะเสนอข้อมูลในรูปแบบของสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) จะใช้สำหรับข้อมูลใน ส่วนที่ 3 (ภาคผนวก ข) เป็นการวิเคราะห์เพื่อทราบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อคุณลักษณะของสลากรูปแบบใหม่ ใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) คือ เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ความชอบ/ความเอนเอียงที่จะชอบ (Preference) ของกลุ่มคน โดยเราอาจสนใจว่าควรมอบคุณค่าใดบ้างให้ลูกค้า (คุณภาพ ผลิตภัณฑ์ คุณภาพการบริการ การบริการก่อนขาย การบริการหลังขาย) ควรลดค่าใช้จ่าย (เงิน เวลา ความเสี่ยง ผลกระทบที่ทำให้เลวลง) (มนตรี พิริยะกุล, 2555) โดยการศึกษาความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสลากรูปแบบใหม่ ในงานวิจัยชิ้นนี้เพื่อตอบสนองกลุ่มตัวอย่างที่มีแนวโน้มตัดสินใจซื้อสลากรูปแบบใหม่ ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยที่มีอยู่มากมาย ในการวิเคราะห์ข้อมูล

กับข้อมูลส่วนที่ 3 ที่เป็นการวัดความพึงพอใจ โดยให้คะแนน (Rating) ชุดคุณลักษณะ และการเรียงลำดับความสำคัญ (Ranking) ต่อชุดคุณลักษณะ เป็นการให้คะแนน 1-10 ซึ่งเป็นการวัดความพึงพอใจแบบ metric ทำให้ทราบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามแตกต่างกันเล็กน้อยเพียงใดและต่างกันเท่าใด เพื่อทำความเข้าใจแก่ผู้บริโภคที่มีการตอบสนองต่อความพอใจต่อสินค้าหรือบริการในรูปแบบต่างๆ อย่างไรก็ตาม ซึ่งสมการความสัมพันธ์พื้นฐานในรูปแบบทั่วไป เพื่ออธิบายถึงการตอบสนองของผู้บริโภคต่อความพึงพอใจในสินค้าและบริการในรูปแบบต่างๆ อย่างไรก็ตาม มีลักษณะดังนี้

$$Y_1 = a + X_1 + X_2 + X_3 + X_4 + X_5 + e$$

โดยที่ Y_1 = ค่าความพึงพอใจรวมที่ผู้บริโภคให้กับแต่ละชุดคุณลักษณะของสลากรูปแบบใหม่

a = ค่าคงที่

X_1 = ค่าความพึงพอใจที่ผู้บริโภคให้แก่ คุณลักษณะสามารถเลือกเลขได้

X_2 = ค่าความพึงพอใจที่ผู้บริโภคให้แก่ คุณลักษณะราคาซื้อเริ่มต้น

X_3 = ค่าความพึงพอใจที่ผู้บริโภคให้แก่ คุณลักษณะโปรโมชัน

X_4 = ค่าความพึงพอใจที่ผู้บริโภคให้แก่ คุณลักษณะสถานที่ซื้อ

X_5 = ค่าความพึงพอใจที่ผู้บริโภคให้แก่ คุณลักษณะบริการขึ้นเงินรางวัล

e = ค่าความคลาดเคลื่อน (error term)

3.3.5 การเลือกแบบจำลองความพึงพอใจ (Preference or Part-worth Models)

ที่เหมาะสมกับการศึกษาแบบจำลองแต่ละแบบ

จะแสดงลักษณะความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะที่นิยมใช้กัน มี 3 แบบจำลอง ดังนี้

Linear Model สำหรับคุณลักษณะที่ระดับคุณลักษณะมีความสัมพันธ์กันเชิงเส้น เหมาะสำหรับคุณลักษณะที่เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงระดับคุณลักษณะแล้ว ทำให้ความพึงพอใจมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเพิ่มขึ้นหรือลดลงในลักษณะที่เป็นเส้นตรง

Ideal-point Model เป็นคุณลักษณะที่มีลักษณะเป็นเส้นโค้ง เหมาะสำหรับคุณลักษณะที่เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงระดับของคุณลักษณะไปแล้วความพึงพอใจของผู้ตอบคำถามจะมีค่าเพิ่มขึ้นหรือลดลง และจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงจนถึงจุดหนึ่ง ที่สร้างความพึงพอใจของผู้ตอบคำถามจะมีค่าสูงสุดหรือต่ำสุด และเมื่อระดับคุณลักษณะยังมีการเปลี่ยนแปลงไปจะทำให้ความพึงพอใจของผู้ตอบคำถามลดลงหรือเพิ่มขึ้นตามลำดับ

Discrete Model สำหรับคุณลักษณะที่ระดับคุณลักษณะไม่มีความสัมพันธ์กัน คือ วิธีการประมาณค่าอรรถประโยชน์เหมาะสำหรับตัวแปรคุณลักษณะที่ไม่สามารถบอกได้ว่าเมื่อเกิด

การเปลี่ยนแปลงในระดับคุณลักษณะแล้ว ความพอใจจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเพิ่มขึ้นหรือลดลง จะแสดงความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะ

ในงานวิจัยชิ้นนี้เก็บข้อมูลโดยวิธีการให้คะแนน (Rating) โดยใช้โปรแกรม SPSS ด้วยวิธีการ “SCORE” การตั้งค่าการเลือกแบบ (Factor Models) วิเคราะห์ข้อมูลของคุณลักษณะ แต่ละคุณลักษณะให้มีความเหมาะสมกับลักษณะของข้อมูล โดยจะกำหนดทิศทางความสัมพันธ์ ต่อท้ายว่า MORE หากค่าความชอบ (Preference) เพิ่มขึ้นเมื่อค่าระดับคุณลักษณะเพิ่มขึ้น และหาก ความสัมพันธ์สวนทางกันจะต่อท้ายด้วย LESS สำหรับการตั้งค่าแบบ (Factor Models) ในงานวิจัย ดังตารางที่ 3.7

ตารางที่ 3.7 การเลือกแบบใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของคุณลักษณะในงานวิจัย

ที่	คุณลักษณะ	ความสัมพันธ์ของแบบจำลอง
1	สามารถเลือกเลขได้	Discrete Model
2	ราคาซื้อเริ่มต้น	Discrete Model
3	โปรโมชั่น	Discrete Model
4	สถานที่ซื้อ	Discrete Model
5	บริการในการขึ้นเงินรางวัล	Discrete Model

หมายเหตุ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย

3.4 กระบวนการแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สลากกินแบ่งรัฐบาล

สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ในปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์สลากกินแบ่งรัฐบาลเพียง ผลิตภัณฑ์เดียว แต่พบกับปัญหาในหลายๆ ด้านเช่น ปัญหาสลากกินราคาจากระบบการจัดสรรสลาก ที่ผู้ซื้อไม่มีทางเลือกซื้ออื่น เจ้ามือหวยใต้ดินที่มีลักษณะการเล่น,วิธีการเล่นที่หลากหลาย เป็นต้น ทำให้ผลิตภัณฑ์สลากกินแบ่งรัฐบาลไม่สามารถแข่งขันหรือได้เปรียบกับการพนันหวยใต้ดิน (เป็นผลิตภัณฑ์การพนันที่มีการซื้อใกล้เคียงกับสลากกินแบ่งรัฐบาล) และไม่เป็นที่นิยมในกลุ่มผู้ซื้อ เท่าที่ควร ผลิตภัณฑ์สลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นการพนันที่ถูกกฎหมายอยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐบาล ที่ผู้ซื้อต้องเลือกหรือซื้อตามตัวเลขที่มีอยู่อย่างจำกัด รอผลการออกรางวัลสลากในแต่ละงวด ถ้ารางวัล เลขที่ออกตรงกับหมายเลขของที่ซื้อก็จะรับเงินรางวัลตามจำนวนที่ตกลง ออกสลากเพื่อตอบสนอง ความต้องการเสี่ยงโชค และให้ผลตอบแทนก้อนโต เป็นความหวังทั้งคนรวยและคนจน แต่ผลิตภัณฑ์

หวยใต้ดิน ซึ่งเป็นการพนันที่ผิดกฎหมาย มีเจ้ามือเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์แต่เพียงผู้เดียวอาศัยการอ้างอิงจากการออกรางวัลของสลากกินแบ่งรัฐบาล และมีวิธีการเล่นตลอดจนการรับเงินรางวัลต่างจากสลากกินแบ่งรัฐบาลอยู่บ้าง แต่ได้ส่วนแบ่งรายได้หรือส่วนแบ่งทางการตลาด โดยที่ไม่ต้องนำเงินกลับมาหมุนเวียนประเทศ เพราะผู้ซื้อเน้นในเรื่องของความสะดวก การรับรางวัล และการซื้อโดยตรงจากผู้ขาย

ปัจจุบันสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล จึงได้มีการปรับปรุงและพัฒนาสลาก ให้เป็นที่ยอมรับของผู้ซื้อและมีการปราบปรามผู้ที่เล่นการพนันผิดกฎหมายอย่างจริงจัง แต่อย่างไรก็ตามไม่สามารถแก้ไขให้หมดไปได้ ยังมีการลักลอบเล่นการพนันอย่างผิดกฎหมายอยู่ เพราะมีความได้เปรียบของการพนันหวยใต้ดิน ตามตารางที่ 3.8 ข้างได้เปรียบระหว่างหวยใต้ดินกับสลากกินแบ่งรัฐบาล ดังนี้

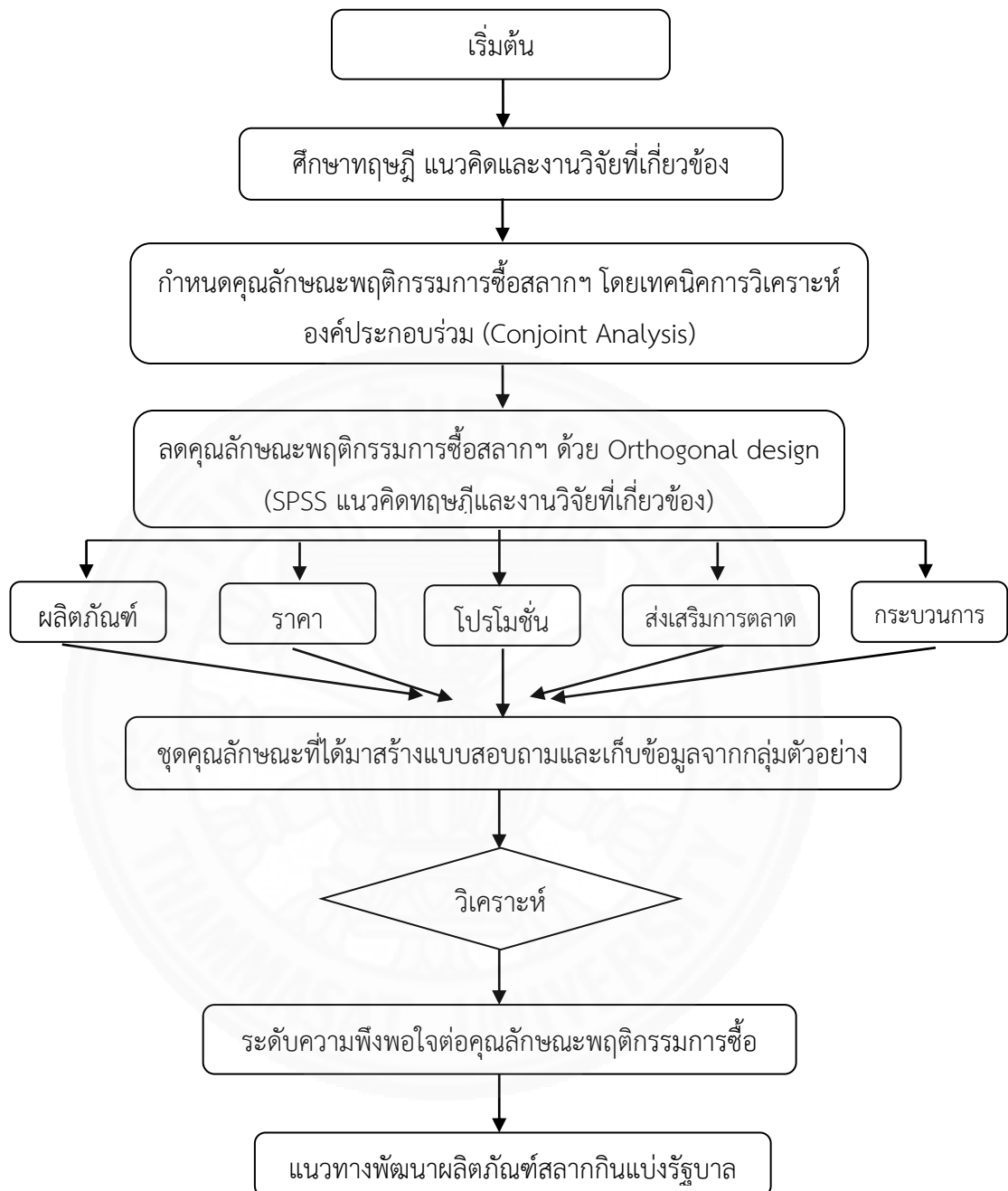
ตารางที่ 3.8 แสดงข้อเปรียบเทียบระหว่างหวยใต้ดินกับสลากกินแบ่งรัฐบาล

รูปแบบ	หวยใต้ดิน	สลากกินแบ่งรัฐบาล
1) ความสามารถเลือกเลขได้ วิธีการเล่น วิธีการซื้อหรือวิธีการแทง และ เงินรางวัล	<p>วิธีการเล่นหลากหลาย สามารถเลือกตัวเลขที่จะซื้อได้ตามที่ต้องการ</p> <p>1) แทง 3 ตัวบน(ตรง) คือ เลขท้าย 3 ตัวของรางวัลที่ 1 สลากกินแบ่งฯ มี 1 รางวัล โอกาสถูก 1/1000 เลขที่แทงได้ คือ 000-999 เมื่อถูกได้รับเงินรางวัลบาทละ 500 อัตราไม่แน่นอน บางครั้งจ่ายบาทละ 600 หรือ 400 ขึ้นอยู่กับการตกลง</p> <p>2) แทงโต๊ด 3 ตัวบน คือ เหมือนกับการแทง 3 ตัวบน (ตรง) เพียงแต่สามารถสลับตำแหน่งตัวเลขได้ แทงได้ 6 แบบ ต่อ 1 ครั้ง เมื่อถูกได้รับเงินรางวัลบาทละ 100</p> <p>3) แทง 2 ตัวบน หลักการแทงเหมือนแทง 3 ตัวบน (ตรง) เมื่อถูกได้รับเงินรางวัลบาทละ 70</p> <p>4) แทงเลขวิ่งบน คือ เลขเหมือน 3 ตัวบนอย่างน้อยหนึ่งตัวอัตราการจ่ายใน 3</p> <p>5) แทง 3 ตัวล่าง คือ แทงเลขท้าย 3 ตัวในการออกสลากกินแบ่งรัฐบาล อัตราการจ่ายบาทละ 100</p> <p>6) แทง 2 ตัวล่าง คือ แทงเลขท้าย 2 ตัวของสลากกินแบ่งฯ มีรางวัลเดียว อัตราการจ่ายบาทละ 70</p> <p>7) แทงวิ่งล่าง คือ เลขเหมือน 2 ตัวล่างอย่างน้อยหนึ่งตัวสามารถเลือกตัวเลขที่จะซื้อได้ตามต้องการ</p>	<p>วิธีการเล่นถูกจำกัดตามรูปแบบ ไม่สามารถเลือกเลขซื้อได้</p> <p>หมายเลขมีอยู่จำกัด</p> <p>1) รางวัลที่ 1 ถูกตรงตามตัวเลข 6 ตัว 6 หลัก มี 1 รางวัล เงินรางวัล 3,000,000 บ.</p> <p>2) รางวัลข้างเคียงรางวัลที่ 1 มี 2 รางวัล เงินรางวัล 50,000 บ.</p> <p>3) รางวัลที่ 2 มี 5 รางวัล เงินรางวัล 100,000 บ.</p> <p>4) รางวัลที่ 3 มี 10 รางวัล เงินรางวัล 40,000 บ.</p> <p>5) รางวัลที่ 4 มี 50 รางวัล เงินรางวัล 20,000 บ.</p> <p>6) รางวัลที่ 5 มี 100 รางวัล เงินรางวัล 10,000 บ.</p> <p>7) รางวัลเลขหน้า 3 ตัวหน้า มี 2 รางวัล เงินรางวัล 2,000 บ.</p> <p>8) รางวัลเลขท้าย 3 ตัว มี 2 รางวัล เงินรางวัล 2,000 บ.</p> <p>9) รางวัลเลขท้าย 2 ตัว มี 1 รางวัล เงินรางวัล 1,000 บ.</p>
2) ราคาซื้อเริ่มต้น	ไม่จำกัดราคาเริ่มต้นในการซื้อ เริ่มซื้อตั้งแต่ 5 บาทเป็นต้นไป	ราคาซื้อเริ่มต้นที่ 80 บาท
3) โพรโมชัน	ซื้อ 100 บาทจะได้รับส่วนลดร้อยละ 20 ซื้อเยอะยิ่งได้ลดเยอะ	ไม่มีโปรโมชันใดๆ
4) การรับเงินรางวัล	สามารถรับเงินสดได้เลย ไม่ต้องถูกหักค่าใช้จ่ายๆ ใด	ต้องรอรับเงินจากจุดรับขึ้นเงินรางวัล และถูกหักค่าใช้จ่ายส่วนหนึ่ง เป็นค่าการแถมปี
5) สถานที่ซื้อ	ซื้อที่ไหนก็ได้ ตามจุดซื้อที่คุ้นเคย และมีจำหน่ายทั่วไป เข้าถึงกลุ่มลูกค้า มีจำหน่ายตลอดเวลา	ซื้อได้ตามแผงลอตเตอรี่ ไม่สามารถซื้อได้ตลอดเวลา

หมายเหตุ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย

เมื่อเปรียบเทียบรูปแบบของหอยใต้ดินกับสลากกินแบ่งรัฐบาล จะเห็นได้ว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลเสียเปรียบในทุกๆ ด้าน คือ ในส่วนของ**สามารถเลือกเลขได้หรือวิธีการเล่นนั้น**-หอยใต้ดินมีรูปแบบที่หลากหลาย มีการเพิ่มรูปแบบการเล่นที่เล่นง่าย ไม่ซับซ้อน มีหลายรางวัลไม่ว่าจะซื้อแบบไหนก็มีโอกาสสูงมาก น่าสนใจมากกว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งมีรูปแบบการเล่นไม่ที่รูปแบบ **ราคาซื้อเริ่มต้น**-หอยใต้ดินมีความยืดหยุ่นในเรื่องของราคา บางตัวผู้ซื้ออยากซื้ออยากมากบางตัวผู้ซื้ออยากซื้อน้อยก็สามารถทำได้และราคาเริ่มต้นไม่แพง แต่ได้รับรางวัลที่คุ้มค่าสำหรับผู้มีรายได้น้อยก็สามารถหาซื้อได้ จึงตรงกับความต้องการของผู้ซื้อมากกว่าสลากกินแบ่งฯ ซึ่งจำกัดราคาเริ่มต้นที่ 80 บ. ถือว่าเป็นราคาสูงสำหรับผู้มีรายได้น้อยเมื่อเทียบกับราคาซื้อของหอยใต้ดิน จึงต้องตัดสินใจในการเลือกซื้อมากขึ้น ส่วน**โปรโมชั่น**- ขึ้นอยู่กับการที่ผู้ซื้อพึงพอใจที่จะซื้อเล็กน้อยในแต่ละงวด หอยใต้ดินมีสิ่งดึงดูดใจให้ผู้ซื้อนั้นซื้อเพิ่มขึ้นโดยการให้ส่วนลดทันทีเมื่อซื้อ เมื่อซื้อเป็นจำนวนมากก็จะได้รับส่วนลดเป็นจำนวนมาก ซึ่งสลากกินแบ่งรัฐบาลไม่มีในส่วนนี้ มีแต่ส่วนลดจากผลิตภัณฑ์สลาก ที่ผู้ขายสลากจะได้กำไรในส่วนนี้ ผู้ซื้อไม่ได้รับส่วนลดนี้เลย ส่วน**บริการขึ้นเงินรางวัล**-ผู้ซื้อจะใช้บริการเมื่อถูกรางวัล หอยใต้ดินให้ความสะดวกสบายซื้อที่ไหนก็รับเงินที่นั่นไม่มีการหักค่าใช้จ่ายใดๆ อีก แต่สลากกินแบ่งสามารถเลือกซื้อได้ทั่วไป และขึ้นเงินรางวัลได้ทุกที่แต่จะถูกหักค่าใช้จ่ายตามสถานที่ที่ไปขอรับเงินรางวัลไม่เท่ากัน แต่ส่วนหนึ่งจากเงินรางวัลจะถูกหักค่าใช้จ่าย และ**สถานที่ซื้อ**-หอยใต้ดินต้องหลบๆ ซ่อนๆ ในการซื้อ แต่ที่อาศัยเทคโนโลยีในการซื้อที่ทันสมัยขึ้น หลบหลักการจับกุมรวมทั้งอาศัยความคุ้นเคยซื้อเมื่อไหร่ก็ได้ ส่วนสลากสลากกินแบ่งรัฐบาลนั้นสามารถซื้อหาที่ไหนก็ได้แต่มีเวลาในการจำหน่ายซึ่งหอยใต้ดินสามารถซื้อได้ตลอดเวลา

ดังนั้นหากสำนักงานสลากฯ ยังไม่มีการออกผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิม (สลากกินแบ่งรัฐบาล) ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งอย่างหอยใต้ดินได้ วัตถุประสงค์ของการออกรางวัลเพื่อนำรายได้มาพัฒนาประเทศและช่วยเหลือสังคมก็จะไม่เต็มเม็ดเต็มหน่วย จากรายได้ที่รัฐบาลได้รับคงที่ในแต่ละงวด จะทำให้เจ้ามือหอยใต้ดินได้เปรียบสลากกินแบ่งรัฐบาลที่ออกโดยรัฐบาล งานวิจัยชิ้นนี้ จึงมุ่งเน้นถึงการทราบคุณลักษณะและระดับของผลิตภัณฑ์สลากที่ส่งผลกระทบต่อความชอบและการตัดสินใจซื้อสลากของประชากรในเขตกรุงเทพฯ เพื่อช่วยให้การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์สลาก ใช้เป็นแนวทางในการแข่งขันหรือซื้อได้เปรียบกับการพนันหอยใต้ดิน หรือทำให้ผลิตภัณฑ์สลากดูน่าสนใจขึ้น ผู้ซื้อต้องการซื้อสลากมากขึ้น ได้เปรียบกับการพนันชนิดอื่นได้ โดยแสดงขั้นตอนกระบวนการแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์สลากกินแบ่งรัฐบาลตามภาพที่ 3.3



ภาพที่ 3.3 แสดงกระบวนการแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์สลาฯกินแบ่งรัฐบาล. จากการสรุปโดยผู้วิจัย.

บทที่ 4 ผลการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ ได้เลือกกลุ่มตัวอย่างประชากรผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีการระบุเฉพาะเจาะจง (Judgment Sampling) ซึ่งได้รวบรวมกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย โดยวิธีการแจกแบบสอบถามตามขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง การศึกษางานวิจัยชิ้นนี้ทำการศึกษาข้อมูลทั่วไปลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการซื้อสลากฯ และความชอบของชุดคุณลักษณะสลากฯ ของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสถิติเชิงพรรณนา

4.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสถิติเชิงพรรณนา

4.3 การวิเคราะห์ความชอบ (Preference) ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดคุณลักษณะ ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสถิติเชิงพรรณนา

ข้อมูลทั่วไปลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์จากข้อมูลส่วนที่ 1 ของแบบสอบถาม ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ งานวิจัยชิ้นนี้จะเสนอข้อมูลในรูปแบบของสถิติค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย

ผู้ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 71.0 มีช่วงอายุระหว่าง 20-39 ปี ร้อยละ 72.6 สถานภาพโสด ร้อยละ 65.3 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 61.0 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 40.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,000-40,000 บาทถึงร้อยละ 79.7 และจำนวนสมาชิกในครอบครัว (รวมตัวท่านด้วย) จำนวน 3-7 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากร

ข้อมูลทั่วไป	ความถี่ (จำนวน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	87	29.0
หญิง	213	71.0
รวม	300	100.0
อายุ		
20-39 ปี	218	72.6
40-49 ปี	65	21.7
50-59 ปี	15	5.0
60 ปีขึ้นไป	2	0.7
รวม	300	100.0
สถานภาพ		
โสด	196	65.3
สมรส	100	33.4
อื่นๆ (หย่า, หม้าย)	4	1.3
รวม	300	100.0
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	10	3.3
มัธยมศึกษาตอนต้น	10	3.4
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	18	6.0
อนุปริญญา/ปวส.	12	4.0
ปริญญาตรี	183	61.0
สูงกว่าปริญญาตรี	67	22.3
รวม	300	100.0

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากร (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	ความถี่ (จำนวน)	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	8	2.7
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	118	39.3
ค้าขาย	13	4.3
แม่บ้าน	6	2.0
พนักงานบริษัทเอกชน	120	40.0
ธุรกิจส่วนตัว	25	8.4
อื่นๆ	10	3.3
รวม	300	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่มีรายได้	1	0.3
น้อยกว่า 10,000 บ.	26	8.7
10,001-40,000 บ.	239	79.7
40,001-50,000 บ.ขึ้นไป	34	11.3
รวม	300	100.0
สมาชิกในครอบครัว (รวมตัวท่านด้วย)		
1-2 ราย	33	11.0
3-7 ราย	254	84.7
8-10 ราย	13	4.3
รวม	300	100.0

หมายเหตุ. จากการสุ่มโดยผู้วิจัย

4.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการณ์ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสถิติเชิงพรรณนา

พฤติกรรมการณ์ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของกลุ่มตัวอย่างวิเคราะห์จากข้อมูลส่วนที่ 2 ของแบบสอบถาม จำนวน 10 ข้อ งานวิจัยชิ้นนี้จะเสนอข้อมูลในรูปแบบของสถิติค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย

ผู้ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย พบว่า ในรอบ 1 ปีผู้ตอบแบบสอบถามมักซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและการพนันรูปแบบอื่นๆ ด้วยมากที่สุด ร้อยละ 50.3 อายุเริ่มแรกในการซื้อสลากอยู่ระหว่าง 18-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 90.0 จำนวนการซื้อสลากต่องวดส่วนใหญ่ซื้อสลาก 1 ใบต่องวด ร้อยละ 41.0 มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสลากโดยเฉลี่ยต่องวดช่วง 80-300 บ.มากที่สุด จะเห็นได้ว่าสอดคล้องกับจำนวนสลากที่กลุ่มตัวอย่างซื้อต่องวด (โดยปัจจุบันสลากมีราคาอยู่ในช่วง 80-300 บ.) ร้อยละ 69.7 ส่วนหลักในการซื้อสลากฯ นั้นกลุ่มตัวอย่างนำเลขที่คิดขึ้นเองเป็นเหตุผลในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 32.3 โดยช่วงเวลาในการซื้อสลากส่วนมากจะเลือกซื้อในช่วงก่อนออกรางวัล 1-2 วัน ร้อยละ 36.3 จากแหล่ง/สถานที่ เลือกแผงขายสลากทั่วไปเกือบทุกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 44.3 ซื้อเป็นบางครั้งกับคนพิการ คิดเป็นร้อยละ 78.7 และแทบไม่เคยซื้อกับเจ้าประจำ คิดเป็นร้อยละ 62.3 สำหรับสี่นั้นไม่มีผลกับการตัดสินใจซื้อสลากฯของกลุ่มตัวอย่าง ถึงร้อยละ 64.0 สอดคล้องกับตนเองซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.7 สุดท้ายพฤติกรรมการณ์ซื้อสลากฯ เลือกที่จะซื้อสลากฯ ต่อไปในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 83.6 ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการณ์ซื้อสลากฯ

ข้อมูลทั่วไป	ความถี่ (จำนวน)	ร้อยละ
การซื้อสลากในรอบ 1 ปี		
สลากกินแบ่งรัฐบาลอย่างเดียว	119	39.7
สลากกินแบ่งฯ และการพนันอื่น	151	50.3
ไม่ซื้อ	30	10.0
รวม	300	100.0

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อสลากฯ (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	ความถี่ (จำนวน)	ร้อยละ
อายุเริ่มแรกในการซื้อสลาก		
11 ปี	1	0.3
12-17 ปี	18	6.0
18-30 ปี	273	91.0
30 ปีขึ้นไป	8	2.7
รวม	300	100.0
จำนวนการซื้อสลากต่องวด		
1 ใบ	123	41.0
2 ใบ	90	30.0
3 ใบ	21	7.0
4 ใบ	26	8.7
5 ใบขึ้นไป	40	13.3
รวม	300	100.0
ค่าใช้จ่ายในการซื้อเฉลี่ยต่องวด		
80-300 บ.	209	69.7
301-600 บ.	63	21.0
601-900 บ.	6	2.0
900 บ.ขึ้นไป	22	7.3
รวม	300	100.0
วิธีการในการเลือกเลขมากที่สุด		
ความฝัน	36	12.0
พระ/สิ่งศักดิ์สิทธิ์	10	3.3
ผู้อื่นบอกต่อๆ กันมา	26	8.7
คิดเอง	97	32.3
เลขที่พบตามเหตุการณ์ต่างๆ	39	13.0
เลขนำโชคส่วนตัว	79	26.3
ข่าวลือ/ความเชื่อ	6	2.0
อื่นๆ	7	2.4
รวม	300	100.0

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อสลากฯ (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	ความถี่ (จำนวน)	ร้อยละ
ช่วงเวลาในการซื้อสลาก		
วันออกรางวัล	27	9.0
ก่อนออกรางวัล 1-2 วัน	109	36.3
ก่อนออกรางวัล 3-5 วัน	46	15.4
ก่อนออกรางวัล 6-15 วัน	12	4.0
ไม่แน่นอน	106	35.3
รวม	300	100.0
แหล่ง/สถานที่ที่เลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล		
แผงขายสลากทั่วไป		
เกือบทุกครั้ง	133	44.3
บางครั้ง	157	52.3
ไม่เคย	10	3.4
รวม	300	100.0
คนพิการ		
เกือบทุกครั้ง	37	12.3
บางครั้ง	236	78.7
ไม่เคย	27	9.0
รวม	300	100.0
คนเดินเร่ขาย		
เกือบทุกครั้ง	42	14.0
บางครั้ง	225	75.0
ไม่เคย	33	11.0
รวม	300	100.0
เจ้าประจำ		
เกือบทุกครั้ง	32	10.7
บางครั้ง	81	27.0
ไม่เคย	187	62.3
รวม	300	100.0

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อสลากฯ (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	ความถี่ (จำนวน)	ร้อยละ
สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลาก		
โฆษณา	6	2.0
ข้อมูล website	20	6.7
คำแนะนำจากคนขาย	23	7.7
การถ่ายทอดการออกรางวัล	13	4.3
หนังสือใบห่วย	11	3.7
นสพ./นิตยสาร	10	3.3
ใบตรวจรางวัล	3	1.0
ของแถม	9	3.0
อาจารย์ดัง	13	4.3
สื่อไม่มีผลต่อการตัดสินใจ	192	64.0
รวม	300	100.0
ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ		
ตนเอง	257	85.7
เพื่อน	13	4.3
ครอบครัว	24	8.0
คนขาย	6	2.0
รวม	300	100.0
ในอนาคตจะซื้อสลากหรือไม่		
ซื้อ	251	83.6
ไม่ซื้อ	14	4.7
ไม่แน่ใจ	35	11.7
รวม	300	100.0

หมายเหตุ. จากการสุรูปโดยผู้วิจัย

4.3 การวิเคราะห์ความชอบ (Preference) ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดคุณลักษณะด้วยเทคนิคการวิเคราะห์หึ่งค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)

การวิเคราะห์แบบจำลองความชอบ ผู้วิจัยได้กำหนดแบบจำลองความชอบคุณลักษณะสามารถเลือกเลขได้ ราคาซื้อเริ่มต้น โปรโมชัน สถานที่ซื้อและบริการในการขึ้นเงินรางวัล เป็นแบบไม่ต่อเนื่องหรือแบบที่ไม่มีความสัมพันธ์กัน (Discrete model) ทั้ง 5 คุณลักษณะ สำหรับขั้นตอนการวิเคราะห์ผล จะแปรผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS คำสั่ง Conjoint Analysis โดยได้ผลลัพธ์ (Output Data) ตามตารางที่ 4.3 ดังนี้

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความชอบ (Preference) ต่อคุณลักษณะสลากรูปแบบใหม่ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ราย

คุณลักษณะ (Attributes)	ระดับคุณลักษณะ (Level of Attribute)	ระดับความพึงพอใจ (Utility)	ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error)	ความสำคัญ (%)
สามารถเลือกเลขได้	เลขท้าย 3 ตัวบน	.075	0.080	21.695
	เลขใต้ 3 ตัวบน	-.075	0.080	
ราคาซื้อเริ่มต้น	100 บาท	.161	0.107	28.620
	120 บาท	-.006	0.125	
	150 บาท	-.154	0.125	
โปรโมชัน	ส่วนลดทันที	-.028	0.080	17.397
	คูปองลุ้นโชคทอง	.028	0.080	
สถานที่ซื้อ	แผง กระจายจุด	-.137	0.080	15.806
	ตู้ออนไลน์	.137	0.080	
บริการขึ้นเงินรางวัล	ร้านเปิด 24 ชม.	-.111	0.080	16.482
	ร้านค้าทั่วไป	.111	0.080	
ค่าคงที่		6.461	0.084	100.00
			Pearson'R (sig)	0.946 (0.000)
			Kendall's (sig)	0.691 (0.009)

หมายเหตุ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย

1) ความเหมาะสมของแบบจำลองจากค่าสถิติ Pearson's R และ Kendall's Tau แสดงถึง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlations) คือ ค่าความชอบที่พยากรณ์ได้จากแบบจำลอง (Preference) กับค่าความชอบที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถาม ค่า Sig. น้อยกว่า 0.005 แสดงว่า คุณลักษณะต่างๆ มีผลต่อการตัดสินใจ ค่า Pearson's R = 0.946 และค่า Kendall's Tau = 0.691 หมายความว่า คุณลักษณะต่างๆ สามารถอธิบายความชอบของกลุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 94.6 และ 69.1 หรือกล่าวได้ว่าแบบจำลองนี้สามารถพยากรณ์ค่าความพึงพอใจว่ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจได้ร้อยละ 94.6 และสามารถพยากรณ์การตอบสนองความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามได้ร้อยละ 69.1

2) ผลการวิเคราะห์ค่าความสำคัญคุณลักษณะที่มีผลต่อความชอบหรือการตัดสินใจเลือกซื้อสลากรูปแบบใหม่ พิจารณาค่าความสำคัญของคุณลักษณะด้านต่างๆ ของสลากรูปแบบใหม่ที่กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจเลือกซื้อสลากรูปแบบใหม่ พบว่า คุณลักษณะที่ให้ค่าความสำคัญมากที่สุด คือ ราคาซื้อเริ่มต้น ด้วยค่าความสำคัญ (Important Value) คิดเป็นร้อยละ 28.620 เมื่อเทียบกับคุณลักษณะอื่นๆ รองลงมาคือ ความสามารถเลือกเลขได้ ด้วยค่าความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 21.695 คุณลักษณะโปรโมชั่น บริการในการขึ้นเงินรางวัล และสถานที่ซื้อ มีค่าความสำคัญอยู่ที่ 17.397 16.482 และ 15.806 ตามลำดับ ตามตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ค่าความสำคัญของคุณลักษณะสลากรูปแบบใหม่ของกลุ่มตัวอย่าง

คุณลักษณะ (Attributes)	ระดับคุณลักษณะ (Level of Attribute)	ค่าความสำคัญ (%)
สามารถเลือกเลขได้	1. เลขท้าย 3 ตัวบน	21.695
	2. เลขโดด 3 ตัวบน	
ราคาซื้อเริ่มต้น	1. 100 บาท	28.620
	2. 120 บาท	
	3. 150 บาท	
สถานที่ซื้อ	1. ตู้ออนไลน์	17.397
	2. แผง กระจาด	
โปรโมชั่น	1. ส่วนลดทันที	15.806
	2. คูปองลุ้นโชคทอง	
บริการขึ้นเงินรางวัล	1. ร้านค้าทั่วไป	16.482
	2. ร้านเปิด 24 ชม.	

หมายเหตุ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย

3) ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะแต่ละด้านของสลากรูปแบบใหม่

กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจเลือกซื้อสลากรูปแบบใหม่ ค่าความแตกต่างของระดับคุณลักษณะในแต่ละด้าน งานวิจัยได้เปรียบเทียบระหว่างความต่างระหว่างสองสัมประสิทธิ์ หาค่านัยสำคัญทางสถิติด้วยสถิติทดสอบซี (Z-test Statistic) โดยกำหนดสมมติฐานทางสถิติ สำหรับการทดสอบ ดังนี้: (กำหนด $\alpha = 0.05$) คำนวณค่าสถิติ z $Z = \frac{b_1 - b_2}{\sqrt{(SEb_1^2 + SEb_2^2)}}$

จากสูตร

$$Z = \frac{b_1 - b_2}{\sqrt{(SEb_1^2 + SEb_2^2)}} \text{ ได้ผลลัพธ์ ตามตารางที่ 4.5 คือ}$$

$H_0 =$ ไม่แตกต่างกันอย่างมีสาระสำคัญที่ 0.05

$H_1 =$ แตกต่างกันอย่างมีสาระสำคัญที่ 0.05

ตารางที่ 4.5 เปรียบเทียบระหว่างความต่างระหว่างสองสัมประสิทธิ์ หาค่านัยสำคัญทางสถิติ

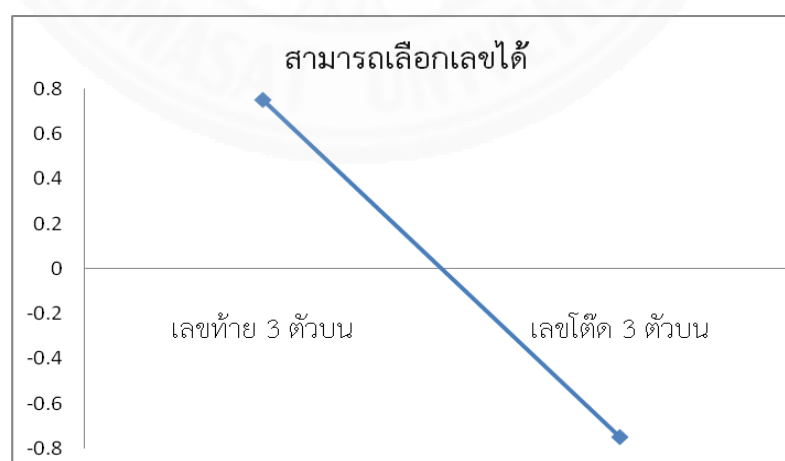
เปรียบเทียบระหว่างระดับคุณลักษณะ		ค่า z (Z-test Statistic)	ค่า z (วิกฤต $\alpha = 0.05$)	สรุปผลการทดสอบ โดยไม่คำนึงถึงเครื่องหมายติดลบ
สามารถเลือกเลขได้				
3 ตัวบน	3 ตัวโต๊ด	5.0	1.96	ปฏิเสธ H_0
เพราะฉะนั้น ตอบได้ว่า 3 ตัวบนแตกต่างกับ 3 ตัวโต๊ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05				
ราคาซื้อเริ่มต้น				
100 บ.	120 บ.	3.17	1.96	ปฏิเสธ H_0
100 บ.	150 บ.	5.73	1.96	ปฏิเสธ H_0
120 บ.	150 บ.	2.21	1.96	ปฏิเสธ H_0
เพราะฉะนั้น ตอบได้ว่า 100 บ.แตกต่างกับ 120 บ. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะฉะนั้น ตอบได้ว่า 100 บ.แตกต่างกับ 150 บ. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะฉะนั้น ตอบได้ว่า 120 บ.แตกต่างกับ 150 บ. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05				
โปรโมชั่น				
ส่วนลดทันที	คูปองชิงโชค	5.00	1.96	ปฏิเสธ H_0
เพราะฉะนั้น ตอบได้ว่า ส่วนลดทันทีแตกต่างกับคูปองชิงโชค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05				

ตารางที่ 4.5 เปรียบเทียบระหว่างความต่างระหว่างสองสัมประสิทธิ์ หาค่านัยสำคัญทางสถิติ (ต่อ)

เปรียบเทียบระหว่าง ระดับคุณลักษณะ		ค่า z (Z-test Statistic)	ค่า z (วิกฤต $\alpha = 0.05$)	สรุปผลการทดสอบ โดยไม่คำนึงถึงเครื่องหมายติดลบ
สถานที่ซื้อ				
แผง กระจาด จต	ตู้ออนไลน์	5.00	1.96	ปฏิเสธ H_0
เพราะฉะนั้น ตอบได้ว่า แผง กระจาดแตกต่างกับตู้ออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05				
บริการขึ้นเงินรางวัล				
ร้านค้าทั่วไป	ร้าน 24 ชม.	5.00	1.96	ปฏิเสธ H_0
เพราะฉะนั้น ตอบได้ว่า ร้านค้าทั่วไปแตกต่างกับร้าน 24 ชม. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05				

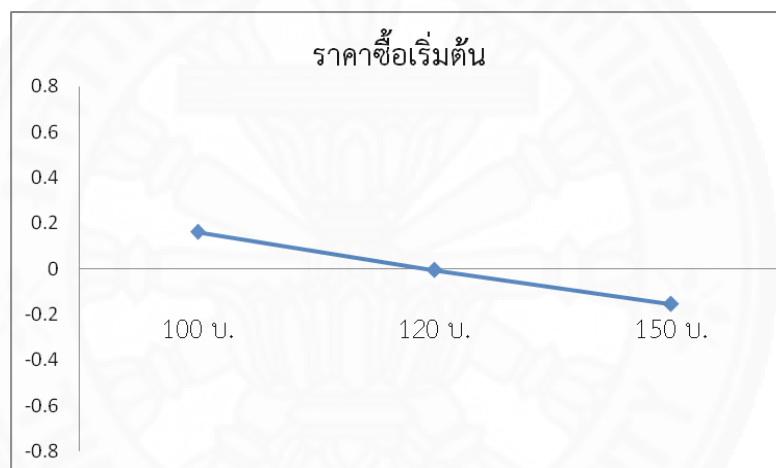
หมายเหตุ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ (Utility) หรือคุณลักษณะในแต่ละด้านของสลากรูปแบบใหม่ ระดับความพึงพอใจที่มีทิศทางสอดคล้องกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนั้นกับค่าความชอบ (Preference) คือ สลากรูปแบบใหม่ที่กลุ่มตัวอย่างชอบจะมีเครื่องหมายเป็นบวกและถ้าไม่สอดคล้องกันจะมีเครื่องหมายเป็นลบ โดยแสดงแต่ละระดับคุณลักษณะได้ดังนี้



ภาพที่ 4.1 คุณลักษณะสามารถเลือกเลขได้. จากการสรุปโดยผู้วิจัย.

ระดับความพึงพอใจ (Utility) คุณลักษณะสามารถเลือกเลขได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความชอบต่อเลขท้าย 3 ตัวบนมากกว่าเลขโดด 3 ตัวบน อย่างมีนัยสำคัญโดยระดับบรรทัดประโยชน์จะเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.075 หน่วยเมื่อเป็นเลขท้าย 3 ตัวบน และระดับบรรทัดประโยชน์ในการเลือกสลากรูปแบบใหม่จะลดลงเท่ากับ 0.075 หน่วยเมื่อเลือกเลขโดด 3 ตัวบน จะเห็นได้ว่าการเลือกเลขได้หากเป็นเลขท้าย 3 ตัวบนจะทำให้บรรทัดประโยชน์ของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มมากที่สุด ด้วยวิธีการเล่นหรือรูปแบบการเล่นเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจที่จะเล่นการพนันในแต่ละชนิด เพราะการเล่นไม่ซับซ้อน (ตรงตัว) ในขณะที่เลขโดด 3 ตัวมีวิธีการเล่นหลายแบบ สำหรับผู้ที่ไม่เคยซื้อสลากจะต้องทำความเข้าใจในการเล่น ทำให้ระดับบรรทัดประโยชน์ของกลุ่มตัวอย่างลดลงเมื่อวิธีการเล่นซับซ้อน (สลับตำแหน่ง)



ภาพที่ 4.2 คุณลักษณะราคาซื้อเริ่มต้น. จากการสรุปโดยผู้วิจัย.

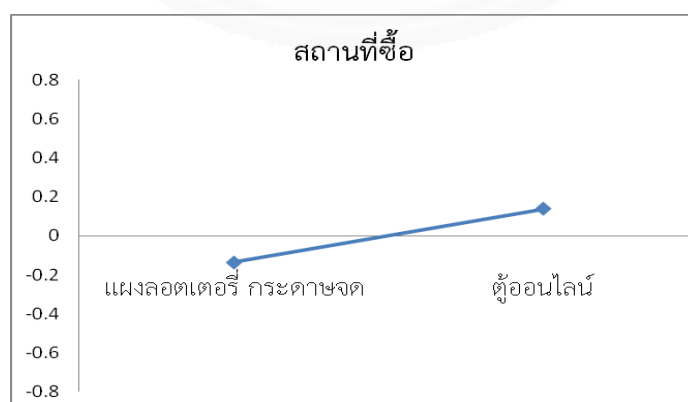
ระดับความพึงพอใจ (Utility) คุณลักษณะราคาซื้อเริ่มต้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความชอบต่อสลากรูปแบบใหม่ที่ราคาซื้อเริ่มต้น 100 บาทมากที่สุด รองลงมาคือ ราคาซื้อเริ่มต้นที่ 120 บาท และความชอบต่อสลากรูปแบบใหม่ที่มีราคาซื้อเริ่มต้นที่ 150 บาทน้อยที่สุด โดยระดับบรรทัดประโยชน์จะเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.161 หน่วย เมื่อเป็นสลากรูปแบบใหม่ที่มีราคาซื้อเริ่มต้น 100 บาท และระดับบรรทัดประโยชน์ในการเลือกซื้อสลากรูปแบบใหม่ลดลงเท่ากับ -0.006 หน่วย เมื่อมีราคาซื้อเริ่มต้นที่ 120 บาท และลดลงเท่ากับ -0.154 หน่วย เมื่อมีราคาซื้อเริ่มต้นที่ 150 บาท จะเห็นได้ว่าหากราคาซื้อเริ่มต้นที่ 100 บาท จะทำให้ระดับบรรทัดประโยชน์ของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้นมากที่สุด ซึ่งเป็นราคาที่ต่ำที่สุด กลุ่มตัวอย่างยอมรับได้แต่ในความจริงทุกคนก็ชอบสินค้าราคาถูก ในขณะที่ราคาซื้อเริ่มต้นที่ 120 บาท และราคาซื้อเริ่มต้นที่ 150 บาท จะทำให้ระดับบรรทัดประโยชน์ของกลุ่มตัวอย่างลดลง จึงมองได้ว่า

ราคาเป็นเรื่องที่กลุ่มตัวอย่างสนใจมากที่สุด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ เป็นผลกับการตัดสินใจเลือกชุดสลากรูปแบบใหม่ของกลุ่มตัวอย่าง



ภาพที่ 4.3 คุณลักษณะโปรโมชั่น. จากการสรุปโดยผู้วิจัย.

ระดับความพึงพอใจ (Utility) คุณลักษณะโปรโมชั่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความชอบต่อคูปองลุ้นโชคทองมากกว่าส่วนลดทันที อย่างมีนัยสำคัญโดยระดับบรรดประโยชน์จะเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.028 หน่วยเมื่อได้รับโปรโมชั่นคูปองลุ้นโชคทอง และระดับบรรดประโยชน์ในโปรโมชั่นจะลดลงเท่ากับ -0.028 หน่วย เมื่อได้รับโปรโมชั่นเป็นส่วนลดทันที ดังนั้น เมื่อมีโปรโมชั่นคูปองลุ้นโชคทอง จะได้รับบรรดประโยชน์ของกลุ่มตัวอย่างมากกว่าโปรโมชั่นส่วนลดทันที ซึ่งจากการสำรวจการวิจัยนั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการความแปลกใหม่ที่การพนันรูปแบบอื่นยังไม่มี เพราะฉะนั้นความแปลกใหม่ของโปรโมชั่นก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกชุดคุณลักษณะที่ชอบ



ภาพที่ 4.4 คุณลักษณะสถานที่ซื้อ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย.

ระดับความพึงพอใจ (Utility) คุณลักษณะสถานที่ซื้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความชอบต่อตู้ออนไลน์มากกว่าแผงลอตเตอรี กระจาดจาด อย่างมีนัยสำคัญโดยอรรถประโยชน์จะเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.137 หน่วย เมื่อเลือกสถานที่ซื้อเป็นตู้ออนไลน์ และระดับอรรถประโยชน์ การเลือกสถานที่ซื้อจะลดลงเท่ากับ -0.137 หน่วย เมื่อเลือกสถานที่ซื้อเป็น แผงลอตเตอรี กระจาดจาด ทั้งนี้เทคโนโลยี ความแปลกใหม่ ความสะดวกสบาย เป็นส่วนหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างเลือกประกอบการตัดสินใจซื้อสลากมากขึ้น



ภาพที่ 4.5 คุณลักษณะบริการขึ้นเงินรางวัล. จากการสรุปโดยผู้วิจัย.

ระดับความพึงพอใจ (Utility) คุณลักษณะบริการขึ้นเงินรางวัล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความชอบต่อร้านค้าทั่วไปมากกว่าร้านค้าเปิด 24 ชม. อย่างมีนัยสำคัญโดยอรรถประโยชน์จะเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.111 หน่วยเมื่อเลือกบริการขึ้นเงินรางวัลร้านค้าทั่วไป และระดับอรรถประโยชน์บริการขึ้นเงินรางวัลจะลดลงเท่ากับ -0.111 หน่วย เมื่อบริการขึ้นเงินรางวัลร้านค้าเปิด 24 ชม. เพราะกลุ่มตัวอย่างยังมองว่ารับเงินรางวัลที่ใดก็ได้ ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อสลากฯ

โดยสรุประดับความพึงพอใจ (Utility) หรือระดับคุณลักษณะ ที่มีทิศทางสอดคล้องกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนั้นกับค่าความชอบ (Preference) คือ สลากรูปแบบใหม่ที่กลุ่มตัวอย่างชอบ จะมีเครื่องหมายเป็นบวก คือ ราคาซื้อ 100 บาท สูงที่สุดอยู่ที่ 0.161 รองลงมาคือ ระดับคุณลักษณะซื้อได้ที่ตู้ออนไลน์ที่ 0.137 ส่วนระดับคุณลักษณะบริการขึ้นเงินรางวัลได้ที่ร้านค้าทั่วไปหัก ค่าธรรมเนียม 2% ระดับคุณลักษณะเลขท้าย 3 ตัวบนรับเงินรางวัลบาทละ 500 และระดับคุณลักษณะคู่มือลุ้นโชคทอง ให้ค่าอรรถประโยชน์ที่ใกล้เคียงกัน คือ 0.111, 0.075 และ 0.028 ตามลำดับ จากการวิเคราะห์คุณลักษณะแต่ละด้านของสลากรูปแบบใหม่ ทำให้สามารถนำผลการ

วิเคราะห์ซึ่งได้มาจากลูกค้า สามารถตัดสินใจเลือกคุณลักษณะของสินค้าที่เหมาะสมได้และกลุ่มตัวอย่างชอบ จึงตัดสินใจในการออกผลิตภัณฑ์ คือ สลากรูปแบบใหม่ ซึ่งมีลักษณะดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 คุณลักษณะของสลากรูปแบบใหม่

คุณลักษณะ	Specification
สามารถเลือกเลขได้	เลขท้าย 3 ตัวบน
ราคาซื้อเริ่มต้น	100 บ.
โปรโมชั่น	쿠폰ลุ้นโชคทอง
สถานที่ซื้อ	ตู้ออนไลน์
บริการขึ้นเงินรางวัล	ร้านค้าทั่วไป

หมายเหตุ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย

4) ผลการวิเคราะห์ระดับอรรถประโยชน์ ที่มีต่อชุดทางเลือกสลากรูปแบบใหม่

ผลจากการประมาณค่าความชอบที่มีต่อชุดคุณลักษณะสลากรูปแบบใหม่ของกลุ่มตัวอย่าง สามารถนำมาคำนวณค่าความชอบรวมที่มีต่อชุดของคุณลักษณะสลากรูปแบบใหม่ทั้ง 8 ชุดได้ การแทนค่าความชอบที่มีต่อลักษณะสลากรูปแบบใหม่แต่ละระดับ โดยสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

สมการอรรถประโยชน์รวม = $6.461 + 0.075$ (เลขท้าย 3 ตัวบน) -0.075 (เลขโดด 3 ตัวบน) $+ 0.161$ (ราคา 100 บาท) -0.006 (ราคา 120 บาท) -0.154 (ราคา 150 บาท) -0.028 (ส่วนลดทันที) $+ 0.028$ (쿠폰ลุ้นโชคทอง) -0.137 (แผงลอตเตอรี่กระดาษ) $+ 0.137$ (ตู้ออนไลน์) -0.111 (บริการขึ้นเงินรางวัลได้ที่ร้านค้าเปิด 24 ชม.) $+ 0.111$ (บริการขึ้นเงินรางวัลได้ที่ร้านค้าทั่วไป)

เมื่อพิจารณาสมการและค่าอรรถประโยชน์ (Utility) พบว่า ความชอบ (Preference) ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 300 ราย มีความอ่อนไหว (Sensitivity) ต่อคุณลักษณะราคาซื้อเริ่มต้นมากที่สุด เนื่องจากมีช่วงกว้างของค่าอรรถประโยชน์มากที่สุด ($0.161 - (-0.154) = 0.315$)

5) ผลการวิเคราะห์อรรถประโยชน์รวม (Total Utility) และการจัดอันดับ (Ranking)

ตารางที่ 4.7 วิเคราะห์อรรถประโยชน์รวม (Total Utility) และการจัดอันดับ (Ranking) ของชุดคุณลักษณะ

Card Combinations													
ชุดที่	ค่าคงที่	สามารถเลือกเลขได้		ราคาซื้อเริ่มต้น		โปรโมชั่น		สถานที่ซื้อ		บริการขึ้นเงินรางวัล		อรรถประโยชน์รวม	จัดลำดับ
1	6.461	เลขท้าย 3 ตัวบน	0.075	100	0.161	ส่วนลด ทันที	- 0.028	ตู้ออนไลน์	0.137	ร้านค้า ทั่วไป	0.111	6.917	1
2	6.461	เลขท้าย 3 ตัวบน	0.075	100	0.161	ส่วนลด ทันที	- 0.028	แผงกระดาษจด	- 0.137	ร้านค้าเปิด 24 ชม.	- 0.111	6.421	4
3	6.461	เลขท้าย 3 ตัวบน	0.075	120	- 0.006	คูปอง ชิงโชค	0.028	ตู้ออนไลน์	0.137	ร้านค้าเปิด 24 ชม.	- 0.111	6.584	3
4	6.461	เลขท้าย 3 ตัวบน	0.075	150	- 0.154	คูปอง ชิงโชค	0.028	แผงกระดาษจด	- 0.137	ร้านค้า ทั่วไป	0.111	6.384	5
5	6.461	เลขโดด 3 ตัวบน	- 0.075	100	0.161	คูปอง ชิงโชค	0.028	แผงกระดาษจด	- 0.137	ร้านค้าเปิด 24 ชม.	- 0.111	6.327	6
6	6.461	เลขโดด 3 ตัวบน	- 0.075	100	0.161	คูปอง ชิงโชค	0.028	ตู้ออนไลน์	0.137	ร้านค้า ทั่วไป	0.111	6.823	2
7	6.461	เลขโดด 3 ตัวบน	- 0.075	120	- 0.006	ส่วนลด ทันที	- 0.028	แผงกระดาษจด	- 0.137	ร้านค้า ทั่วไป	0.111	6.326	7
8	6.461	เลขโดด 3 ตัวบน	- 0.075	150	- 0.154	ส่วนลด ทันที	- 0.028	ตู้ออนไลน์	0.137	ร้านค้าเปิด 24 ชม.	- 0.111	6.230	8

หมายเหตุ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย

จากตารางที่ 4.7 ในทางเศรษฐศาสตร์ผู้ซื้อมีความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์หลากหลาย แต่เนื่องจากผู้ซื้อจำกัดด้านทรัพยากรที่ตนมีอยู่ ผู้ซื้อจึงจัดลำดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์ โดยอยู่บนพื้นฐานการได้รับประโยชน์สูงสุด แสดงผลการจัดลำดับตามการจัดลำดับอรรถประโยชน์โดยรวมได้ดังนี้

อันดับที่ 1 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 6.917 คือ ชุดที่ 1 = 6.461 + 0.075 (เลขท้าย 3 ตัวบน) + 0.161 (ราคา 100 บาท) - 0.028 (ส่วนลดทันที) + 0.137 (ตู้ออนไลน์) + 0.111 (บริการขึ้นเงินรางวัลได้ที่ร้านค้าทั่วไป)

อันดับที่ 2 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 6.823 คือ ชุดที่ 6 = 6.461 - 0.075 (เลขใต้ 3 ตัวบน) + 0.161 (ราคา 100 บาท) + 0.028 (คู่มือรุ่นโชคทอง) + 0.137 (ตู้ออนไลน์) + 0.111 (บริการขึ้นเงินรางวัลได้ที่ร้านค้าทั่วไป)

อันดับที่ 3 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 6.584 คือ ชุดที่ 3 = 6.461 + 0.075 (เลขท้าย 3 ตัวบน) - 0.006 (ราคา 120 บาท) + 0.028 (คู่มือรุ่นโชคทอง) + 0.137 (ตู้ออนไลน์) - 0.111 (บริการขึ้นเงินรางวัลได้ที่ร้านค้าเปิด 24 ชม.)

อันดับที่ 4 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 6.421 คือ ชุดที่ 2 = 6.461 + 0.075 (เลขท้าย 3 ตัวบน) + 0.161 (ราคา 100 บาท) - 0.028 (ส่วนลดทันที) - 0.137 (แผงลอตเตอรี่กระดาษจาด) - 0.111 (บริการขึ้นเงินรางวัลได้ที่ร้านค้าเปิด 24 ชม.)

อันดับที่ 5 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 6.384 คือ ชุดที่ 4 = 6.461 + 0.075 (เลขท้าย 3 ตัวบน) - 0.154 (ราคา 150 บาท) + 0.028 (คู่มือรุ่นโชคทอง) - 0.137 (แผงลอตเตอรี่กระดาษจาด) + 0.111 (บริการขึ้นเงินรางวัลได้ที่ร้านค้าทั่วไป)

อันดับที่ 6 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 6.327 คือ ชุดที่ 5 = 6.461 - 0.075 (เลขใต้ 3 ตัวบน) + 0.161 (ราคา 100 บาท) + 0.028 (คู่มือรุ่นโชคทอง) - 0.137 (แผงลอตเตอรี่กระดาษจาด) - 0.111 (บริการขึ้นเงินรางวัลได้ที่ร้านค้าเปิด 24 ชม.)

อันดับที่ 7 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 6.326 คือ ชุดที่ 7 = 6.461 - 0.075 (เลขใต้ 3 ตัวบน) - 0.006 (ราคา 120 บาท) - 0.028 (ส่วนลดทันที) - 0.137 (แผงลอตเตอรี่กระดาษจาด) + 0.111 (บริการขึ้นเงินรางวัลได้ที่ร้านค้าทั่วไป)

อันดับที่ 8 อรรถประโยชน์รวมที่ได้เท่ากับ 6.230 คือ ชุดที่ 8 = 6.461 - 0.075 (เลขใต้ 3 ตัวบน) - 0.154 (ราคา 150 บาท) - 0.028 (ส่วนลดทันที) + 0.137 (ตู้ออนไลน์) - 0.111 (บริการขึ้นเงินรางวัลได้ที่ร้านค้าเปิด 24 ชม.)

โดยสรุปสามารถบอกได้ว่า กลุ่มตัวอย่างชอบชุดคุณลักษณะที่ 1 สูงสุด รองลงมาอันดับที่สองคือ ชุดคุณลักษณะที่ 6 และชอบชุดคุณลักษณะที่ 8 น้อยที่สุด

จากการเรียงอันดับจากการให้คะแนนของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 300 ราย สามารถนำมาเปรียบเทียบชุดคุณลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างชอบจากค่าอรรถประโยชน์รวม เพื่อสามารถเลือกคุณลักษณะที่เน้นให้ความสำคัญในการออกแบบสลากหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์สลากได้ ทั้งนี้การเรียงอันดับเพื่อให้เห็นถึงการให้ความสำคัญหรือชุดคุณลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างชอบ จึงนำมาเปรียบเทียบ 2 ส่วน พบว่า

1) เปรียบเทียบชุดคุณลักษณะที่มีค่าอรรถประโยชน์รวมสูงที่สุด กับ ชุดที่มีค่าอรรถประโยชน์รวมต่ำที่สุด คือ ชุดคุณลักษณะที่ 1 กับชุดคุณลักษณะที่ 8:-

ตารางที่ 4.8 เปรียบเทียบชุดคุณลักษณะที่อรรถประโยชน์รวมสูงที่สุด กับชุดคุณลักษณะที่อรรถประโยชน์รวมต่ำที่สุด

ชุดทางเลือก	จัดลำดับ	คุณลักษณะ: ประกอบด้วย				
		เลือกเลข	ราคา	โปรโมชั่น	สถานที่	บริการ
1	1	3 ตัวบน	100 บ.	ส่วนลดทันที	ตู้ออนไลน์	ร้านค้าทั่วไป
8	8	โด้ด 3 ตัวบน	150 บ.	ส่วนลดทันที	ตู้ออนไลน์	ร้านค้า 24 ชม.

หมายเหตุ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย

ชุดคุณลักษณะที่ 1 มีค่าอรรถประโยชน์รวมสูงที่สุด โดยมีอรรถประโยชน์รวมเท่ากับ 6.917 ซึ่งมีลักษณะเป็นเลขท้าย 3 ตัวบน ราคา 100 บาทได้รับส่วนลดทันที สามารถซื้อได้ที่ตู้ออนไลน์และขึ้นเงินรางวัลได้ที่ร้านค้าทั่วไป สมการอรรถประโยชน์รวม คือ $6.917 = 6.461 + 0.075$ (เลขท้าย 3 ตัวบน) + 0.161 (ราคา 100 บาท) - 0.028 (ส่วนลดทันที) + 0.137 (ตู้ออนไลน์) + 0.111 (บริการขึ้นเงินรางวัลได้ที่ร้านค้าทั่วไป)

ชุดคุณลักษณะที่ 8 มีค่าอรรถประโยชน์รวมต่ำที่สุด โดยมีอรรถประโยชน์รวมเท่ากับ 6.230 ซึ่งมีลักษณะเป็นเลขโด้ด 3 ตัวบน ซื้อ 150 บาทได้รับส่วนลดทันที สามารถซื้อได้ที่ตู้ออนไลน์และขึ้นเงินรางวัลได้ที่ร้านค้าเปิด 24 ชม. สมการอรรถประโยชน์รวม คือ $6.230 = 6.461 - 0.075$ (เลขโด้ด 3 ตัวบน) - 0.154 (ราคา 150 บาท) - 0.028 (ส่วนลดทันที) + 0.137 (ตู้ออนไลน์) - 0.111 (บริการขึ้นเงินรางวัลได้ที่ร้านค้าเปิด 24 ชม.)

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ แสดงให้เห็นว่า สามารถเลือกเลขได้ ราคาซื้อเริ่มต้น และบริการขึ้นเงินรางวัล เป็นปัจจัยสำคัญ เมื่อกลุ่มตัวอย่างเลือกระดับคุณลักษณะที่ได้อรรถประโยชน์รวมสูงสุดแล้ว จะไม่เลือกระดับคุณลักษณะในชุดที่ 8 เลย เพราะฉะนั้น คุณลักษณะของโปรโมชั่น

และสถานที่ที่ซื้อนั้น กลุ่มตัวอย่างไม่ว่าจะมีชุดใดระดับคุณลักษณะก็เหมือนกัน ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงจากประโยชน์ที่กลุ่มตัวอย่างจะได้รับ

2) เปรียบเทียบชุดคุณลักษณะที่มีค่าอรรถประโยชน์รวมอันดับที่สอง กับ ชุดที่มีค่าอรรถประโยชน์รวมต่ำที่สุด คือ ชุดคุณลักษณะที่ 6 กับชุดคุณลักษณะที่ 8:-

ตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบชุดคุณลักษณะที่อรรถประโยชน์รวมอันดับที่สอง กับชุดคุณลักษณะที่อรรถประโยชน์รวมต่ำที่สุด

ชุด ทางเลือก	จัด ลำดับ	คุณลักษณะ: ประกอบด้วย				
		เลือกเลข	ราคา	โปรโมชั่น	สถานที่	บริการ
6	2	โด้ด 3 ตัวบน	100 บ.	คูปองชิงโชค	ตู้ออนไลน์	ร้านค้าทั่วไป
8	8	โด้ด 3 ตัวบน	150 บ.	ส่วนลดทันที	ตู้ออนไลน์	ร้านค้า 24 ชม.

หมายเหตุ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย

ชุดคุณลักษณะที่ 6 มีค่าอรรถประโยชน์รวม อันดับ 2 โดยมีอรรถประโยชน์รวมเท่ากับ 6.823 ซึ่งมีลักษณะเป็นเลขโด้ด 3 ตัวบน ราคา 100 บาท คูปองลุ้นโชคทอง สามารถซื้อได้ที่ตู้ออนไลน์และขึ้นเงินรางวัลได้ที่ร้านค้าทั่วไป สมการอรรถประโยชน์รวมคือ $6.823 = 6.461 - 0.075$ (เลขโด้ด 3 ตัวบน) + 0.161 (ราคา 100 บาท) + 0.028 (คูปองลุ้นโชคทอง) + 0.137 (ตู้ออนไลน์) + 0.111 (บริการขึ้นเงินรางวัลได้ที่ร้านค้าทั่วไป)

ชุดคุณลักษณะที่ 8 มีค่าอรรถประโยชน์รวมต่ำที่สุด โดยมีอรรถประโยชน์รวมเท่ากับ 6.230 ซึ่งมีลักษณะเป็นเลขโด้ด 3 ตัวบน ซื้อ 150 บาทได้รับส่วนลดทันที สามารถซื้อได้ที่ตู้ออนไลน์และขึ้นเงินรางวัลได้ที่ร้านค้าเปิด 24 ชม. สมการอรรถประโยชน์รวม คือ $6.230 = 6.461 - 0.075$ (เลขโด้ด 3 ตัวบน) - 0.154 (ราคา 150 บาท) - 0.028 (ส่วนลดทันที) + 0.137 (ตู้ออนไลน์) - 0.111 (บริการขึ้นเงินรางวัลได้ที่ร้านค้าเปิด 24 ชม.)

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ แสดงให้เห็นว่า ราคาซื้อเริ่มต้นและบริการขึ้นเงินรางวัลนั้นเป็นตัวกำหนดทิศทางสลากรูปแบบใหม่ มีผลต่อความชอบและการตัดสินใจซื้อสลากรูปแบบใหม่มากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย ข้อเปรียบเทียบระหว่างห่วยใต้ดินกับสลากรินแบ่งรัฐบาลและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวกับสลากรและสถานที่ซื้อ แถบไม่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลยเพราะไม่ว่ากลุ่มตัวอย่างจะเลือกชุดใด สถานที่ซื้อก็ไม่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเปลี่ยนใจที่จะซื้อหรือไม่ซื้อสลากร

ผลจากการวิเคราะห์ความชอบ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดคุณลักษณะด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ห้อยค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) ค่าความสำคัญของคุณลักษณะ ระดับคุณลักษณะในแต่ละด้าน ระดับอรรถประโยชน์ต่อชุดทางเลือกและอรรถประโยชน์รวม, การจัดอันดับ สรุปได้ว่าคุณลักษณะที่ควรเน้นให้ความสำคัญ คือ ราคาซื้อเริ่มต้น บริการขึ้นเงินรางวัลและสามารถเลือกเลขได้ทั้ง 3 คุณลักษณะนี้ สามารถนำไปปรับใช้กับสลากรูปแบบใหม่หรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์สลาก มีผลต่อความชอบและการตัดสินใจเลือกซื้อสลากรูปแบบใหม่มากที่สุด ผู้ซื้อเกิดความพึงพอใจและเป็นที่ยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์และตรงกับกลุ่มเป้าหมายของสำนักงานสลากฯ หรือผู้ประกอบการมากขึ้น สอดคล้องกับวิธีการวิจัย ซึ่งแสดงถึงข้อเปรียบเทียบระหว่างหวยใต้ดินกับสลากกินแบ่งรัฐบาล คุณลักษณะข้อแตกต่างส่วนมากเป็นในส่วนของราคาซื้อและสามารถเลือกเลขได้ (รูปแบบการเล่น) โดยทั้ง 2 คุณลักษณะนี้ ผู้ซื้อได้ประโยชน์มากที่สุดและสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นหวยใต้ดิน คือ ศศิประภา หัตถกรรม และ สาวิตรี รัศมี (2556) “พฤติกรรมการเล่นหวยใต้ดินและปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติการเล่นหวยใต้ดินของชาวบ้าน ในชุมชนม่วงชุม จังหวัดกาญจนบุรี” ปัจจัยความรู้ความเข้าใจ พิจารณาลำดับแรกคือ การเล่นหวยใต้ดินสามารถเลือกเลขที่ต้องการซื้อได้ตามต้องการ รองลงมาคือ การเล่นหวยใต้ดินทำให้รู้วิธีการเล่นในแบบต่างๆ การเล่นหวยใต้ดินมีค่าใช้จ่ายในการซื้อไม่แพงได้รับส่วนลดจากการเล่นหวยใต้ดินและเงินรางวัลจากการเล่นหวยใต้ดินสูง ญัทธมน อรุณาสิน (2550) “พฤติกรรมการเล่นหวยของประชาชนตำบลเกาะขวาง อำเภอมือง จังหวัดจันทบุรี” นิยมซื้อหวยใต้ดินเนื่องจากสามารถซื้อเลขได้ตามต้องการเป็นส่วนใหญ่ นันทิชา ขอแหม่มกลาง, ฌานนพ สืบลีลา และ สำราญ บุญเจริญ (2558) “พฤติกรรมการเล่นและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อหวยใต้ดินของประชาชนในจังหวัดนครราชสีมา” ส่วนใหญ่ชื่นชอบการเล่นหวย 2 ตัวบน 2 ตัวล่างและ 3 ตัวบน โดยค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งไม่เกิน 300 บ.ต่อครั้ง ส่วนเสาวนีย์ ไทยรุ่งโรจน์ (2549) “หวยใต้ดิน-หวยบนดิน: พฤติกรรมการบริโภคของคนไทย” ผลการศึกษา การซื้อหวยใต้ดินมีความยืดหยุ่นมากกว่า หวยบนดิน ต้องคำนึงผลจากการใช้กลยุทธ์ด้านราคาหรือส่วนลดจากหวยใต้ดินเป็นตัวจูงใจผู้ซื้อ เป็นวิธีที่เจ้ามือหวยใต้ดินใช้ในปัจจุบัน ถ้ายกเลิกหวยบนดินผู้เล่นจะกลับไปเล่นหวยใต้ดินแน่นอน เพราะซื้อง่าย สะดวก มีเครดิตและมีส่วนลด เลือกซื้อเลขได้ และ เชษฐา สกุลแสง (2545) “การวิเคราะห์การเล่นหวยใต้ดินในชนบท: กรณีศึกษาเฉพาะหมู่บ้านในภาคตะวันออก” พบว่า รูปแบบเลขท้าย 3 ตัวบนตามการออกสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นรูปแบบที่นิยมเล่นมากที่สุด โดยให้เหตุผลว่ามีอัตราการจ่ายเงินรางวัลที่สูง ส่วนคุณลักษณะบริการขึ้นเงินรางวัลนั้น พบข้อแตกต่างจากระดับคุณลักษณะคือ ค่าธรรมเนียมที่ผู้ถูกรางวัลต้องจ่าย หากเป็นรูปแบบการพนันอื่น ไม่ต้องเสียส่วนแบ่งหรือรายจ่ายในส่วนนี้

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยหัวข้อเรื่อง การศึกษาความต้องการสลากรูปแบบใหม่ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อทราบคุณลักษณะและระดับของผลิตภัณฑ์สลากรูปแบบใหม่ ที่ส่งผลกระทบต่อความชอบ (Preference) และการตัดสินใจซื้อสลากรูปแบบใหม่ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 ราย โดยมีช่วงศึกษาในเดือนสิงหาคม 2559-พฤษภาคม 2560 แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสลากรูปแบบใหม่ และส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะสลากรูปแบบใหม่ที่ผู้ซื้อสลากรูปแบบใหม่ที่ชอบ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for Social Science) ในการวิเคราะห์ผลการวิจัย สำหรับสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ในส่วนที่ 1 และ 2 คือ การวิเคราะห์ค่าความถี่ (Frequency) สถิติร้อยละ (Percentage) และส่วนที่ 3 คือ การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)

5.1 สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยอายุอยู่ในช่วง 20-39 ปี เป็นกลุ่มประชากรวัยทำงานที่อยู่ในวัยกลางคน ร้อยละ 72.6 รองลงมา คือ 40-49 ปี โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ชอบความเสี่ยง โดยการตัดสินใจซื้อด้วยตนเองมากกว่าสถานภาพอื่น สำหรับระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมา คือ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ทั้งนี้รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-40,000 บาท มีสัดส่วนมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว (รวมตัวท่านด้วย) 3-7 คน ซึ่งเป็นครัวเรือนขนาดกลางของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสลากรูปแบบใหม่ของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมการซื้อสลากรูปแบบใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ในรอบ 1 ปี กลุ่มตัวอย่างมักซื้อสลากรูปแบบใหม่และการพนันรูปแบบอื่นๆ ด้วยเพราะชอบเสี่ยง ชอบลุ้น แต่ยังคงต้องการผลตอบแทนที่คงที่รวมอยู่ด้วยหากเพิ่มการพนันอื่นๆ มาด้วยจะมีโอกาสมากขึ้นและ

เพิ่มผลตอบแทนที่มากขึ้น หากเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพียงอย่างเดียว รวมทั้งเป็นการกระจายความเสี่ยงจากการเสี่ยงโชคด้วย สำหรับอายุที่เริ่มซื้อสลากฯ น้อยที่สุด คือ 11 ปี และส่วนมากมีการเริ่มซื้อสลากตั้งแต่อายุ 18-30 ปี ถือเป็นช่วงวัยรุ่นและสามารถสรุปได้ว่า กฎระเบียบที่สำนักงานสลากฯ ได้กำหนดไว้คือ ไม่ขายไม่ซื้อสลากกับเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี ใช้ควบคุมสลาก (การมอมเมาเยาวชน) มีผลกับการเริ่มซื้อสลากครั้งแรกของกลุ่มตัวอย่างและจำนวนสลากที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อในแต่ละงวด โดยเฉลี่ยแล้วประมาณ 1-2 ใบต่องวด สอดคล้องกับค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อสลากฯ แต่ละงวดอยู่ที่ประมาณ 300 บ. ส่วนหลักในการเลือกซื้อสลากฯ นั้น กลุ่มตัวอย่างนำเลขที่คิดขึ้นเอง เป็นเหตุผลในการเลือกซื้อส่วนใหญ่ โดยช่วงเวลาในการซื้อสลากส่วนมากจะเลือกซื้อในช่วงก่อนออกรางวัล 1-2 วัน จากแหล่ง/สถานที่แผงขายสลากทั่วไปเกือบทุกครั้ง และแหล่ง/สถานที่ที่ซื้อเป็นบางครั้ง คือ คนพิการ และแทบไม่เคยซื้อกับเจ้าประจำ โดยที่สื่อ่นั้นไม่มีผลกับการตัดสินใจซื้อสลากฯ ของกลุ่มตัวอย่าง สอดคล้องกับตนเอง เป็นผู้ที่มิมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด โดยไม่ต้องมีสื่อสิ่งใดมาชักชวนให้ตัดสินใจซื้อสลากฯ สุดท้ายพฤติกรรมกาซื้อสลากฯ ของกลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะซื้อสลากฯ ต่อไปในอนาคต แต่ในกลุ่มของความไม่แน่ใจหรือเกิดการไม่ซื้อสลากฯ ในอนาคตนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ออกมา จะช่วยให้กลุ่มตัวอย่างนั้นปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เป็นผู้ซื้อสลากฯ ในอนาคตต่อไปได้

ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะสลากรูปแบบใหม่ที่ผู้ซื้อสลากฯ ชอบ

ผลการวิเคราะห์ชุดทางเลือกสลากรูปแบบใหม่จากกลุ่มตัวอย่าง 300 ราย พบว่าการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญ (Importance values) ที่กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาทางเลือกซื้อสลากรูปแบบใหม่ ราคาซื้อเริ่มต้น คิดเป็นร้อยละ 28.620 ความสามารถเลือกเลขได้ คิดเป็นร้อยละ 21.695 โพรโมชัน คิดเป็นร้อยละ 17.397 บริการในการขึ้นเงินรางวัล คิดเป็นร้อยละ 16.482 และสถานที่ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 15.806 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญคือ ราคาซื้อเริ่มต้นที่ 100 บ. สถานที่ซื้อตู้ออนไลน์ บริการขึ้นเงินรางวัลที่ร้านค้าทั่วไป เลขท้าย 3 ตัวบนและคุปองลุ้นโชคทอง ผลการวิเคราะห์ระดับอรรถประโยชน์ที่มีต่อชุดทางเลือกสลากรูปแบบใหม่โดยรวมสามารถนำมาคำนวณค่าความชอบรวมที่มีต่อชุดคุณลักษณะสลากรูปแบบใหม่ทั้ง 8 ชุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างชอบ ชุดทางเลือกที่ 1 มากที่สุดเป็นอันดับ 1 โดยมีอรรถประโยชน์รวม เท่ากับ 6.917 ประกอบด้วย ลักษณะเลขท้าย 3 ตัวบน รับรางวัลบาทละ 500 ราคาซื้อเริ่มต้นที่ 100 บ. และได้รับส่วนลดทันที 10 บ.สามารถหาซื้อได้ที่ตู้ออนไลน์ โดยชอบบริการขึ้นเงินรางวัลได้ที่ร้านค้าทั่วไป หัก ค่าธรรมเนียม 2% มากที่สุด

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความต้องการสลากรูปแบบใหม่ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ชุดทางเลือกสลากรูปแบบใหม่โดยรวม จากกลุ่มตัวอย่าง 300 ราย พบว่า ระดับของคุณลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ คือ คือ ราคาซื้อเริ่มต้นที่ 100 บ. สถานที่ซื้อตู้ออนไลน์ บริการขึ้นเงินรางวัลที่ร้านค้าทั่วไป เลือกเลขท้าย 3 ตัวบนและคูปลงล้อโขกทอง ผู้วิจัยสามารถสรุปและเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของประชากรในเขตกรุงเทพได้ โดยแบ่งประเด็นตามความสำคัญของผลการวิเคราะห์ปัจจัยคุณลักษณะของสลากรูปแบบใหม่ ด้านราคาซื้อเริ่มต้น ด้านความสามารถเลือกเลขได้ ด้านโปรโมชั่น ด้านบริการขึ้นเงินรางวัล และด้านสถานที่ซื้อ เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อสลากรูปแบบใหม่ ดังนี้

1. ด้านราคาซื้อเริ่มต้น จากการศึกษาค้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อสลากรูปแบบใหม่โดยให้ความสำคัญกับราคาซื้อเริ่มต้นมากที่สุด คือ ราคาซื้อเริ่มต้นที่ 100 บ. รองลงมาคือ ราคาซื้อเริ่มต้นที่ 120 บ. และราคาซื้อเริ่มต้นที่ 150 บ. จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับราคาซื้อเริ่มต้นที่ต่ำที่สุด การตั้งราคาซื้อเริ่มต้นต่ำ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องวางแผนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ เช่น เริ่มจากต้นทุนของสลากฯ ถ้าเราผลิตสลากเป็นจำนวนมาก อาจจะทำให้ราคาตั้งกล่าวอยู่ในราคาที่ต่ำ เพราะเกิดการประหยัดขนาด เป็นต้น และการทราบข้อมูลสถานการณ์ของธุรกิจได้รวดเร็ว เพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นและยังสามารถควบคุมต้นทุนให้ต่ำมากที่สุด นอกจากนี้การลดขั้นตอนการทำงานที่ไม่จำเป็น ทำให้เกิดระยะเวลาการทำงานที่สั้นลง ช่วยลดค่าใช้จ่ายได้ การลดลงของขนาดสลากเพื่อให้ต้นทุนของสลากฯ ลดลง เป็นต้น ดังนั้นถ้าผู้ประกอบการจะออกสลากรูปแบบใหม่หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์สลาก ควรให้ความสำคัญกับราคาของสลาก จึงจะเป็นที่ยอมรับของกลุ่มผู้บริโภค หากต้องการกำหนดราคาซื้อเริ่มต้นที่ 150 บ. ควรสร้างความเข้าใจและหาจุดเด่นของราคานี้ ถ้าราคาไม่เป็นที่ยอมรับได้ในกลุ่มผู้บริโภคก็ควรปรับลดราคาซื้อเริ่มต้นลงเป็น 120 บ. เพื่อสร้างความแตกต่างของราคาโดยการนำเสนอราคาที่ถูกกลง เป็นต้น อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการควรเพิ่มกลยุทธ์ในด้านอื่นๆ หากไม่สามารถลดต้นทุนและคงราคาให้ต่ำได้ เช่น การปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์สลาก การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายให้ชัดเจนและเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ดึงดูดใจเพื่อกระตุ้นยอดขาย หรือการสร้างสรรคกลยุทธ์ส่งเสริมการขายที่แปลกใหม่ขึ้น

2. ด้านความสามารถเลือกเลขได้ จากการศึกษาค้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความสามารถเลือกเลขได้มากที่สุด คือ เลือกเลขท้าย 3 ตัวบน รองลงมา คือ เลือกเลขโดด 3 ตัวบน ดังนั้นผู้ประกอบการ ควรเน้นให้ความสำคัญกับรูปแบบการเล่นที่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค หากผู้ประกอบการเลือกใช้รูปแบบการเล่นแบบเลขโดด 3 ตัวบน เป็นรูปแบบการเล่นควรทดลองความยาก-ง่ายของการรูปแบบ เช่น อาจจะทำตารางวิเคราะห์ผลได้เสีย วิธีการเล่น ผลรางวัลที่ได้รับ เพื่อจูง

ใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกรูปแบบการเล่นชนิดเลขโดด 3 ตัวบนมากขึ้น นอกจากรูปแบบการเล่นที่เพิ่มขึ้นจากสลากใบเดิมแล้ว ผู้ประกอบการควรสร้างความชอบให้ผู้บริโภคเกิดความภักดีต่อผลิตภัณฑ์สลากด้วย อาจกระตุ้นโดยเพิ่มเงินรางวัลที่ได้รับเมื่อเทียบกับการพนันอื่นๆ อย่างไรก็ตามในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากรูปแบบการแจกแบบสอบถามเป็นหลัก หากผู้ประกอบการทดลองตลาดด้วยการทดสอบการเล่นแสดงความโปร่งใสในการออกสลาก และอธิบายถึงวิธีการเล่นที่ไม่ซับซ้อน รูปแบบของความสามารถเลือกเลขที่ต้องการได้นั้น จะเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของผู้ประกอบการได้มากขึ้น

3. ด้านโปรโมชั่น จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความชอบกับโปรโมชั่นคูปองลุ้นโชคทองมากกว่าโปรโมชั่นส่วนลดทันที ซึ่งอาจวิเคราะห์ได้ว่า ความแปลกใหม่ของกรรมมีโปรโมชั่นนั้นสร้างความต้องการซื้อให้กับกลุ่มตัวอย่างได้ ในส่วนของคูปองลุ้นโชคทอง ผู้ประกอบการจึงควรศึกษาความต้องการเฉพาะกลุ่ม เช่น ผู้ที่เคยเสี่ยงลุ้นรางวัลกับการได้รับส่วนลดทันที จะรักษาต้นทุนให้เกิดความสมดุลมากกว่ากัน ผู้ประกอบการจะต้องสร้างการรับรู้ในคุณค่าแก่ผู้บริโภคในโปรโมชั่นหลังจากซื้อสลากแล้วศึกษาว่าเกิดจากสถานที่ ความต้องการ โอกาส เทศกาล การส่งเสริมการขายที่แตกต่างกัน ทำให้โปรโมชั่นคูปองชิงโชคทองเป็นส่วนประกอบหนึ่งในการตัดสินใจเลือกซื้อสลาก ทั้งนี้โปรโมชั่นส่วนลดทันที ผู้ประกอบการอาจจะปรับเปลี่ยนราคาโดยให้ส่วนลดสลากไปในตัวสลาก เพื่อมุ่งเน้นการแข่งขันในด้านผลิตภัณฑ์และการแข่งขันราคาให้เหมาะสมกับตลาด

4. ด้านบริการขึ้นเงินรางวัล จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความชอบกับสลากรูปแบบใหม่ด้านการบริการขึ้นเงินรางวัลที่ร้านค้าทั่วไป หัก ค่าธรรมเนียม 2% เปิดเป็นเวลา มากกว่าการบริการขึ้นเงินรางวัลที่ร้านค้าเปิด 24 ชม. หัก ค่าธรรมเนียม 3% ซึ่งแตกต่างกันในข้อจำกัดของระดับคุณลักษณะ โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกให้ความชอบกับร้านค้าทั่วไป เพียงเพราะการหักค่าธรรมเนียมที่ถูกลง ซึ่งไม่ว่าจะขึ้นเงินรางวัลที่สถานที่ใดก็ได้ก็ได้รับเงินรางวัลและบริการเช่นเดียวกัน เพียงแต่ได้รับความสะดวกหรือเร็วเท่านั้น หากผู้บริโภคมีความชอบกับบริการขึ้นเงินรางวัลที่ได้รับรางวัลแน่ๆ อยู่แล้ว ค่าธรรมเนียมเป็นความแตกต่างที่ทำให้ผู้บริโภคนั้นเกิดการเปรียบเทียบ ผู้ประกอบการจึงควรทำให้จุดบริการทั้งร้านค้าทั่วไปและร้านค้าเปิด 24 ชม. มีความสำคัญ โดยจัดกิจกรรมส่งเสริม โฆษณา หรือสร้างวิธีการให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคมาใช้บริการขึ้นเงินรางวัล ให้ผู้บริโภคยอมรับสร้างความเชื่อใจ ความมั่นใจในการขึ้นเงินรางวัล ความคุ้นเคย ความน่าเชื่อถือ ให้ผู้ที่ถูกรางวัลเลือกใช้บริการขึ้นเงินรางวัลกับสถานที่ของตน

5. ด้านสถานที่ซื้อ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความชอบกับสถานที่ซื้อตู้ออนไลน์ มากกว่าแผงลอตเตอรี่ กระจาด เพราะตู้ออนไลน์นั้นเป็นความสะดวกสบายในปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่างต้องการเสี่ยงและต้องการความสะดวกสบายในการซื้อด้วย ตู้ออนไลน์ทำให้การหาซื้อสลากฯ เกิดขึ้นเมื่อใดก็ได้ตามความต้องการ แต่แผงลอตเตอรี่ กระจาดก็เป็นสถานที่ที่ขายมานาน

ความเคยชิน ความคุ้นเคย คำแนะนำจากผู้ขายก็ยังคงทำให้มีกลุ่มผู้ซื้อยึดติดกับสถานที่ซื้อนี้ ดังนั้นถ้าผู้ประกอบการต้องการที่จะทำให้สถานที่ซื้อตู้ออนไลน์ เป็นที่นิยมและยอมรับจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการควรจัดสถานที่ซื้อตู้ออนไลน์ให้สอดคล้องกับโปรโมชั่น เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคเลือกใช้สถานที่ซื้อเป็นตู้ออนไลน์แทนแผงลอยเตอะรี เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพอใจและตัดสินใจเลือกซื้อสลากฯ

จากงานวิจัยชิ้นนี้ ได้ผลการวิจัยเน้นให้ความสำคัญกับราคาซื้อเริ่มต้น สามารถเลือกเลขได้ และบริการขึ้นเงินรางวัล ถ้าผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ประโยชน์ในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์สลากเดิมนั้น ควรเน้นให้ความสำคัญ ดังนี้ **ราคาซื้อเริ่มต้น** จากกลุ่มตัวอย่างมีความอ่อนไหวกับคุณลักษณะนี้มากที่สุด ราคาซื้อเริ่มต้นอาจทำให้ผู้ซื้อเปลี่ยนใจไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลได้โดยง่าย ซึ่งเราจะเห็นได้ในอดีตที่ไม่มีการควบคุมราคาสลาก ผู้ขายต้องการขายสลากในราคาไหนก็ได้ เมื่อผู้ขายลดราคาสลากในวันใกล้ออกสลากแล้ว จะทำให้ผู้ซื้อสนใจที่จะซื้อเป็นจำนวนมาก รวมถึงห่วยบนดิน ซึ่งในอดีตมีการกำหนดราคาซื้อที่ 20 บ. 50 บ. และ 100 บ. ผู้ซื้อให้ความนิยมซื้อเป็นจำนวนมากเพราะเพียงแค่ 20 บ.ก็สามารถมีส่วนร่วมในการเสี่ยงโชคได้ และเมื่อเทียบกับห่วยใต้ดินที่มีการยึดหยุ่นในราคาซื้อจะซื้อราคาเท่าไรก็ได้ เมื่อซื้อจำนวนมากยังมีส่วนลดให้ด้วย ถ้ามีห่วยชนิดอื่นที่สามารถซื้อได้ในราคาต่ำกว่าเมื่อใดจะทำให้ผู้ซื้อเปลี่ยนใจหรือตัดสินใจซื้อห่วยชนิดอื่นได้ในทันที โดยไม่สนใจว่าการพนันนั้นจะถูกกฎหมายหรือไม่ เพราะได้ร่วมลุ้นโชค ได้เสี่ยงโชคและได้รับเงินรางวัลเช่นเดียวกัน เช่นเดียวกับผลงานวิจัยของกลุ่มตัวอย่างที่มีราคาซื้อเริ่มต้นที่ 100 120 และ 150 บ. นั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกราคาซื้อเริ่มต้นที่ต่ำที่สุด 100 บ. เป็นราคาซื้อเริ่มต้นที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจ ถ้าจะกำหนดราคาซื้อเริ่มต้นที่ 100 บ. จะทำให้ผู้ซื้อนั้นยอมรับ เลือกที่จะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมากขึ้นเพราะเป็นราคาต่ำสุด ผู้ซื้อยอมรับได้ ส่วนคุณลักษณะ**สามารถเลือกเลขได้** จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในคุณลักษณะนี้เพราะสลากกินแบ่งรัฐบาลนั้นมีรูปแบบการเล่นและการรับเงินรางวัลเพียงไม่กี่รูปแบบ ร่วมลุ้นไม่กี่รางวัลและไม่สามารถเลือกเลขที่จะซื้อได้ เพราะการพิมพ์สลากมีจำนวนจำกัดในแต่ละงวด แต่การพนันชนิดอื่นนั้นสามารถเลือกเลขที่ต้องการได้ ซื้อได้ทุกหมายเลขที่ต้องการ สามารถซื้อมากซื้อน้อยได้ทุกหมายเลข เช่น ห่วยใต้ดินและเมื่อเปรียบเทียบกับห่วยบนดินซึ่งเป็นห่วยที่สำนักงานสลากฯ เคยออกรูปแบบการเล่นแบบชนิดนี้แล้วคือ การให้ผู้ซื้อสามารถเลือกเลขที่ต้องการซื้อได้ตามที่ต้องการ ผู้ขายก็จัดเลขโดยไม่มีการจำกัดเลขที่ซื้อ ทำให้ห่วยบนดินนั้นได้รับส่วนแบ่งคืนมาจากห่วยใต้ดินที่ผิดกฎหมาย ทำให้มีเงินรายได้เข้ารัฐอย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย และผู้ซื้อพึงพอใจ รวมทั้งไม่ต้องซื้อห่วยที่ผิดกฎหมาย หลบๆ ซ่อนๆ อีกต่อไปทำให้ผู้ซื้อเกิดตัดสินใจเลือกซื้อสลากแบบเลือกเลขได้มากกว่าสลากที่มีจำกัดและไม่สามารถเลือกเลขได้ ซึ่งผลการวิจัยของกลุ่มตัวอย่าง พึงพอใจกับการเลือกเลขได้ แบบเลือกเลขท้าย 3 ตัวบนมากที่สุด เพราะเป็นวิธีการเล่นที่ไม่ซับซ้อนและได้รับเงินรางวัลเพิ่มขึ้นจากสลากรูปแบบเดิมในราคาเดิม และคุณลักษณะ**บริการขึ้นเงิน**

รางวัล กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับบริการขึ้นเงินรางวัลที่ร้านค้าทั่วไปมากกว่าร้านค้าเปิด 24 ชม. จากข้อแตกต่างในเรื่องของค่าธรรมเนียมในการหักไว้เป็นค่าอากรของสำนักงานและส่วนหนึ่งเป็นค่าบริการในการขึ้นเงินรางวัลของร้านค้านั้น หากสำนักงานจะแก้ไขให้ผู้ซื้อยอมรับร้านค้าทั้ง 2 รูปแบบ ควรใช้อัตราค่าอากรของสำนักงานเท่ากัน จะทำให้ผู้ซื้อนั้นตัดสินใจขึ้นเงินรางวัลที่ได้ก็ได้ แต่จะเกิดการแข่งขันอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ซื้อตนเอง ซึ่งสำนักงานและผู้ซื้อได้ประโยชน์จากบริการของร้านค้าทั้ง 2 รูปแบบ อีกทั้งยังทำให้ร้านค้าเกิดการปรับปรุงและพัฒนาร้านค้าของตนเองอีกด้วย

อย่างไรก็ตามทั้ง 3 คุณลักษณะที่งานวิจัยชิ้นนี้ให้ความสำคัญนั้น ถ้านำไปปรับใช้กับสลากรูปแบบใหม่หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์สลาก ผู้ซื้อจึงจะเกิดความพึงพอใจและเป็นที่ยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์สลากรูปแบบใหม่ที่ผู้ซื้อชอบและตรงกับกลุ่มเป้าหมายของผู้ประกอบการมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) เฉพาะคุณลักษณะของสลากรูปแบบใหม่ในงานวิจัย ซึ่งในอนาคตควรมีการศึกษาถึงคุณลักษณะด้านการตลาดของธุรกิจสลาก เช่น กลุ่มเป้าหมายโดยตรง ตลาดของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น และด้านอื่นๆ เช่น เพิ่มคุณลักษณะด้านความน่าเชื่อถือ คุณลักษณะของบริการหลังการขาย เพื่อหาคุณลักษณะที่อาจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งข้อมูลจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สลากรูปแบบใหม่ แก่ผู้ประกอบการธุรกิจสลากต่อไป

2. การวิจัยชิ้นนี้สะท้อนถึงความต้องการสลากรูปแบบใหม่ โดยวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมของกลุ่มตัวอย่าง 300 ราย และเป็นการเก็บแบบสอบถามกับผู้ที่มีรายได้สูง (เฉพาะผู้ที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร) ซึ่งหากงานวิจัยชิ้นต่อไปควรมีการพิจารณาด้วยคุณลักษณะต่างๆ จากกลุ่มผู้มีรายได้น้อยด้วย เพื่อให้ความชัดเจน และตรงกับความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

ปัญหาและข้อจำกัดในงานวิจัย

การกำหนดคุณลักษณะจากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างและพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามนั้นเป็นเรื่องยาก เนื่องจากมีหลายปัจจัยที่ผู้วิจัยเห็นความสำคัญ เช่น ความเชื่อถือในองค์กร ความเชื่อถือในสลาก ภาพลักษณ์ความโปร่งใส และมาตรฐานการออกรางวัล เป็นต้น เป็นเรื่องยากที่จะกำหนดค่าระดับ (Level) ให้เป็นค่าที่ประเมินและวัดได้ จึงทำให้คุณลักษณะที่นำมาประกอบจึงเป็นเรื่องพื้นฐานทั่วไป ไม่สะท้อนถึงสลากรูปแบบใหม่ทั้งหมด ดังนั้น ควรนำการวิจัยนี้มาสนับสนุนและเป็นส่วนเสริมในส่วนที่ยากต่อการอธิบายต่อไป นอกจากนี้การนำเสนอ Profile Card ภาพพร้อมคำบรรยายใต้ภาพ อาจทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่มีความรู้ ความเข้าใจในการแสดงภาพสื่อถึงลักษณะของสลากรูปแบบใหม่สับสน เนื่องจากภาพอาจจะไม่แสดงออกถึงการทำเป็นตัวอย่างและทำวิธีการทดลองให้เห็นถึงการเล่น และรูปแบบการออกสลากรูปแบบใหม่ทั้งหมด รูปภาพที่แสดง

ในแบบสอบถามเพื่อความเข้าใจง่ายขึ้น อีกทั้งภาพอาจจะยังไม่เห็นของจริง ทำให้การเปรียบเทียบคุณค่ากับราคายังไม่ชัดเจนพอ

ข้อจำกัดเวลาและทุน ทำให้กลุ่มตัวอย่างเป็นเพียงเฉพาะกลุ่ม คือ กลุ่มประชากรที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ผลการวิจัยที่ออกมาต่อสลากรูปแบบใหม่เป็นเพียงแค่เฉพาะกลุ่ม อาจจะใช้ไม่ได้ในวงกว้าง ซึ่งความเป็นจริงแล้วผู้ซื้อสลากรังมีจำนวนมาก และหลากหลาย การวิเคราะห์และการสรุปผลยังขาดการกระจายของกลุ่มตัวอย่าง ที่จะนำไปสู่การออกผลิตภัณฑ์สลากรที่สมบูรณ์แบบ ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่ม



รายการอ้างอิง

หนังสือ

- กฤษณี เวชสาร. (2552). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: เอ อาร์ บีซิเนส เพรส.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พจนทรัพย์ สุทธิไชยเมธี. (2556). *เศรษฐศาสตร์ทั่วไป*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ยุบล เป็ญจรงค์กิจ. (2542). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: อีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีศึกษา*. กรุงเทพฯ: อีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- สิทธิโชค วรรณสันติกุล. (2525). *ทฤษฎีและการปฏิบัติทางจิตวิทยาสังคม*. นครปฐม: วิทยาลัยครู นครปฐม สหวิทยาลัยทราวดี.

บทความวารสาร

- มนตรี พิริยะกุล. (เมษายน-มิถุนายน 2555). Conjoint Analysis. *วารสารรวมคำแห่ง ฉบับพิเศษ*, 2, 252-272.
- ปณิตา วงศ์มหาดเล็ก. (มกราคม-ธันวาคม 2558). การศึกษานำร่ององค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อบ้านสำเร็จรูปสำหรับผู้สูงอายุโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint analysis). *วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 29, 355-367.

วิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ

- ชนาภัทร ปั่นสน. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกลงทุนในสลากออมสินของผู้มาใช้บริการธนาคารออมสินสาขาประตูช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโท). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะเศรษฐศาสตร์.

- เชษฐา สกุลแสง. (2538). *การวิเคราะห์การเล่นหอยไต่ดินในชนบท: กรณีศึกษาเฉพาะหมู่บ้านในภาคตะวันออกเฉียง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, คณะพัฒนาสังคม, สาขาการจัดการการพัฒนาสังคม.
- ฐิติมน สื่อเสาวลักษณ์. (2556). *ปัจจัยการซื้อหอยไต่ดินของประชาชนในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, คณะรัฐประศาสนศาสตร์, สาขาการบริหารทั่วไป.
- ณัฏฐมน อรุณาสิน. (2550). *พฤติกรรมการเล่นหอยของประชาชนตำบลเกาะขวาง อำเภอเมืองจังหวัดจันทบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, คณะรัฐประศาสนศาสตร์, สาขาการบริหารทั่วไป.
- นภกช สัจจะไพบูลย์. (2556). *การศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัยในต่างจังหวัดของคนกรุงเทพมหานครหรือปริมณฑลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- นรินทร์ บุญอำพล. (2556). *การตั้งราคาของธุรกิจขนาดย่อยต่อแนวทางการประกอบการธุรกิจร้านค้าแฟลต*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, คณะวิทยาการจัดการ, สาขาการประกอบการ.
- ปณิตา วงศ์มหาดเล็ก. (2558). *การศึกษานำร่ององค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อบ้านสำเร็จรูปสำหรับผู้สูงอายุโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์.
- พัชรินทร์ ลีอ่อนนัต์ศักดิ์ศรี. (2545). *พฤติกรรมการเล่นการพนันประเภทหอยไต่ดิน ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองขอนแก่น*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, คณะศิลปศาสตร์ (ไทยคดีศึกษา-เน้นสังคมศาสตร์).
- วรรณวิษา ศรีรัตน์ และ วิศิษฐ์ ลิ้มสมบุญชัย. (2551). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำส้มพร้อมดื่ม 100 เปอร์เซ็นต์ของผู้บริโภค*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, คณะเศรษฐศาสตร์, สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร.
- ศศิประภา หัตถกรรม และ สาวิตรี รัศมี. (2556). *พฤติกรรมการเล่นหอยไต่ดินและปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติการเล่นหอยไต่ดินของชาวบ้าน ในชุมชนม่วงชุม จังหวัดกาญจนบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, คณะวิทยาการจัดการ.
- สรารัตน์ บุญวงศ์. (2556). *พฤติกรรมการเล่นเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ที่มีอาชีพค้าขายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะเศรษฐศาสตร์.

อุดมทรัพย์ คำยามา. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อหรือจงดองสลากกินแบ่งรัฐบาลล่วงหน้าผ่านธนาคารกรุงไทย สาขาแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะเศรษฐศาสตร์.

เอกสารอื่นๆ

นันทิชา ขอแ่มกลาง, ฅานนพ สืบลีลา, และ สำราญ บุญเจริญ. (2558). *สร้างสรรค์และพัฒนาเพื่อก้าวหน้าสู่ประชาคมอาเซียน*. การประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 2 18-19 มิถุนายน 2558 ณ วิทยาลัยนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา.

เสาวณีย์ ไทยรุ่งโรจน์ (2549). *ห่วยใต้ดิน-ห่วยบนดิน: พฤติกรรมการบริโภคของคนไทย*. (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, คณะเศรษฐศาสตร์.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

สุโขทัยธรรมมาธิราช. (2557). *เศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรม*. สืบค้นจาก <http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sec/Alternative/03-02-01.html>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556). *สรุปผลที่สำคัญ การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2555*. สืบค้นจาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/SociosumRep55.pdf>

สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล. (10 กุมภาพันธ์ 2559). *สลากกินแบ่งรัฐบาล เกี่ยวกับสำนักงาน ผลการดำเนินการ การจัดสรรรายได้นำส่งรัฐ*. สืบค้นจาก http://www.glo.or.th/ewt_news.php?nid=1154 สำนักงาน

สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล. (2558). *ประวัติสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล*. สืบค้นจาก www.glo.or.th

สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล. (2558). *สลากกินแบ่งโลก*. สืบค้นจาก http://www.glo.or.th/ewt_news.php?nid=1154 สำนักงาน

Books

Chrzan K., & Yardley, D. (2009). *Tournament-Argument choice base conjoint*. Proceeding of the Sawtooth Software Conference.

Hair J., Black W., Babin B., Anderson R., & Tatham R. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior* (7th ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc.

Articles

Korkkul Jantarakolica, Hatairath Kaweewitayawong, & Tatre Jantarakolica. (2012). Conference on Asia Pacific Business Innovation and Technology Management. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 40, 746-750.

Lancaster, K. J. (1966). A New Approach to Consumer Theory. *Journal of Political Economy* 74: 132-157. Accessed October 17, 2013. Available from <http://www.jstor.org/stable/1828835>





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลทุกงวด งวดละไม่ต่ำกว่า 10 ใบ
จำนวน 5 ราย เพื่อคัดเลือกคุณลักษณะจาก 30 คุณลักษณะ
เหลือ 20 คุณลักษณะ

ลำดับที่	ชื่อ	นามสกุล	อาชีพ	ข้อมูลจากผู้ซื้อสลาก
คนที่ 1	สรัญญา	ทาบโลหะ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	โดยปกติแล้วชอบเสี่ยงโชคและสามิเป็นตัวแทน จำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เกิดความใกล้ชิด, ได้รับข่าวสารบ่อย สลากหาซื้อได้ง่าย ลุ้นรางวัลได้ ทุกเดือน ซึ่งจากการสอบถามซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นประจำทุกงวดๆ ละประมาณ 10-20 ใบ
คนที่ 2	วาณิชย์	ชีวะพฤกษ์	รับจ้างทั่วไป	ชอบเสี่ยงและคิดว่าตัวเองมีโชค อุดหนุนรัฐ ช่วย คนขาย โดยตัวเองนั้นถูกสลากเกือบทุกงวด โดย อาศัยเลือกเลขแปลกๆ มีเลขนำโชคจึงซื้อและมี อาชีพรับจ้างอยู่แถวห้างสรรพสินค้า ตลาด แผง ขายลอตเตอรี่จึงหาซื้อได้ง่าย ด้วยความชอบจึงทำให้ ซื้อขั้นต่ำ 30 ใบต่องวด
คนที่ 3	โสธยา	สุขประจันทร์	ตัวแทนจำหน่าย สลากกินแบ่งฯ	เป็นตัวแทนฯ และแม่บ้าน ทำให้ได้พูดคุยกับผู้ซื้อ ลูกค้าประจำและเพื่อนบ้าน มักจะกล่าวอ้างว่าได้มี เลขเด็ด และหาซื้ออยู่เป็นประจำทำให้เกิดความ ต้องการเสี่ยง เพราะไม่ต้องไปหาเลข ทั้งนี้ยังทำให้ แนะนำผู้ที่ต้องการซื้อเกิดความต้องการซื้อเพิ่มเติม ปัจจุบันซื้อขั้นต่ำ 3 ใบต่องวดและตามลูกค้า เพื่อน เฉลี่ย 10 ใบต่องวด
คนที่ 4	เจริญพงษ์	กุ่มภีพงษ์	ค้าขาย	ชอบซื้อสลากเลขแปลก ทะเบียนรถ รู้สึกว่าเลขพวก นี้ให้โชคกับตนเสมอซึ่งส่วนมากฝันและลูกค้าบอก ใน อาชีพแล้วชอบดูโทรทัศน์จะได้ดูการออกรางวัลบ่อย ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมเข้าไปลุ้นรางวัล
คนที่ 5	จันทา	หิงวัน	แม่บ้าน	มีเวลาว่างและดูทีวีเป็นประจำ ได้รับข่าวสารจึง กระตุ้นให้เกิดความชอบเสี่ยง อยากถูกรางวัลที่ 1 และ 1 ใบอาจถูกได้หลายรางวัล ใช้เวลาว่างให้เป็น ประโยชน์ ถือว่าคลายเครียด แต่ก็เล่นห่วยได้ดินด้วย เพราะหาซื้อเลขที่ตนต้องการไม่ได้ มีรูปแบบการเล่น ที่หลากหลาย

ภาคผนวก ข

ข้อมูลเรื่องอาชีพและเพศของกลุ่มตัวอย่าง 10 ราย ในการศึกษาเบื้องต้น

ลำดับที่	เพศ	อาชีพปัจจุบัน
1	หญิง	พนักงานบริษัทเอกชน
2	หญิง	พนักงานบริษัทเอกชน (เกสซ์)
3	ชาย	พนักงานรัฐวิสาหกิจ
4	ชาย	พนักงานธนาคาร
5	หญิง	พนักงานรัฐวิสาหกิจ
6	ชาย	ขายของออนไลน์
7	หญิง	เจ้าของธุรกิจ
8	ชาย	ค้าขาย
9	หญิง	แม่บ้าน
10	หญิง	ตัวแทนจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล

ภาคผนวก ค

แบบสอบถามสำหรับการศึกษาเบื้องต้น ครั้งที่ 1

“การศึกษาความต้องการสลากรูปแบบใหม่ ของประชากรในเขตกรุงเทพ”

วัตถุประสงค์ของแบบสอบถามชุดนี้ จัดทำขึ้นเพื่อคัดเลือกและให้คะแนนคุณลักษณะหาข้อเท็จจริง เกี่ยวกับความต้องการสลากรูปแบบใหม่ ของประชากรในเขตกรุงเทพ ใช้ทดสอบเพื่อคัดเลือกคุณลักษณะ ด้วยการทำแบบสอบถาม จำนวน 10 ราย ซึ่งเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป โดยแบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การให้คะแนนเกี่ยวกับประเด็นที่ศึกษาวิจัย

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: กรุณาตอบแบบสอบถาม โดยทำเครื่องหมาย [/] ลงในช่องหรือเติมข้อมูลหน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

[] ชาย [] หญิง

2. อายุ ปี

3. สถานภาพ

[] โสด [] สมรส

4. ระดับการศึกษา

[] ประถมศึกษา [] มัธยมศึกษาตอนต้น [] มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

[] อนุปริญญา/ปวส. [] ปริญญาตรี [] สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

[] นักเรียน/นักศึกษา [] แม่บ้าน [] รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

[] ค้าขาย [] ธุรกิจส่วนตัว [] พนักงานบริษัทเอกชน

[] อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้ของท่าน บาท/เดือน

7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว มี.....คน (รวมตัวท่านด้วย)

ส่วนที่ 2: การให้คะแนนและข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับประเด็นศึกษา

คำชี้แจง: ขอให้ท่านอ่านข้อความต่อไปนี้ แล้วพิจารณาให้ความคิดเห็นต่อข้อความ (ให้ท่านนึกถึงการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ในแต่ละครั้ง) โดยทำเครื่องหมาย ล้อมรอบตัวเลขในช่องตัวเลือกเพียงข้อละ 1 แห่ง)

ลำดับ ที่	คุณลักษณะ	ระดับการให้คะแนน (จาก 1-10 คะแนน โดย 1 คือ ไม่ให้ความสำคัญ ไปจนถึง 10 คือ ให้ความสำคัญอย่างยิ่ง)									
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์											
1	สามารถเลือกเลขได้	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2	อยากรวย (รางวัลที่ 1)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3	สลากมีความหลากหลาย	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4	มีรางวัลพิเศษตามเทศกาล	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5	ไม่หักเงินใดๆ จากสลากเมื่อถูกรางวัล	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6	รูปแบบการเล่นง่าย ไม่ซับซ้อน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7	ขนาดพกพา สะดวก	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ปัจจัยด้านราคา											
8	ราคาสามารถซื้อได้ ไม่แพง	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9	กำหนดราคาซื้อด้วยตนเอง	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	เงินรางวัลสลากเหมาะกับการลงทุน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย											
11	สถานที่หาซื้อง่าย สะดวก	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12	สถานที่จัดจำหน่ายเพียงพอ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13	ทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด											
14	โปรโมชั่นต่างๆ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ											
16	สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17	รูปแบบสลาก (ทันสมัยใช้เป็นของขวัญได้)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
18	ผลิตภัณฑ์ของรัฐบาล	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ปัจจัยด้านกระบวนการ											
19	ความสะดวกในการขึ้นเงินรางวัล	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
20	มีความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์/ อินเทอร์เน็ต	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

ภาคผนวก ง

รายละเอียดข้อมูลคะแนนสำหรับแต่ละคุณลักษณะ จากการศึกษาเบื้องต้นครั้งที่ 1

ลำดับ	ปัจจัยผลิตภัณฑ์							ปัจจัยราคา			ปัจจัยช่องทางจำหน่าย			ปัจจัยส่งเสริมการตลาด		ปัจจัยลักษณะกายภาพ			ปัจจัยด้านกระบวนการ	
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	2.1	2.2	2.3	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	5.1	5.2	5.3	6.1	6.2
1	10	8	6	8	8	2	2	4	9	7	10	7	6	10	6	6	4	6	9	9
2	10	9	10	10	8	5	10	7	9	10	9	6	10	9	10	5	5	6	7	8
3	10	10	9	9	10	7	9	7	10	9	10	5	9	10	9	7	7	5	9	7
4	8	10	8	9	8	7	7	8	9	9	10	8	8	9	8	6	7	6	7	8
5	10	8	3	6	5	7	10	8	10	8	8	5	3	10	3	1	7	1	8	3
6	10	4	5	7	8	6	9	8	9	7	5	3	5	9	5	5	6	5	7	6
7	7	7	9	8	8	6	5	6	9	8	7	8	9	9	9	6	4	7	10	7
8	10	5	8	3	9	1	1	2	9	8	10	5	8	9	8	6	1	5	10	9
9	10	9	9	10	8	6	9	6	10	9	9	9	9	9	9	6	6	4	10	9
10	7	9	10	10	8	7	7	8	8	8	10	7	10	8	10	6	7	3	10	8
รวม	92	79	77	80	80	54	69	64	92	83	88	63	77	92	77	54	54	48	87	74
	531							239			228			169		156			161	

- 1.1 สามารถเลือกเลขได้ 1.2 อยากรวย (รางวัลที่1) 1.3 สลากมีความหลายหลาย 1.4 มีรางวัลพิเศษตามเทศกาล 1.5 ไม่หักเงินใดๆ
- 1.6 รูปแบบการเล่นง่าย 1.7 ขนาดพกพา สะดวก 2.1 ราคาซื้อได้ไม่แพง 2.2 กำหนดราคาซื้อด้วยตนเอง 2.3 เงินรางวัลเหมาะกับการลงทุน
- 3.1 สถานที่หาซื้อง่าย สะดวก 3.2 สถานที่จัดจำหน่ายเพียงพอ 3.3 ทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้ 4.1 โปรโมชั่นต่างๆ 4.2 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ
- 5.1 สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล 5.2 รูปแบบสลาก 5.3 ผลិតภัณฑ์ของรัฐบาล
- 6.1 ความสะดวกในการขึ้นเงินรางวัล 6.2 สะดวกในการติดต่อ

ภาคผนวก จ

ข้อมูลการสรุปลำดับที่ได้ของคุณลักษณะทั้ง 20 คุณลักษณะ

ลำดับ	คุณลักษณะ	จำนวนคะแนนรวม 100 คะแนน
1	สามารถเลือกเลขได้	92
2	กำหนดราคาซื้อด้วยตนเอง	92
3	โปรโมชั่นต่างๆ	92
4	สถานที่หาซื้อง่าย สะดวก	88
5	ความสะดวกในการขึ้นเงินรางวัล	87
6	เงินรางวัลเหมาะสมกับการลงทุน	83
7	มีรางวัลพิเศษตามเทศกาล	80
8	ไม่หักเงินใดๆ จากสลากเมื่อถูกรางวัล	80
9	อยากกรวย (รางวัลที่ 1)	79
10	สลากมีความหลากหลาย	77
11	ทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้	77
12	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	77
13	มีความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์/อินเทอร์เน็ต	74
14	ขนาดพกพา สะดวก	69
15	ราคาสามารถหาซื้อได้ ไม่แพง	64
16	สถานที่จัดจำหน่ายเพียงพอ	63
17	รูปแบบการเล่นง่าย ไม่ซับซ้อน	54
18	สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล	54
19	รูปแบบสลาก	54
20	ผลิตภัณฑ์ของรัฐบาล	48

ภาคผนวก จ
แบบสอบถามสำหรับการศึกษาเบื้องต้นและข้อมูลคะแนน ครั้งที่ 3

คำชี้แจง: ขอให้ท่านอ่านข้อความต่อไปนี้ แล้วพิจารณาให้ความคิดเห็นต่อข้อความ (ให้ท่านนึกถึงการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลในแต่ละครั้ง) โดยทำเครื่องหมาย ล้อมรอบตัวเลขในช่องตัวเลือกเพียงข้อละ 1 แห่ง)

ลำดับ ที่	คุณลักษณะ	ระดับ	การให้คะแนน									
			(จาก 1-10 คะแนน โดย 1 คือ ไม่ให้ความสำคัญไปจนถึง 10 คือ ให้ความสำคัญอย่างยิ่ง)									
1	สามารถ เลือกเลขได้	เลขท้าย 2 ตัวบน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		เลขท้าย 3 ตัวบน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		โด้ต 3 ตัวบน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		โด้ต 2 ตัวบน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		3 ตัวหน้ารางวัลที่ 1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2	กำหนดราคาซื้อ ด้วยตนเอง	ราคา 80 บาท	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		ราคา 100 บาท	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		ราคา 120 บาท	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		ราคา 150 บาท	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3	สถานที่หาซื้อ ง่าย สะดวก	ตู้ออนไลน์	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		แผงลอตเตอรี่ทั่วไป กระจาด	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		อินเทอร์เน็ต	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4	โปรโมชั่น	ส่วนลดทันที	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		ของแถม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		ของที่ระลึก	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		คู่มือชิงโชคทอง	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5	ความสะดวก ในการขึ้นรางวัล	ร้านค้าทั่วไป	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		ห้างสรรพสินค้า	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		ร้านค้าเปิด 24 ชม.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		โอนเข้าบัญชีทันที	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

ภาคผนวก ข

รายละเอียดข้อมูลคะแนนสำหรับแต่ละระดับ จากการศึกษาเบื้องต้น ครั้งที่ 3

ลำดับ	สามารถเลือกเลขได้					กำหนดราคาซื้อ				หาซื้อง่าย			โปรโมชั่นต่างๆ				ความสะดวกในการขึ้นรางวัล			
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	2.1	2.2	2.3	2.4	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	4.3	4.4	5.1	5.2	5.3	5.4
1	5	5	9	7	7	10	10	8	9	8	10	5	9	5	10	8	7	5	8	9
2	10	10	9	6	9	2	10	10	10	9	7	5	10	10	10	9	9	10	9	1
3	8	10	9	4	4	7	7	8	10	10	9	8	7	8	7	10	10	8	6	8
4	9	8	9	9	8	5	10	9	9	9	7	5	10	9	8	9	8	9	9	8
5	2	9	10	9	4	8	10	9	10	10	8	9	10	2	3	10	10	2	10	7
6	6	8	9	6	6	5	9	7	10	9	7	5	9	6	5	9	9	6	10	6
7	10	10	9	8	6	8	7	9	7	9	10	7	7	10	9	7	10	10	9	8
8	7	9	9	4	6	5	9	8	10	9	10	4	10	7	8	9	8	7	9	9
9	7	9	10	7	6	6	8	7	10	10	10	8	9	7	7	10	9	7	10	7
10	1	10	8	3	4	8	10	10	7	9	10	7	10	1	5	9	9	1	10	8
รวม	65	88	91	63	60	64	90	85	92	92	88	63	91	65	72	90	89	65	90	71
รวมทั้งหมด	367					331				243			318				315			

- 1.1 เลขท้าย 2 ตัวบน 1.2 เลขท้าย 3 ตัวบน 1.3 โฉดัด 3 ตัวบน 1.4 โฉดัด 2 ตัวบน 1.5 3 ตัวหน้ารางวัลที่ 1
- 2.1 ราคา 80 บ. 2.2 ราคา 100 บ. 2.3 ราคา 120 บ. 2.4 ราคา 150 บ.
- 3.1 ตู้ออนไลน์ 3.2 แผงลอตเตอรี่ กระจายจุด 3.3 อินเทอร์เน็ต
- 4.1 ส่วนลดทันที 4.2 ของแถม 4.3 ของที่ระลึก 4.4 คู่มือชิงโชคทอง
- 5.1 ร้านค้าทั่วไป 5.2 ห้างสรรพสินค้า 5.3 ร้านค้าเปิด 24 ชม 5.4 โอนเข้าบัญชีทันที

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

“การศึกษาความต้องการสลากรูปแบบใหม่ ของประชากรในเขตกรุงเทพ”

“สลากกินแบ่งรัฐบาล, ลอตเตอรี่, ผลิทดันท์, หวย ใช้ความหมายเดียวกัน หมายถึง แผ่นสลากที่ได้ผ่านการรับรองจากสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยในสลากจะมีตัวเลข 6 หลักเป็นตัวกำกับในการตรวจรางวัล ซึ่งปัจจุบันออกจำหน่าย เดือนละ 2 งวด คือ วันที่ 1 และ 16 ของทุกเดือนที่มีการออกรางวัล”

วัตถุประสงค์ในการเก็บข้อมูล จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นเกี่ยวกับสลากรูปแบบใหม่ (สลากกินแบ่งรัฐบาลเดิม แต่เพิ่มรูปแบบการเล่น เงินรางวัล ราคาสลาก โปรโมชันและบริการขึ้นเงินรางวัล) ของประชากรในเขตกรุงเทพ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยเป็นอย่างยิ่งนำไปสู่การออกผลิทดันท์และพัฒนาผลิทดันท์ในอนาคตต่อไป โดยแบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ข้อมูลค้ดครองของกลุ่มตัวอย่างที่เราต้องการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะสลากรูปแบบใหม่ที่ผู้ซื้อสลากฯ พึงพอใจ

ข้อมูลค้ดครองผู้ตอบแบบสอบถามที่เราต้องการศึกษา

ท่านใช้เวลาส่วนใหญ่ในการอยู่อาศัยหรือประกอบอาชีพในจังหวัดใด

[] กรุงเทพมหานคร เขต.....

[] จังหวัดอื่นๆ (จบแบบสอบถาม)

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย [/] ลงในช่องหรือเติมข้อมูลหลังข้อความที่ตรงกับข้อมูลความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ [] ชาย [] หญิง
2. อายุ ปี
3. สถานภาพ [] โสด [] สมรส [] อื่นๆ โปรดระบุ.....
4. ระดับการศึกษา
 - [] ประถมศึกษา [] มัธยมศึกษาตอนต้น [] มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
 - [] อนุปริญญา/ปวส. [] ปริญญาตรี [] สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ
 - [] นักเรียน/นักศึกษา [] รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ [] ค้าขาย
 - [] แม่บ้าน [] พนักงานบริษัทเอกชน [] ธุรกิจส่วนตัว
 - [] อื่นๆ โปรดระบุ.....
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 - [] ไม่มีรายได้ [] น้อยกว่า 10,000 บ. [] 10,001-20,000 บ.
 - [] 20,001-30,000 บ. [] 30,001-40,000 บ. [] 40,001-50,000 บ.
 - [] 50,001 บาทขึ้นไป
7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว มี.....คน (รวมตัวท่านด้วย)

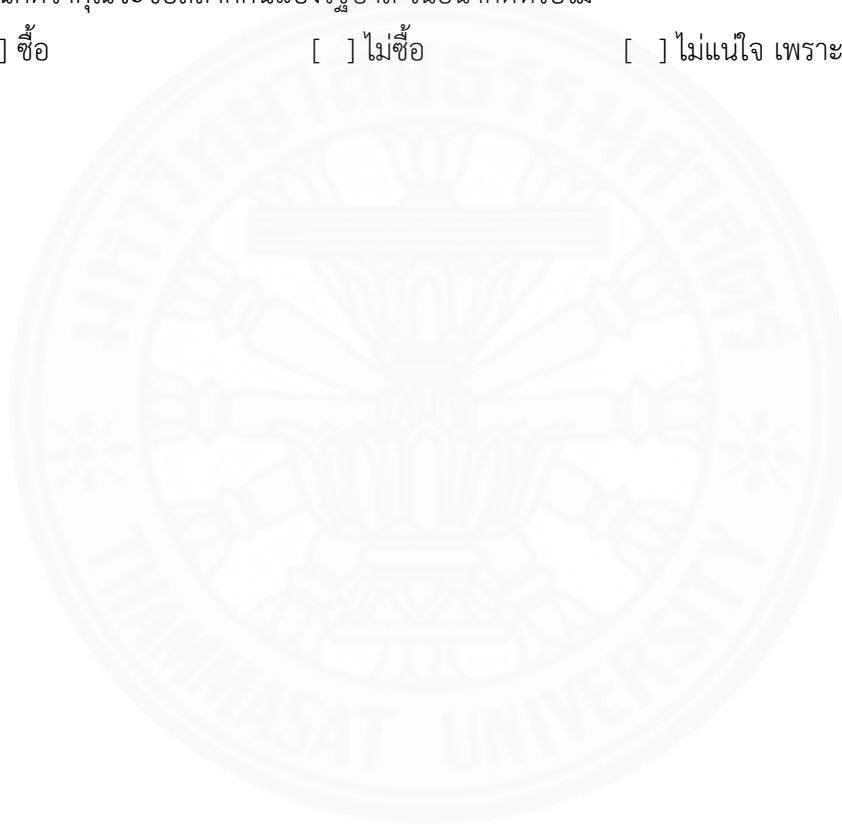
ส่วนที่ 2: ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย [/] ลงในช่องหรือเติมข้อมูลหลังข้อความที่ตรงกับข้อมูลความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

- ในรอบ 1 ปี ท่านได้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือไม่
 - ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพียงอย่างเดียวเท่านั้น โปรดทำต่อในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ต่อไป
 - ซื้อทั้งสลากกินแบ่งรัฐบาลและการพนันรูปแบบอื่นๆ โปรดทำต่อในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ต่อไป
 - ไม่ซื้อ เพราะ ไม่เล่นการพนัน/ไม่ชอบเสี่ยงโชค สิ้นเปลืองเงิน ราคาแพง
 - อื่นๆ โปรดระบุโปรดทำต่อในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ต่อไป
 - ไม่เคยซื้อ (จบแบบสอบถาม)
- ท่านเริ่มซื้อสลากครั้งแรกอายุ.....ปี
- ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลกี่ใบต่องวด
 - 1 ใบ 2 ใบ 3 ใบ 4 ใบ อื่นๆ (โปรดระบุ)ใบ
- ท่านมีค่าใช้จ่ายในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยเฉลี่ยต่องวดประมาณ.....บาท/งวด
- ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยใช้วิธีการใดในการเลือกเลขอย่างไรมากที่สุด
 - ความฝัน พระ/สิ่งศักดิ์สิทธิ์
 - ผู้อื่นบอกต่อๆ กันมา คิดเอง
 - เลขที่พบตามเหตุการณ์ต่างๆ เลขนำโชคส่วนตัว (ทะเบียนรถ/วันเกิด)
 - ข่าวลือ/ความเชื่อจากแหล่งไข่มวย อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- ท่านมักซื้อสลากในช่วงเวลาใดมากที่สุด
 - วันออกรางวัล ก่อนออกรางวัล 1-2 วัน
 - ก่อนออกรางวัล 3-5 วัน ก่อนออกรางวัล 6-15 วัน
 - ไม่แน่นอน
- แหล่ง/สถานที่ที่ท่านเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

แหล่ง/สถานที่	เกือบทุกครั้ง	บางครั้ง	ไม่เคย
แผงขายสลากทั่วไป			
คนพิการ			
คนเดินเร่ขาย			
เจ้าประจำ			
อื่นๆ โปรดระบุ.....			

8. สื่อประเภทใดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมากที่สุด
- [] โฆษณา..... [] ข้อมูลจาก website [] คำแนะนำจากคนขาย
 [] อาจารย์ตั้ง [] หนังสือใบหวย [] นสพ./นิตยสาร
 [] ใบตรวจรางวัล [] ของแถม ณ จุดขาย [] การถ่ายทอดการออกรางวัล
 [] สื่อไม่มีผลต่อการตัดสินใจ
9. ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ของคุณมากที่สุดคือ
- [] ตนเอง [] เพื่อน [] ครอบครัว [] คนขาย
10. คุณคิดว่า คุณจะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ในอนาคตหรือไม่
- [] ซื้อ [] ไม่ซื้อ [] ไม่แน่ใจ เพราะ.....



ส่วนที่ 3: ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะสลากรูปแบบใหม่ ที่ผู้ซื้อสลากฯ พึงพอใจ

คำชี้แจง กรุณาศึกษาข้อมูลต่อไปนี้ เพื่อใช้ในการให้คะแนนความชอบต่อคุณลักษณะในการตอบคำถาม 5 ปัจจัยที่มีผลต่อ**สลากรูปแบบใหม่** (สลากกินแบ่งรัฐบาลเดิม แต่เพิ่มรูปแบบการเล่น เงินรางวัล ราคาสลาก โปรโมชันและบริการขึ้นเงินรางวัล) ของประชากรในเขตกรุงเทพฯ มีดังนี้:-

1. สามารถเลือกเลขได้ – สลากกินแบ่งรัฐบาลเดิมแต่ผู้ซื้อสามารถเพิ่มรูปแบบการเล่นได้ คือ เลือกซื้อเพิ่มเติมได้ ดังนี้:-

1.1 แทง 3 ตัวบน หมายถึง การแทงตัวเลข 3 ตัวท้ายรางวัลที่ 1 ของสลากกินแบ่งรัฐบาลในแต่ละงวด ตัวเลขที่จะแทงคือ 000-999 ถ้าถูกจะจ่ายในอัตรา 1/500 หรือแทง 1 บาท จะต้องจ่าย 500 บาทแก่ผู้ที่แทงถูก เช่น รางวัลที่ 1 123456 เลขที่แทงคือ 456 ถูกตรงตามตัวเลขจะได้รับรางวัล ดังนี้: แทง 100 บาท จะได้รับเงิน 50,000 บาท แทง 120 บาทจะได้รับเงิน 60,000 บาทและแทง 150 บาท จะได้รับเงิน 75,000 บาท

1.2 แทงโตัด 3 ตัวบน หมายถึง การแทงตัวเลข 3 ตัวท้ายรางวัลที่ 1 ของสลากกินแบ่งรัฐบาลในแต่ละงวด แต่สลับตำแหน่งตัวเลขที่แทงได้ไม่จำเป็นต้องแทงให้ถูกตามตำแหน่งที่ออก ถ้าถูกจะจ่ายในอัตรา 1/100 หรือแทง 1 บาท จะต้องจ่าย 100 บาทแก่ผู้ที่แทงถูก เช่น รางวัลที่ 1 - 123456 ในการแทงโตัดให้ถูก สามารถแทงได้ 6 แบบ คือ 456 465 546 564 645 654 เลือกซื้อเลขใดเลขหนึ่ง (ใบเดียว) จะได้รับรางวัล ดังนี้: แทง 100 บาทจะได้รับเงิน 10,000 บาท แทง 120 บาท จะได้รับเงิน 12,000 บาทและแทง 150 บาท จะได้รับเงิน 15,000 บาท

2. กำหนดราคาซื้อเริ่มต้น – ราคาซื้อที่ผู้ซื้อพึงพอใจและมีความสามารถซื้อได้ในแต่ละครั้ง จึงจะเลือกซื้อสลาก ดังนี้:-

2.1 ราคาเริ่มต้นที่ 100 บ. คือ ราคาสลาก 100 บาท พิมพ์ออกมาด้วยสีแดงเหมือนสีของธนบัตรหนึ่งร้อยบาท

2.2 ราคาเริ่มต้นที่ 120 บ. คือ ราคาสลาก 120 บาท พิมพ์ออกมาด้วยสีเขียวเหมือนสีของธนบัตรยี่สิบบาท

2.3 ราคาเริ่มต้นที่ 150 บ. คือ ราคาสลาก 150 บาท พิมพ์ออกมาด้วยสีฟ้าเหมือนสีของธนบัตรห้าสิบบาท

3. สถานที่ซื้อ – ง่าย สะดวก มีทุกที่ที่ผู้ซื้อต้องการ เพิ่มช่องทางในการซื้อมากขึ้น แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

3.1 แผงลอตเตอรี่ทั่วไป – กระจาด คือ สามารถซื้อได้ตามแผงทั่วไป โดยเลือกเลขได้ตามต้องการโดยใช้กระจาด

3.2 ตู้ออนไลน์ คือ สามารถซื้อได้โดยใช้ตู้ออนไลน์ โดยกดหมายเลขที่ต้องการซื้อได้ตามต้องการ

4. โพรโมชัน – เป็นสิ่งช่วยส่งเสริมการตลาด ตอบแทนผู้ซื้อให้มากกว่าผลิตภัณฑ์ที่ผู้ซื้อได้ กระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อให้มากขึ้น

4.1 ส่วนลดทันทีเมื่อซื้อสลาก คือ สลาก 100 บาท ได้ส่วนลดทันที 10 บาท สลาก 120 บาท ได้ส่วนลดทันที 20 บาทและสลาก 150 บาทได้ส่วนลดทันที 50 บาท

4.2 คุปองลุ้นโชคทอง (เมื่อไม่รับส่วนลดข้อ 4.1) จ่ายเงินในราคาเต็ม ซื้อ 100 บาทขึ้นไป จะได้รับคุปองลุ้นโชคทอง ทองคำหนัก 370 บาท จำนวน 3 รางวัล คือ

4.2.1 สลาก 100 บาท ลุ้นทองคำหนัก 100 บาท จำนวน 1 รางวัล

4.2.2 สลาก 120 บาท ลุ้นทองคำหนัก 120 บาท จำนวน 1 รางวัล


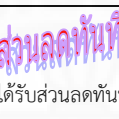






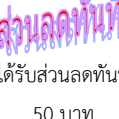
4.2.3 สลาก 150 บาท ลุ้นทองคำหนัก 150 บาท จำนวน 1 รางวัล

5. บริการ – ความสะดวกในการขึ้นเงินรางวัล คือ ความสะดวกสบายของผู้ถูกรางวัล เป็นบริการหลังการขายที่ทำให้ผู้ซื้อพึงพอใจ

5.1 ร้านค้าเปิด 24 ชม. คือ สามารถขึ้นเงินรางวัลได้ที่ร้านค้าเปิด 24 ชม.หักค่าธรรมเนียม 3%

5.2 ร้านค้าทั่วไป เปิด 8 โมงเช้าถึง 2 ทุ่ม คือ สามารถขึ้นเงินรางวัลได้ที่ร้านค้าทั่วไปตาม เวลาเปิด-ปิดหักค่าธรรมเนียม 2%

“หากท่านต้องการซื้อสลากกินแบ่ง 1 ใบทั้ง 8 ชุด ให้คะแนนตามความชอบ (1-10 คะแนน) โดยให้คะแนนความชอบ 1 คือ ชอบน้อยที่สุด คะแนนความชอบ 10 คือ ชอบมากที่สุด โดยนึกถึงชุดคุณลักษณะที่ละชุด **ไม่ต้องเปรียบเทียบกับชุดคุณลักษณะอื่น** ให้คะแนนชุดคุณลักษณะอย่างเป็นอิสระตามความชอบของแต่ละชุด ด้วยตนเอง”

ชุดที่	สามารถเลือกเลขได้	ราคาซื้อเริ่มต้น	โปรโมชั่น	สถานที่ซื้อ	บริการในการขึ้นเงินรางวัล	คะแนนความชอบ
1	 แทง 3 ตัวบน รับเงินรางวัล บาทละ 500	 ซื้อ 100 บาท	 ส่วนลดทันที ได้รับส่วนลดทันที 10 บาท	 ซื้อได้ที่คู่มือออนไลน์	 ขึ้นเงินรางวัลที่ร้านค้าทั่วไป หัก ค่าธรรมเนียม 2%	
2	 แทง 3 ตัวบน รับเงินรางวัล บาทละ 500	 ซื้อ 100 บาท	 ส่วนลดทันที ได้รับส่วนลดทันที 10 บาท	 ซื้อได้ตามแผง ลอตเตอรี่ กระจายจุด	 ขึ้นเงินรางวัลที่ร้านค้า 24 ชม.หักค่าธรรมเนียม 3%	
3	 แทง 3 ตัวบน รับเงินรางวัล บาทละ 500	 ซื้อ 120 บาท	 เล่นทันที ลุ้นทองหนัก 120 บาท	 ซื้อได้ที่คู่มือออนไลน์	 ขึ้นเงินรางวัลที่ร้านค้า 24 ชม.หักค่าธรรมเนียม 3%	
4	 แทง 3 ตัวบน รับเงินรางวัล บาทละ 500	 ซื้อ 150 บาท	 เล่นทันที ลุ้นทองหนัก 150 บาท	 ซื้อได้ตามแผง ลอตเตอรี่ กระจายจุด	 ขึ้นเงินรางวัลที่ร้านค้าทั่วไป หัก ค่าธรรมเนียม 2%	
5	 แทงได้ 3 ตัวบนรับเงินรางวัล บาทละ 100	 ซื้อ 100 บาท	 เล่นทันที ลุ้นทองหนัก 100 บาท	 ซื้อได้ตามแผง ลอตเตอรี่ กระจายจุด	 ขึ้นเงินรางวัลที่ร้านค้า 24 ชม.หักค่าธรรมเนียม 3%	
6	 แทงได้ 3 ตัวบนรับเงินรางวัล บาทละ 100	 ซื้อ 100 บาท	 เล่นทันที ลุ้นทองหนัก 100 บาท	 ซื้อได้ที่คู่มือออนไลน์	 ขึ้นเงินรางวัลที่ร้านค้าทั่วไป หัก ค่าธรรมเนียม 2%	
7	 แทงได้ 3 ตัวบนรับเงินรางวัล บาทละ 100	 ซื้อ 120 บาท	 ส่วนลดทันที ได้รับส่วนลดทันที 20 บาท	 ซื้อได้ตามแผง ลอตเตอรี่ กระจายจุด	 ขึ้นเงินรางวัลที่ร้านค้าทั่วไป หัก ค่าธรรมเนียม 2%	
8	 แทงได้ 3 ตัวบนรับเงินรางวัล บาทละ 100	 ซื้อ 150 บาท	 ส่วนลดทันที ได้รับส่วนลดทันที 50 บาท	 ซื้อได้ที่คู่มือออนไลน์	 ขึ้นเงินรางวัลที่ร้านค้า 24 ชม.หักค่าธรรมเนียม 3%	

ภาคผนวก ญ
คำสั่ง (Syntax) ในการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)
ด้วยโปรแกรม SPSS

```
CONJOINT PLAN='C:\Users\Dell\Desktop\complete 300 people\ชุดคุณลักษณะ 8 ชุด plan.sav.sav'
/Data='C:\Users\Dell\Desktop\complete 300 people\ข้อมูลส่วนที่ 3 pre data.sav'
/SCORE=PREF1 to PREF8
/SUBJECT=ID
/FACTORS=สามารถเลือกเลขได้ (DISCRETE) ราคาซื้อเริ่มต้น (DISCRETE)
โปรโมชั่น (DISCRETE) สถานที่ซื้อ (DISCRETE) บริการขึ้นเงินรางวัล
(DISCRETE)
/PRINT=SUMMARYONLY/PLOT=summary
```

ผลการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) ด้วยโปรแกรม SPSS

1) คำสั่งวิเคราะห์ประมวลผลแบบ Orthogonal Design ลดจำนวนชุดคุณลักษณะที่เหมาะสม เหลือเพียง 8 ชุดคุณลักษณะทางเลือก

Card List

Card ID	select number	start price	promotion	easy to buy	convenient get reward
1	3 digit after on 1st prize	100	discount	machine	store
2	3 digit after on 1st prize	100	discount	paper	store open 24 hr
3	3 digit after on 1st prize	120	coupon	machine	store open 24 hr
4	3 digit after on 1st prize	150	coupon	paper	store
5	switching 3 digit after on 1st prize	100	coupon	paper	store open 24 hr
6	switching 3 digit after on 1st prize	100	coupon	machine	store
7	switching 3 digit after on 1st prize	120	discount	paper	store
8	switching 3 digit after on 1st prize	150	discount	machine	store open 24 hr

2) Model Description

Model Description

คุณลักษณะ	N of Levels	Relation to Ranks or Scores
สามารถเลือกเลขได้	2	Discrete
ราคาซื้อเริ่มต้น	3	Discrete
โปรโมชั่น	2	Discrete
สถานที่ซื้อ	2	Discrete
บริการขึ้นเงินรางวัล	2	Discrete

All factors are orthogonal.

3) Utility

Utilities

คุณลักษณะ	Utility Estimate	Std. Error
สามารถเลือกเลขได้		
3 digit after on 1st prize	.075	.080
switching 3 digit after on 1st prize	-.075	.080
ราคาซื้อเริ่มต้น		
100	.161	.107
120	-.006	.125
150	-.154	.125
โปรโมชั่น		
discount	-.028	.080
coupon	.028	.080
สถานที่ซื้อ		
paper	-.137	.080
machine	.137	.080
บริการขึ้นเงินรางวัล		
store open 24 hr	-.111	.080
store	.111	.080
(Constant)	6.461	.084

4) Importance Values

Importance Values

สามารถเลือกเลขได้	21.695
ราคาซื้อเริ่มต้น	28.620
โปรโมชั่น	17.397
สถานที่ซื้อ	15.806
บริการขึ้นเงินรางวัล	16.482

Averaged Importance Score

5) Correlation

Correlations ^a	Value	Sig.
Pearson's R	.946	.000
Kendall's tau	.691	.009

a. Correlations between observed and estimated preferences

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวทองธรรม กุมภีพงษ์
วันเดือนปีเกิด	9 มีนาคม 2524
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2546: บริหารธุรกิจบัณฑิต (การบัญชี) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร วิทยาเขตพณิชยการพระนคร
ตำแหน่ง	นักวิชาการเงินและบัญชี สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล
ประสบการณ์ทำงาน	2546-ปัจจุบัน: นักวิชาการเงินและบัญชี สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

