



การศึกษาพฤติกรรมการเล่นพนัน กรณี สลากกินแบ่งรัฐบาลและสลากล็อตโต้
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวสโรชา พิมพ์ชัย

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การศึกษาพฤติกรรมการเล่นพนัน กรณี สลากกินแบ่งรัฐบาลและสลากล็อตโต้
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวสโรชา พิมพ์ชัย



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

A STUDY ON LOTTERY AND LOTTO GAMBLING BEHAVIOR
: THE CASE FOR BANGKOK METROPOLITAN AREA

BY

MISS SAROCHA PHIMCHAI



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 2017

COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะเศรษฐศาสตร์

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวสโรชา พิมพ์ชัย

เรื่อง

การศึกษาพฤติกรรมการเล่นพนัน กรณีสลากกินแบ่งรัฐบาลและสลากล็อตโต้
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)

เมื่อ วันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ. 2561

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ส.ค. ภาสกร

(รองศาสตราจารย์ ดร. พีระ เจริญพร)

กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

จ.น. ชวนิชย์

(อาจารย์ ดร. ชวนิชย์ ชวนิชย์)

คณบดี

ช.น. ชวนิชย์

(รองศาสตราจารย์ ดร. ชัยนันทน์ ตันติวิเสสการ)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การศึกษาพฤติกรรมการเล่นพนัน กรณี สลากกินแบ่ง รัฐบาลและสลากล็อตโต้ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	นางสาวสุโรชา พิมพ์ชัย
ชื่อปริญญา	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร. พิระ เจริญพร
ปีการศึกษา	2560

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเล่นพนัน กรณีสลากกินแบ่ง รัฐบาลและสลาก ล็อตโต้ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร รวมทั้งศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มี ผลต่อความต้องการสลากล็อตโต้ โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ในกรณีสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งทำการตัดสินใจซื้อเพราะต้องการเงินรางวัล และมีความเชื่อว่าจะถูกรางวัล ส่วนกลุ่มที่เหลือซึ่งเป็นผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ทำการตัดสินใจไม่ ซื้อเพราะไม่มีความชอบในเรื่องการเสี่ยงโชคและมองว่าเป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่า อย่างไรก็ตาม สำหรับกรณีสลากล็อตโต้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ผู้มีความต้องการซื้อสลากล็อตโต้นั้น เดิมทีเป็นกลุ่มผู้ ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยให้เหตุผลในตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้เพราะต้องการเงินรางวัล และจะ ทำการตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ทันทีหากเงินรางวัลมีมูลค่า 6 ล้านบาท ส่วนกลุ่มที่เหลือซึ่งเป็นผู้ไม่ ต้องการสลากล็อตโต้นั้น ส่วนใหญ่เดิมเป็นกลุ่มผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและมีเหตุผลในตัดสินใจไม่ ซื้อเพราะมีโอกาสที่จะถูกรางวัลน้อยและเงินรางวัลน้อยถูกหารเฉลี่ยกับผู้ถูกรางวัลท่านอื่น และ ยังไม่ทำการตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ทันทีหากเงินรางวัลมีมูลค่า 6 ล้านบาท โดยต้องการให้มีการ สมทบเงินรางวัลแจ็กพอตมาแล้วอย่างน้อย 2-3 ครั้ง แต่เงินรางวัลแจ็กพอตควรมีมูลค่า 6 ล้านบาท

ในด้านปัจจัยบุคคลมีผลต่อความต้องการสลากล็อตโต้นั้น ผู้วิจัยสร้างแบบจำลองโดยใช้ การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression) เพื่อพยากรณ์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อ/ไม่ซื้อสลากล็อตโต้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีเพียงข้อมูลด้านการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

เท่านั้น โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมีโอกาสจะเป็นผู้ซื้อสลากล็อตโต้มากกว่ากลุ่มผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: สลากกินแบ่งรัฐบาล, สลากล็อตโต้



Independent Study Title	A STUDY ON LOTTERY AND LOTTO GAMBLING BEHAVIOR:THE CASE FOR BANGKOK METROPOLITAN AREA
Author	Miss Sarocha Phimchai
Degree	Master of Arts (Business Economics)
Department/Faculty/University	Business Economics Economics Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Peera Charoenporn, Ph.D.
Academic Year	2017

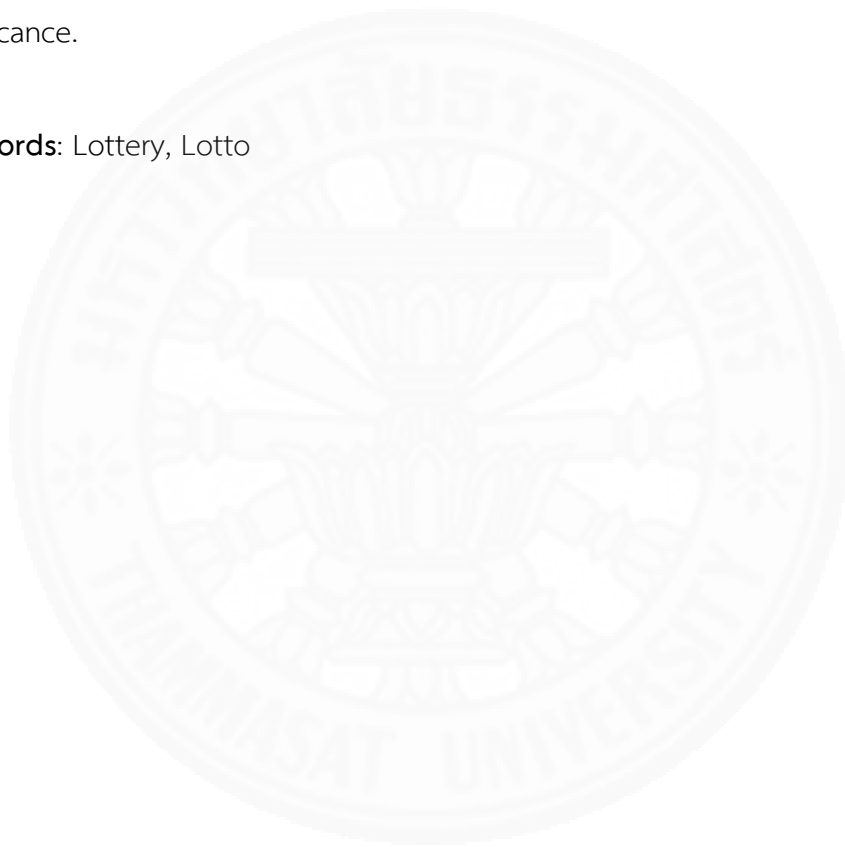
ABSTRACT

This study aimed to examine lottery and lotto gambling behaviors: the case for Bangkok metropolitan area and to investigate personal factors affecting needs of lotto. The samples included 400 residents in Bangkok metropolitan area and the instrument was a questionnaire for data collection. In case of lottery, most samples bought the lotteries and decided to buy them because they expected rewards and they believed they would win a lottery. Nevertheless, the remainders did not buy lottery and the reason why they decided not to buy was that they were not fond of gambling and agreed that it was not worthwhile investment. However, speaking of lotto, the majority that needed to purchase lotto originally took chance with lottery and a reason why they decided to buy lotto was that they wanted the prize money. Additionally, they made an immediate decision on buying lotto because of 6-million-baht prize money. On the other hand, the rest who did not want to buy lotto originally was the group buying lottery and the reason why they decided not to buy was due to low chance of winning minor prize and prize money being shared with other winners. Furthermore, they did not decide to buy lotto immediately in case of 6-million-baht prize money because they wanted to have

prize money accumulated for at least a few times but the jackpot money's value should be 6 million Baht.

As for personal factors affecting needs of lotto buying, the researcher created a model with logistic regression analysis to forecast personal factors with effects on decision of buying/ not buying lotto of samples. The findings revealed that only data about lottery buying existed and the samples who bought lotteries were highly likely to buy lotto more than those who did not buy lotteries with statistical significance.

Keywords: Lottery, Lotto



กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ การศึกษาถึงพฤติกรรมการเล่นพนัน กรณีสลากกินแบ่งรัฐบาล และสลากล็อตโต้ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์และการสนับสนุน จาก รองศาสตราจารย์ ดร. พีระ เจริญพร อาจารย์ ดร. กิตติชัย แซ่ลี และอาจารย์ ดร. ชญานี ชวะโนทย์ ที่ให้คำแนะนำและคำปรึกษาที่มีประโยชน์ต่อการศึกษา รวมถึงการตรวจสอบแก้ไขจุดบกพร่องต่างๆ เพื่อให้การศึกษานี้สมบูรณ์มากขึ้น ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ทุกท่านในคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และวิทยาการรับเชิญทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์และถ่ายทอดประสบการณ์ในด้านต่างๆ แก่ผู้วิจัย รวมถึงคุณอุษา ทาบโลหะ หัวหน้างานสวัสดิการและพนักงานสัมพันธ์ สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าให้คำชี้แนะและความช่วยเหลือต่างๆ ในการทำวิจัยในครั้งนี้ ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม รวมถึงบิดา มารดา และครอบครัว ที่คอยให้ความห่วงใย สนับสนุนและส่งเสริมในทุกด้านมาโดยตลอด รวมถึงเพื่อนๆ นักศึกษาปริญญาโท โครงการเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ รุ่น 20 ทุกท่าน ที่ให้กำลังใจและให้การสนับสนุนกระทั้งงานวิจัยชิ้นนี้เสร็จสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ประโยชน์ใดๆ อันเกิดจากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้กับบุคคลผู้ที่เอ่ยถึงข้างต้นทุกท่าน ซึ่งมีส่วนร่วมในการสร้างงานวิจัยชิ้นนี้ให้สำเร็จ ในส่วนของข้อผิดพลาดหรือข้อบกพร่องใดๆ ผู้วิจัยกราบขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

นางสาวสโรชา พิมพ์ชัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(10)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ขอบเขต	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย	4
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	5
2.1.1 พฤติกรรมการพนัน	5
2.1.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าเสพติด	5
2.1.1.2 ทฤษฎีอรรถประโยชน์ที่คาดหวัง (Expected Utility Theory)	6
2.1.1.3 ทฤษฎีความคาดหวัง (Prospect Theory)	7
2.1.1.4 พฤติกรรมการพนันในประเทศไทย (Gambling Behavior in Thailand)	9

	(7)
2.1.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับการพนัน	9
(1) ทฤษฎีการพนันแบบดั้งเดิม (Conventional Theories)	9
(2) การพนันเป็นปัญหาสังคม (Gambling as a Social Problem)	10
(3) การพนันเป็นกิจกรรมยามว่าง (Gambling as a Leisure)	11
(4) การบริการสังคม (Social Administration)	12
(5) มุมมองนโยบายการพนัน (Gambling and Policy Analysis)	12
(6) มุมมองทฤษฎีทางเลือกสาธารณะ (Public Choice Theory)	13
(7) มุมมองอาชญวิทยาและประวัติศาสตร์ของกฎหมาย	13
2.1.2 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค	14
2.1.3 ทฤษฎีกฎอุปสงค์	20
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
2.2.1 งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	21
2.2.2 งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อสลากออนไลน์และหวยใต้ดิน	22
2.2.3 งานศึกษาในด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสลากกินแบ่งรัฐบาลและสลากล็อตโต้	23
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	31
3.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	31
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	31
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	32
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	33
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	33
บทที่ 4 ผลการศึกษา	35
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
4.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	37
4.3 การวิเคราะห์ความต้องการสลากล็อตโต้ของประชาชนผู้ซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่ง รัฐบาล และ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความต้องการ สลากล็อตโต้	50

	(8)
4.3.1 การวิเคราะห์ความต้องการสลากลีตโต้ของประชาชนผู้ซื้อ/ไม่ซื้อสลากรินแบ่งรัฐบาล	50
4.3.2 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความต้องการสลากลีตโต้	63
4.3.2.1 ค่าสัมประสิทธิ์และ Odd ratio ของตัวแปรที่ประมาณการได้จากแบบจำลอง	65
4.3.2.2 การทดสอบความเหมาะสมของสมการ (Goodness of Fit Model)	75
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา	77
5.1 สรุปผลการศึกษาและอภิปรายผล	77
5.2 ข้อเสนอแนะ	79
5.3 ปัญหาและข้อจำกัดในงานวิจัย	79
รายการอ้างอิง	81
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการศึกษา	84
ภาคผนวก ข ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีของสเปียร์แมน (Spearman rank correlation coefficient)	92
ภาคผนวก ค ตารางผลการคำนวณจากโปรแกรม SPSS	98
ภาคผนวก ง ตารางคำนวณโอกาสสุกรางวัลสลากรินแบ่งรัฐบาลและสลากลีตโต้	102
ประวัติผู้เขียน	104

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	25
4.1	35
4.2	38
4.3	43
4.4	45
4.5	47
4.6	48
4.7	50
4.8	55
4.9	59
4.10	60
4.11	61
4.12	63
4.13	66
4.14	75

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ทฤษฎีอรรถประโยชน์ที่คาดหวัง	7
2.2 เศรษฐศาสตร์พฤติกรรม	7
2.3 แสดงรายละเอียดรูปแบบพฤติกรรมของผู้ซื้อ	14
2.4 แสดงรายละเอียดระยะเวลาในการยอมรับนวัตกรรม	19



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สลากกินแบ่งรัฐบาล หรือ ลอตเตอรี่ เกิดขึ้นครั้งแรกในประเทศไทย เมื่อปีพุทธศักราช 2417 ในสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 เนื่องในโอกาสเฉลิมพระชนมพรรษา เพื่อช่วยเหลือพ่อค้าแม่ค้าทั้งคนไทยและคนต่างชาติให้สามารถขายของที่นำมาแสดงภายในมิวเซียมได้ แต่การออกลอตเตอรี่ยังไม่เป็นที่นิยมของผู้เล่นในสมัยนั้น ต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ซึ่งตรงกับช่วงสงครามโลกครั้งที่ 1 ประเทศอังกฤษต้องการกู้เงินจากไทย สภารักษาติแห่งประเทศอังกฤษจึงได้ทำการออกนโยบายเงินกู้จากภาคประชาชนด้วยการออก “สลากลอตเตอรี่ หรือ หวยเบอร์” (ต่อมาจึงเปลี่ยนมาใช้คำว่า “สลากกินแบ่งรัฐบาล” จนถึงปัจจุบัน) หลังจากนั้นได้มีการออกสลากกินแบ่งรัฐบาลตลอดมาหลายยุคหลายสมัย โดยมีการปรับปรุงรูปแบบการออกรางวัลและพัฒนารูปแบบสลากกินแบ่งรัฐบาลให้มีความสวยงามมากขึ้นทั้งในด้านขนาด รูปแบบในการพิมพ์และภาพที่อยู่ด้านบนสลากกินแบ่งรัฐบาล จนถึง พ.ศ. 2482 ได้มีการจัดตั้งสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลขึ้นอย่างเป็นทางการ ตามพระราชบัญญัติสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล พ.ศ. 2517 กำหนดให้สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นนิติบุคคล สังกัดกระทรวงการคลัง มีวัตถุประสงค์เพื่อการแสวงหารายได้จากกรจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล ส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์และช่วยเหลือสังคม ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลได้มีการพัฒนาปรับปรุงการสลากกินแบ่งรัฐบาลในด้านต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนและภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ในปี พ.ศ. 2544 ได้มีการจัดสลากบำรุงการกุศลขึ้น และในปี พ.ศ. 2546 ได้เริ่มจากการดำเนินโครงการจำหน่ายสลากพิเศษแบบ 3 ตัวและ 2 ตัว เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาหวยใต้ดิน แต่ต่อมาได้มีคำสั่งให้ยุติการดำเนินโครงการลงใน พ.ศ. 2549

ปัจจุบันภายใต้แผนแนวทางแก้ปัญหาการขาดกำไร (Road Map) ซึ่งมีทั้งหมด 3 ระยะดังนี้ ในระยะที่หนึ่ง การจัดระเบียบและบังคับใช้กฎหมาย ระยะที่สอง การปรับแผนและกำหนดทิศทางการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล และระยะที่สาม การแก้ปัญหาอย่างยั่งยืนและเป็นธรรม โดยหนึ่งในแนวทางการแก้ปัญหาอย่างยั่งยืนและเป็นธรรมนั้น ได้รวมถึงการเปิดช่องให้สามารถออกผลิตภัณฑ์สลากรูปแบบใหม่ได้ สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลจึงได้มีการพิจารณาและศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการออกผลิตภัณฑ์สลากล็อตโต้ 6/49 ที่มีการจัดจำหน่ายแล้วในหลายประเทศทั่วโลก เช่น ญี่ปุ่น นิวซีแลนด์ และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น ซึ่งโดยทั่วไปสลากล็อตโต้ 6/49 มีกติกาการเล่นคือผู้เล่นสามารถเลือกหมายเลขได้ 6 หมายเลข จากเลขชุดหนึ่งที่มีจำนวน 49 หมายเลข (จากเลข 1-49)

เช่น ผู้เล่นอาจจะเลือก 2, 9, 13, 27, 31, 49 เป็นต้น และถ้าผลการออกรางวัลเป็น 2, 10, 13, 24, 31, 36 หมายถึง ผู้เล่นจะถูกรางวัลทั้งหมด 3 หมายเลข คือ 2, 13, 31 โดยเงินรางวัลจะยิ่งมากขึ้นถ้าหมายเลขในชุดที่ผู้เล่นเลือกตรงกับเลขที่ออกรางวัลหลายตัวเลข และหากถูกลมดทั้ง 6 หมายเลขถือว่าถูกแจ็กพอต แต่ในกรณีที่ไม่มีผู้ถูกรางวัลแจ็กพอต เงินรางวัลจะถูกสมทบไปในงวดถัดไป ส่งผลให้ยอดเงินรางวัลแจ็กพอตนั้นเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ส่วนเงินรางวัลย่อยจะถูกแบ่งเป็นสัดส่วนตามยอดขายของสลากแต่ละงวด หากมีผู้ถูกรางวัลจำนวนมากเงินรางวัลดังกล่าวจะถูกจัดสรรให้แก่ผู้ที่ถูกรางวัลทุกคนในจำนวนที่เท่ากัน จากกติกาการเล่นที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้ เห็นได้ชัดเจนว่ากติกาการเล่นนั้นมีความคล้ายคลึงกับการพนันหอยไต้ดิน ตรงที่ผู้เล่นสามารถเลือกเลขเองได้ สลากล็อตโต้ 6/49 จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลคาดหวังไว้ว่า จะสามารถช่วยดึงรายได้จากการพนันนอกระบบรวมถึงหอยไต้ดินให้สู่ภาครัฐได้และนำไปใช้พัฒนาประเทศในด้านต่างๆ ต่อไปได้

แต่ทั้งนี้ เนื่องด้วยสภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จึงอาจส่งผลกระทบต่อปริมาณความต้องการสลากรูปแบบใหม่ของประชาชน ทั้งผู้ที่มีความต้องการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเดิมและรวมถึงผู้ที่ไม่มีความต้องการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล อีกทั้งสลากล็อตโต้ 6/49 นั้นยังไม่เคยมีการจำหน่ายอย่างเป็นทางการในประเทศไทยมาก่อน จึงถือได้ว่าผลิตภัณฑ์สลากรูปแบบใหม่สำหรับผู้บริโภคในไทย ทำให้การขยายตลาดการพนันในรูปแบบเกมส์ประเภทนี้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุผลนี้ ผู้ศึกษาจึงมีความต้องการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการพนัน กรณีสลากกินแบ่งรัฐบาลและสลากล็อตโต้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และผลจากการศึกษาในครั้งนี้จะสามารถนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางหรือข้อมูลในการวางแผนการจำหน่ายสลากล็อตโต้ได้ในอนาคตได้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ของประชาชนในเขตกรุงเทพฯ
2. เพื่อศึกษาถึงความต้องการสลากล็อตโต้ของประชาชนผู้ซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความต้องการสลากล็อตโต้

1.3 ขอบเขต

การศึกษานี้รวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสำรวจ (Survey Method) และใช้แบบสอบถาม ปลายปิดเป็นเครื่องมือ โดยมีกลุ่มประชากรคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยข้อมูลที่ได้นั้นจะ ถูกนำไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Squares) และวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองโลจิสติก (Logit Model)

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

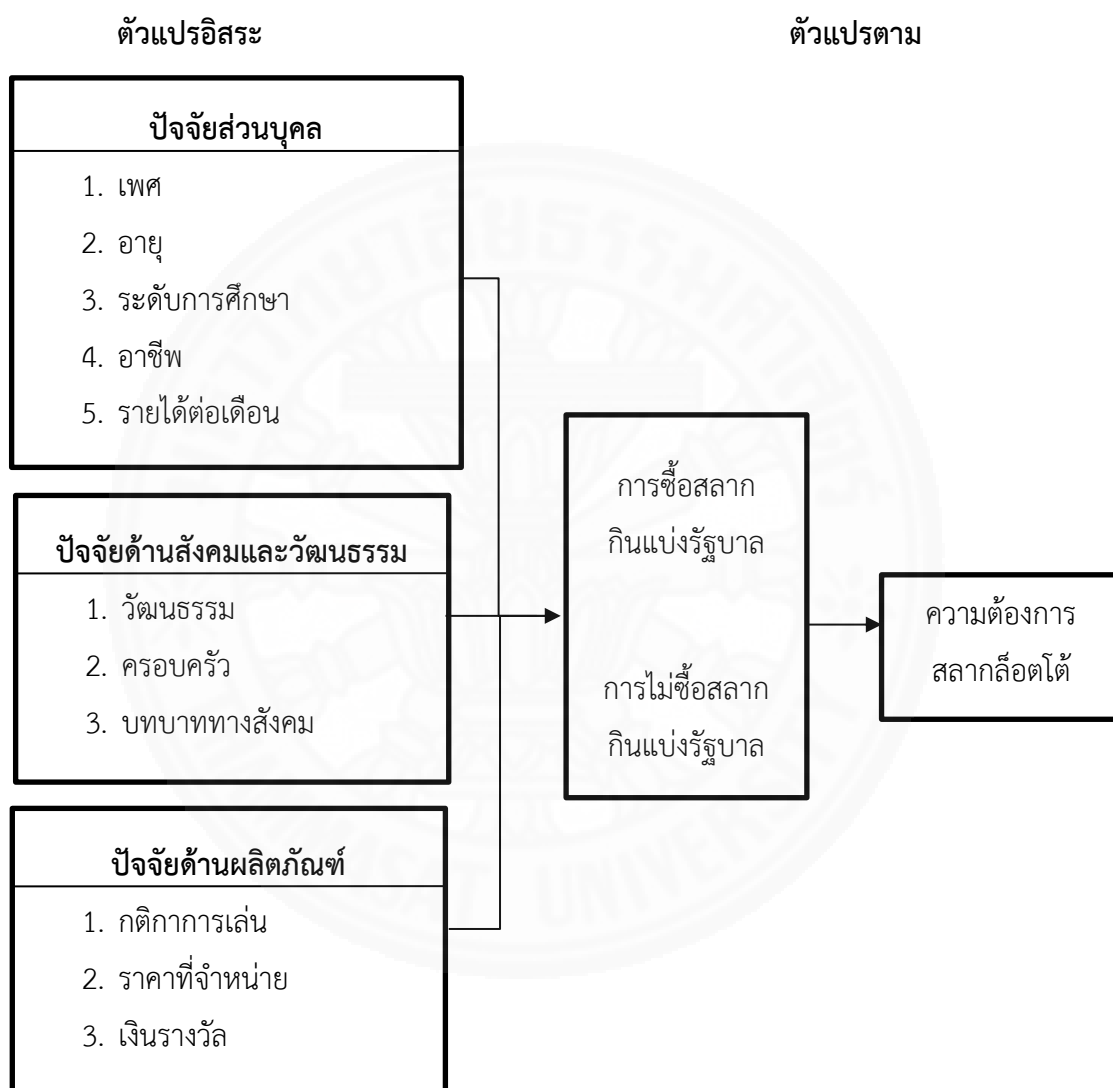
1. เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาตลาดสลากล็อตโต้ในประเทศไทย
2. ผลที่ได้จากการศึกษาอาจนำมาใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการจำหน่ายสลากล็อตโต้ในประเทศไทย

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

ล็อตโต้ หมายถึง รูปแบบการพนันชนิดหนึ่งที่ผู้เล่นจะต้องเลือกเลขจำนวน 6 หมายเลข และเมื่อถึงเวลาออกรางวัล หากรางวัลที่ออกมีเลขที่ผู้เล่นเลือกก็จะได้เงินรางวัลที่ลดหลั่นกันลงไป สลากล็อตโต้ หมายถึง ใบเสร็จที่ผู้เล่นจะได้หลังเลือกหมายเลขสลากทั้งหมด 6 หมายเลข

1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาความต้องการสลากล็อตโต้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยในครั้งนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย. จากการสรุปโดยผู้วิจัย

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้นำหลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษารวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาอ้างอิงเพื่อประกอบการศึกษาดังนี้

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 พฤติกรรมการพนัน

2.1.2 พฤติกรรมผู้บริโภค

2.1.3 กฎอุปสงค์

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 พฤติกรรมการพนัน

2.1.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าเสพติด

สมประวิณ มั่นประเสริฐ (2554) กล่าวว่า กฎการลดน้อยถอยลงของอรรถประโยชน์ (Law of Diminishing Marginal Utility) ซึ่งถูกสร้างขึ้นโดยนักเศรษฐศาสตร์สำนักนีโอคลาสสิก เพื่อใช้ในการอธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคภายใต้ข้อสมมุติที่ว่า อรรถประโยชน์นั้นสามารถวัดเป็นหน่วยได้ ผู้บริโภคจะได้รับอรรถประโยชน์จากการบริโภคที่เพิ่มขึ้น และส่วนส่วนเพิ่มจากการบริโภคเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จะมีค่าลดลงตามลำดับ อีกทั้งการแสวงหาอรรถประโยชน์สูงสุดของผู้บริโภคจะอยู่ภายใต้ข้อจำกัดด้านงบประมาณ โดยผู้บริโภคจะสามารถบริโภคสินค้าได้มากขึ้นเมื่อสินค้ามีราคาถูก และในทางกลับกันผู้บริโภคจะสามารถบริโภคสินค้าได้น้อยลงเมื่อสินค้ามีราคาแพงขึ้น ทั้งนี้หากปราศจากข้อจำกัดด้านงบประมาณ ผู้บริโภคจะบริโภคมากขึ้นเรื่อยๆ จะกระทั่งอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายมีค่าเท่ากับศูนย์ อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการบริโภคสินค้าปกตินั้นจะมีลักษณะต่างจากการบริโภคสินค้าเสพติด เช่น การพนัน โดยการบริโภคสินค้าปกติจะขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เช่น ราคา รายได้ ฯลฯ แต่สำหรับการบริโภคสินค้าเสพติดจะขึ้นอยู่กับพฤติกรรมในอดีตด้วย แบบจำลองการบริโภคสินค้าเสพติดจึงแตกต่างจากแบบจำลองการบริโภคทั่วไป นั่นคือระดับการบริโภคสินค้าเสพติดจะตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงราคาในระยะยาวเท่านั้น

ในยุคเริ่มต้นนี้นักเศรษฐศาสตร์อธิบายพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเสพติดว่าเป็นพฤติกรรม “ไม่สมเหตุผล (Irrational Behavior)” ของผู้บริโภค โดยพฤติกรรมดังกล่าวนี้จะไม่ตอบสนองต่อปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจในแบบจำลองสินค้าปกติ คือ การบริโภคสินค้า

เสพติดจะไม่ลดลงแม้ว่าราคาจะเพิ่มขึ้นก็ตาม ต่อมาได้มีการศึกษาอย่างเป็นระบบมากขึ้น Chaloupka, Tauras, and Grossman (2000) ได้แบ่งแบบจำลองที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภค สิ่งเสพติดออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

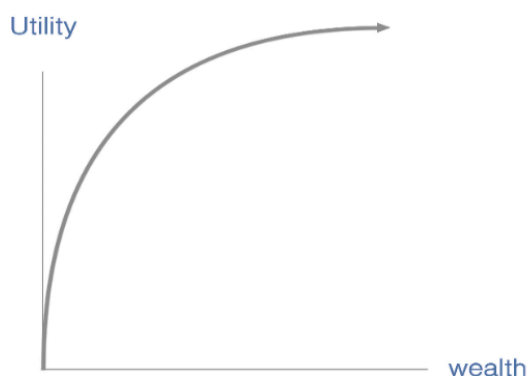
1. กลุ่มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีลักษณะความสมเหตุสมผลไม่สมบูรณ์ (Imperfectly Rational Behavior) ซึ่งมีความเชื่อว่า ลักษณะความพอใจของผู้บริโภคมีความไม่คงเส้นคงวา สามารถเปลี่ยนแปลงได้ในช่วงอายุที่ต่างกัน เช่น ผู้บริโภคอาจซื้อสิ่งเสพติดในช่วงของอายุและเลิกได้ในบางช่วงของอายุ

2. กลุ่มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีลักษณะสายตาสั้น (Myopic Behavior) เชื่อว่า ผู้บริโภคจะคำนึงพฤติกรรมกรรมการบริโภคสิ่งเสพติดจากอดีต แต่จะไม่คำนึงถึงผลที่จะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจในปัจจุบันที่มีต่อต้นทุนที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และมีกลุ่มที่เชื่อว่า ราคาสินค้าในกรรมการบริโภคถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรภายในหรือค่าคงที่ค่าหนึ่งตลอดชีวิต ซึ่งการกำหนดราคาสินค้าให้เป็นตัวแปรภายในนั้นสามารถทำได้โดยการกำหนดให้ราคาสินค้าในกรรมการบริโภคในปัจจุบันขึ้นอยู่กับกรรมการบริโภคในอดีต ส่วนราคาสินค้าในกรรมการบริโภคที่ถูกกำหนดให้เป็นค่าคงที่ค่าหนึ่งตลอดชีวิตสามารถคำนวณได้จากปริมาณสินค้าเสพติดที่อนุญาตให้ครัวเรือนบริโภคได้ แต่โดยรวมแล้วการตัดสินใจบริโภคสิ่งเสพติดในขณะหนึ่งๆ ของแบบจำลองกลุ่มนี้ จะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการบริโภคในอดีต และหากมีการเพิ่มราคาจะส่งผลให้การบริโภคสินค้าเสพติดลดลงได้

3. กลุ่มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เป็นผู้สมเหตุสมผล (Rational Behavior) มีความคิดว่า ผู้บริโภคจะคำนึงถึงทั้งอดีต ปัจจุบัน และอนาคต เมื่อพวกเขาตัดสินใจบริโภคสิ่งเสพติด ณ ขณะหนึ่งๆ โดย Becker and Murphy (1998) ได้สร้างทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคแบบสมเหตุสมผล (Rational Addictive) อธิบายผู้บริโภคผู้ซึ่งเลือกจะมีพฤติกรรมแบบเสพติดนั้นได้ไตร่ตรองดีแล้วว่า ความพอใจที่ได้รับในปัจจุบันต้องแลกกับต้นทุนในการแสวงหาสินค้าดังกล่าวมาบริโภคในปริมาณที่เพิ่มขึ้นในอนาคต

2.1.1.2 ทฤษฎีอรรถประโยชน์ที่คาดหวัง (Expected Utility Theory)

Neumann and Morgenstern (1944) ได้เสนอทฤษฎีอรรถประโยชน์ที่คาดหวัง (Expected Utility Theory) เพื่ออธิบายการตัดสินใจของบุคคลภายใต้สภาวะความเสี่ยงและความไม่แน่นอน โดยมีแนวความคิดที่ว่า บุคคลที่มีเหตุผลจะจัดลำดับความสำคัญของค่าคาดหวังของทางเลือกแต่ละทาง และจะเลือกทางเลือกที่ให้ค่าอรรถประโยชน์ที่คาดหวังสูงสุด ดังนั้น การตัดสินใจของบุคคลโดยทั่วไปจึงอยู่ภายใต้ข้อสมมุติของการเป็นผู้หลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Risk Aversion) ซึ่งค่าอรรถประโยชน์สามารถแสดงในรูปแบบคณิตศาสตร์ได้ดังนี้ ภาพที่ 2.1

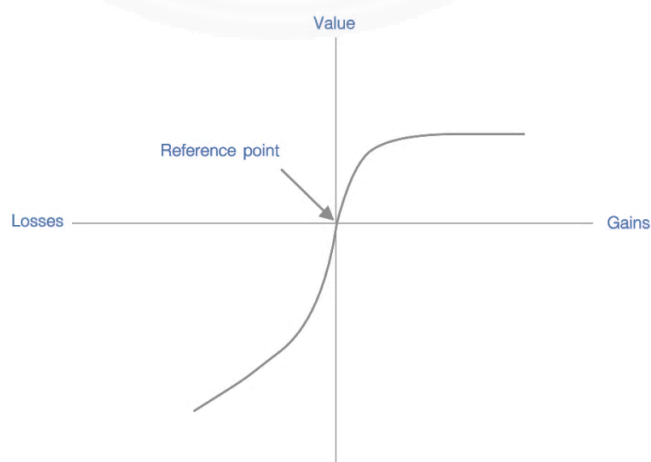


ภาพที่ 2.1 ทฤษฎีอรรถประโยชน์ที่คาดหวัง. จาก John von Neumann and Oskar Morgenstern, 1944.

จากกราฟ จะพบว่า ทฤษฎีนี้ยังมีข้อจำกัดคือ ฟังก์ชันอรรถประโยชน์จะมีลักษณะโค้งคว่ำและเพิ่มขึ้นอย่างเดียว ทำให้ไม่สามารถอธิบายปรากฏการณ์บางอย่างทางเศรษฐศาสตร์ได้อย่างสมเหตุสมผล จึงมีการนำเอาแนวความคิดทางจิตวิทยาเข้ามาช่วยอธิบาย ทฤษฎีคาดหวัง (Prospect Theory) ถูกนำมาช่วยในการอธิบายปรากฏการณ์บางอย่างที่ทฤษฎีอรรถประโยชน์ที่คาดหวัง (Expected Utility Theory) นั้นไม่สามารถอธิบายได้

2.1.1.3 ทฤษฎีความคาดหวัง (Prospect Theory)

Kaneman and Tversky (1979) ได้เสนอทฤษฎีคาดหวัง (Prospect Theory) เพื่อใช้อธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจ โดยมีกรอบแนวคิดของค่าสองค่าที่แตกต่างกันคือ คุณค่าของการได้รับ (Value of gains) และคุณค่าของการสูญเสีย (Value of losses) ภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 เศรษฐศาสตร์พฤติกรรม. จาก Daniel Kahneman and Amos Tversky, 1979.

จากภาพอธิบายได้ว่า แม้จำนวนเงินที่ได้รับและสูญเสียจะเท่ากัน แต่เมื่อนำมาเปรียบเทียบภายใต้สภาวะการณของการได้รับ (Gains) และสภาวะการณของการสูญเสีย (Losses) ปัจเจกชนจะให้น้ำหนักที่แตกต่างกัน โดยเขาจะรู้สึกว่าการสูญเสียจะมีความรุนแรงกว่าการได้รับ เมื่อนำคุณค่าของทั้งสองสภาวะการณมาวาดกราฟจะเห็นว่าภายใต้สภาวะการณของการได้ กราฟที่เขียนจะมีลักษณะโค้งเข้าหาจุดกำเนิด (Concave) ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีอรรถประโยชน์ที่คาดหวัง (Expected Utility Theory) แต่ภายใต้สภาวะการณของการสูญเสียกราฟที่ได้จะมีลักษณะโค้งออกจากจุดกำเนิด (Convex) และมีความชันสูงสุดที่จุดอ้างอิง (Reference point) ซึ่งลักษณะกราฟโดยรวมมีลักษณะที่เรียกว่า S-shape

ลักษณะของ Value Function มีผลต่อการตัดสินใจ 3 ประการ คือ

1. ลักษณะที่เป็น S-shape นั้นมีความหมายว่า มีความเป็นไปได้ว่าการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยใกล้กับจุดอ้างอิงนั้น จะมีอิทธิพลอย่างรุนแรงต่อการตัดสินใจ มากกว่าการเปลี่ยนแปลงที่เท่ากันแต่ห่างจากจุดอ้างอิง
2. ความไม่สมมาตรของการได้เพิ่มขึ้นและการสูญเสีย มีความหมายว่า คนทั่วไปมักจะหลีกเลี่ยงความเสี่ยง ซึ่งอธิบายว่าทำไมในการพนันที่มีความเป็นไปได้ของการได้หรือเสียเท่ากันนั้น คนทั่วไปมักจะมีความรู้สึกกับทางเลือกทั้งสองไม่เหมือนกัน และยังอธิบายว่าทำไมการวางกรอบการตัดสินใจเข้าไปในการได้รับเพิ่มหรือการสูญเสีย จะมีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรมทางเลือก โดยคนทั่วไปมักจะไม่เลือกทางเลือกที่มีการวางกรอบไว้ว่าเป็นความสูญเสียจากจุดอ้างอิง เมื่อเทียบกับทางเลือกเดียวกันที่วางกรอบไว้ว่าได้เพิ่มจากจุดอ้างอิง
3. ความไม่สมมาตรของการได้เพิ่มเติมและการสูญเสีย มีความหมายว่า บุคคลมีความเป็นไปได้ที่จะแสวงหาความเสี่ยงในอาณาเขตของการสูญเสีย และหลีกเลี่ยงความเสี่ยงในอาณาเขตของการได้เพิ่มเติม เนื่องจากการคาดการณ์ถึงความสูญเสียนั้นให้ความรู้สึกเจ็บปวดมากกว่า ความรู้สึกดีที่ได้จากการคาดการณ์ถึงการเพิ่มขึ้น บุคคลจึงมีแนวโน้มที่จะรับความเสี่ยงที่สูงขึ้นเพื่อหลีกเลี่ยงจากการสูญเสียที่เล็งเห็นได้

ฟังก์ชันของการถ่วงน้ำหนัก

จากแบบจำลองอย่างมีเหตุผลของการตัดสินใจ ซึ่งสมมติว่าคุณจะนำมูลค่าที่รับรู้ของผลลัพธ์มาคูณกับความเป็นไปได้ แต่ทฤษฎีความคาดหวังนั้น คนทั่วไปจะคูณค่าที่รับรู้ของผลลัพธ์ด้วยน้ำหนักของการตัดสินใจ โดยบุคคลทั่วไปมักจะให้น้ำหนักของเหตุการณ์ความน่าจะเป็นต่ำไว้สูงเกินไป จึงอธิบายความดึงดูดใจที่ไม่สมเหตุสมผลของการพนันได้

2.1.1.4 พฤติกรรมการพนันในประเทศไทย (Gambling Behavior in Thailand)

จากการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีส่วนกำหนดการเสพติดของผู้เล่นพนันในประเทศไทยพบว่า การพนันเป็นสินค้าเสพติดเนื่องจากรายได้ของผู้ที่เล่นการพนันนั้นไม่สามารถอธิบายพฤติกรรมการเล่นได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และความสุขที่ได้จากการเล่นการพนันนั้นมีส่วนสำคัญในการกำหนดว่าบุคคลจะเป็นผู้ที่เล่นการพนันหรือไม่ ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วผู้ที่เล่นการพนันจะเป็นผู้ที่เกลียดความเสี่ยง (Risk-averse Person) และรู้ดีว่าตนเป็นผู้ที่ติดการพนัน ผลการศึกษาจึงชี้ให้เห็นว่า ผู้เล่นการพนันในประเทศไทยมีแนวโน้มที่มีพฤติกรรมเป็น ผู้เสพติดอย่างมีเหตุผล (Rational Addiction Behavior) กล่าวคือ ผู้พนันจะทำการตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าการพนันอย่างมีเหตุผล โดยเปรียบเทียบต้นทุนส่วนบุคคล (Private Cost) เช่น เงินที่จะเสียจากการเล่นพนัน ต้นทุนค่าเสียโอกาสอื่นๆ จากการเล่นการพนัน ฯลฯ และต้นทุนที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เช่น ความเป็นไปได้ของทรัพย์สินที่ลดลงในอนาคต ฯลฯ กับความสุขที่จากการเล่นพนัน นอกจากนี้หลักฐานเชิงประจักษ์ยังแสดงให้เห็นว่าบุคคลรอบข้าง (Peer Effect) ได้แก่ จำนวนสมาชิกในครอบครัวและกลุ่มเพื่อนสนิท ก็มีส่วนสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมการเล่นพนันทั้งการเพิ่มโอกาสให้บุคคลเป็นผู้ลงเล่นการพนันและการเป็นผู้ยังคงเล่นการพนันในปัจจุบัน ทั้งนี้ ผลการศึกษายังพบว่า

ปัจจัยที่กำหนดและลักษณะของผู้ที่เคยเล่นการพนันและผู้ที่ยังคงเล่นการพนันมีความแตกต่างกัน เช่น ความแตกต่างด้านเพศที่ไม่สามารถอธิบายว่าบุคคลจะยังคงเป็นผู้เล่นการพนันหรือไม่ แม้ว่าเพศชายจะมีความสัมพันธ์กับการมีประสบการณ์ในการเล่นการพนันอย่างมีนัยสำคัญก็ตาม (สมประวิณ มั่นประเสริฐ, 2557)

2.1.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับการพนัน

โดยทั่วไปการพนันหมายถึง อะไรก็ได้ที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงหรือความไม่แน่นอนซึ่งอาจเป็นเรื่องธรรมดาในชีวิตประจำวัน แต่ในทางการศึกษานั้นคำว่า การพนัน หมายถึง อะไรก็ได้ที่มีลักษณะเป็นธุรกรรมทางการเงิน (Financial Transaction) ที่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ของความไม่แน่นอน ทั้งนี้ก็เพื่อแยกการพนันที่ต้องการศึกษาออกจากกิจกรรมที่ขึ้นอยู่กับความไม่แน่นอนอื่นๆ (McMillen, 1996, อ้างถึงใน สังคีต พิริยะรังสรรค์, 2546, น. 2-33)

(1) ทฤษฎีการพนันแบบดั้งเดิม (Conventional Theories)

เกิดจากผลงานวิจัยจำนวนมากของนักสังคมวิทยา จิตวิทยา เศรษฐศาสตร์ และอาชญาวิทยาในทศวรรษที่ 1970-1980 ที่ให้ความสนใจศึกษาปัญหาการพนัน แม้ว่างานวิจัยเหล่านี้จะมีความหลากหลายทั้งในด้านสมมุติฐาน วิธีการศึกษา และสิ่งที่ศึกษา แต่ก็ยังขึ้นอยู่กับมุมมองทางทฤษฎีของนักวิจัยและบริบททางวัฒนธรรมของแต่ละประเทศชาติ นอกจากนี้การศึกษาของพวกเขายังมีจุดอ่อนที่สำคัญร่วมกัน คือ

1. พวกเขาถือว่าการพนันเป็นสิ่งคงที่ตลอดกาลและมีอยู่แบบเดี่ยวโดยไม่มีคามผิดพลาด หรือโดยไม่สนใจพลังทางการเมืองและศีลธรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงซึ่งเป็นสิ่งกำหนดค่านิยม

2. พวกเขายึดติดกับปรัชญาการศึกษาแบบเสรีซึ่งเป็นสิ่งจำเพาะต่อการพัฒนาทางสังคมและประวัติศาสตร์ของทุนนิยม โดยเฉพาะอย่างยิ่งลัทธิปัจเจกชนนิยมและการใช้เหตุผลในทางเศรษฐกิจ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงแนวคิดเกี่ยวกับการพนันนั้นเกี่ยวโยงกับปทัฏฐานทางการเมืองและสังคมที่ปรากฏ

3. พวกเขามีความเชื่ออย่างเปิดเผยว่า การพนันเป็นปัญหาของการควบคุมทางสังคมและการบริหาร เห็นได้จากในกรณีประเทศออสเตรเลียซึ่งการพนันได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง แต่การโต้แย้งเกี่ยวกับศีลธรรมและสถานะทางกฎหมายเห็นว่า การพนันนั้นนำไปสู่ความยุ่งเหยิงทางสังคม

4. พวกเขาแยกการวิเคราะห์ทางการเมืองและเศรษฐกิจออกจากกันโดยเด็ดขาดและถือว่าแนวคิดด้านวัฒนธรรมเป็นเพียงการสะท้อนสภาพเศรษฐกิจ ทำให้พวกเขาถือรวมนเอาว่าการพนันเป็นการพักผ่อน (Leisure) อย่างหนึ่งซึ่งเป็นกิจกรรมทางสังคมที่แยกออกจากการทำงานและการผลิต

5. พวกเขาถือว่าการพนันนั้นเป็นสิ่งที่ไม่มีที่มาไม่มีที่ไปหรือไม่มีการเปลี่ยนแปลง จึงไม่สนใจพลวัตของโครงสร้างและกระบวนการที่มีความซับซ้อน

6. พวกเขาใช้วิธีศึกษาเชิงประจักษ์ในการวิจัย ซึ่งยึดติดกับลักษณะภายนอกของความสัมพันธ์ระหว่างสังคมและเศรษฐกิจการเมือง

7. พวกเขาประสบปัญหาการยึดสังคมตัวเองเป็นศูนย์กลางและไม่มีมุมมองเปรียบเทียบโดยตรงไปตรงมา ระหว่างบริบททางการเมืองและวัฒนธรรมที่ต่างกัน

8. ปรัชญาของพวกเขาขาดลักษณะวิภาษวิธี ซึ่งเป็นลักษณะพิเศษของความสัมพันธ์ต่างๆ ในการพนัน เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างชนชั้น หรือ ระหว่างทุนและรัฐ

วิธีการศึกษาการพนันแบบดั้งเดิมที่ใช้ในการวิเคราะห์การพนันก่อให้เกิดความโน้มเอียงด้านวิธีการที่สำคัญและมีความเกี่ยวเนื่องกันสองประการคือ หน้าที่นิยมและประจักษ์นิยม

(2) การพนันเป็นปัญหาสังคม (Gambling as a Social Problem)

การวิจัยจำนวนมากยังคงให้การยอมรับ เกี่ยวกับสมมุติฐานในแง่ลบและการมีกฎหมายห้ามการพนันที่ได้ปรากฏขึ้นในโลกตะวันตกสมัยก่อนสงคราม พวกเขาเสนอปัญหานี้ใน 3 รูปแบบ คือ

1. นักเสรีนิยมตั้งสมมุติฐานว่าตัวกำหนดพื้นฐานของการเล่นพนันคือทางเลือกส่วนตัว ดังนั้น การปรับรูปแบบให้การพนันเป็นสิ่งถูกกฎหมายไม่มีผลอะไรต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคม
2. นักอนุรักษนิยมเห็นว่าเนื่องจากการพนันแตกต่างจากกิจกรรมยามว่างอื่นๆ ในแง่ของศีลธรรมและจรรยาบรรณ การพนันจึงเป็นปัญหาของสังคมซึ่งจำเป็นต้องมีการควบคุมและยังเชื่อว่าการเล่นพนันเป็นความพยายามของนักพนันที่จะหาเงินง่ายๆ ดังนั้น การพนันจึงเป็นการปฏิเสธจริยธรรมการทำงานและคุณภาพการผลิต นอกจากนี้ นักจิตวิทยาและนักจิตบำบัดได้เสนอว่า มีนักพนันส่วนหนึ่งที่ติดการพนันจนประสบความยุ่งเหยิง หรือทำความเสียหายต่อบุคคล ครอบครัวและหน้าที่การงาน
3. นักปฏิรูปสังคมมีความเห็นว่าการแทรกแซงของรัฐเป็นสิ่งที่เข้าใจได้ในความรู้สึกแบบเสรีนิยมว่าเป็นสิ่งที่เป็กลางและจำเป็นในการปกป้องสภาพที่มีความเรียบร้อยและความเป็ระเบียบ โดยจุดหลักคือ พฤติกรรมของนักพนันและรูปแบบการควบคุมที่แน่นอน

(3) การพนันเป็นกิจกรรมยามว่าง (Gambling as a Leisure)

การวิเคราะห์การพนันของสังคมวิทยาแนวเสรีนิยมซึ่งเริ่มได้รับการยอมรับในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ได้ให้คำอธิบายในเชิงบวกยิ่งขึ้นเกี่ยวกับการพนันว่าเป็นกิจกรรมยามว่างที่ถูกกฎหมาย ซึ่งในมุมมองของนักคิดที่ใช้ทฤษฎีหน้าที่นิยมนั้นมองว่าการพนันนั้นเป็นกิจกรรมที่เป็นเครื่องมือที่นำไปสู่เป้าหมายทางเศรษฐกิจและในฐานะที่เป็นกิจกรรมทางสังคมที่แสดงออกโดยให้ความสำคัญโดยตัวของมันเอง ในขณะเดียวกันนักเศรษฐศาสตร์สมัยหลังสงครามมีความเห็นร่วมกันว่านักพนันมีความสามารถในการตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผลในการเพิ่มความมั่นคงและสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมของตัวเอง อย่างไรก็ตามคำอธิบายทางเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับแรงจูงใจในการพนันเป็นสิ่งที่ไม่แน่ชัดงานวิจัยบางชิ้นแสดงให้เห็นว่าการเล่นการพนันเป็นการแสดงออกถึงสถานะของความเป็นชนชั้นสูง แต่งานวิจัยอื่นๆ แสดงให้เห็นว่าการพนันเป็นกิจกรรมของผู้ใช้แรงงานเป็นส่วนใหญ่

ผลงานด้านทฤษฎีของการศึกษาสังคมศาสตร์คือ การมองการพนันในมุมมองที่ผนวกเข้ากันเป็นส่วนหนึ่งของการพักผ่อน การศึกษาส่วนใหญ่จึงเกี่ยวข้องกับคำถามที่ว่าใครเป็นผู้เล่นและเหตุใดพวกเขาจึงเล่นเช่นนั้น จึงมุ่งศึกษาที่จิตวิทยาของการพนันโดยพยายามศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมของคนที่เกี่ยวข้องในกระบวนการเล่น จากมุมมองนี้ การเล่นพนันจึงถือว่าเป็นกิจกรรมยามว่างที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นสิ่งชดเชยมุมที่ล้มเหลวและไม่น่าพอใจของสังคม การพนันกลายเป็นประเด็นสำคัญก็เพราะลักษณะของการทำงานสมัยใหม่ทำให้คนอ่อนล้าและบั่นทอนความคิดสร้างสรรค์ของคนทั่วไป ส่งผลให้การพนันกลายเป็นกิจกรรม “ปกติ” และเข้ากันได้ดีกับการกระทำและสถาบันอื่นๆ ของสังคม นอกจากนี้ นักสังคมวิทยายังเสนอว่าการพนัน มีบทบาทเป็นทั้ง

“เกมของผู้ใหญ่” และเป็น “ทางระบาย” ของผู้ที่ต้องการหลบเลี่ยงจากภาระการทำงาน เป็น “การปรับตัวที่เป็ยงเบน” สู้สิ่งไม่ดี เป็นการสร้างความแปลกใหม่ให้กับตัวเอง เป็นองค์ประกอบที่เชื่อมวัฒนธรรมของคนทำงานที่ต้องการเอาชนะความไม่ประสบความสำเร็จและความไม่มั่นคงในอาชีพ เป็นทางออกสำหรับนักพนันในการทดสอบโชคและฝีมือ เป็นโอกาสที่ได้ผลในการแสดงความเป็นตัวของตัวเองและความคิดสร้างสรรค์ซึ่งที่ทำงานไม่สามารถให้ได้

(4) การบริการสังคม (Social Administration)

ในช่วงทศวรรษที่ 1970 มีการศึกษาเกี่ยวกับการพนันอย่างเป็นทางการจำนวนมาก ซึ่งมีขอบเขตของความสนใจเกินจากหัวข้อทางวัฒนธรรมและจิตวิทยาของผู้เล่นออกไปอย่างกว้างขวาง และมีผลการศึกษานานหนึ่งที่เป็นที่เป็ยงประโยชน์ต่อนโยบายโดยตรง เช่น ความเหลื่อมล้ำทางสังคมที่เกิดจากผลกระทบของการพนันที่ถูกกฎหมาย การพนันที่ถูกกฎหมายได้รับอิทธิพลจากสังคมและตัวแปรสิ่งแวดล้อมอื่นๆ อย่างไรก็ตาม หรือการพนันมีความเกี่ยวข้องกับลักษณะโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างไร เป็นต้น แต่สิ่งที่สำคัญมาที่สุดคือ การคือ ยืนยันว่าการพนันนั้นมีความเกี่ยวข้องกับลักษณะของโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคม

วิธีการวิจัยเชิงประจักษ์จึงถูกนำมาออกมาใช้โดยมีรัฐเป็นผู้ให้การสนับสนุน เพราะ รัฐมีความกังวลเกี่ยวกับปัญหาอาชญากรรมและผลกระทบที่อาจมีต่อนโยบายด้านสวัสดิภาพและพัฒนาสังคม แต่รัฐเริ่มให้ความสำคัญกับการวิจัยหลังจากที่ปรากฏว่าการพนันที่ผิดกฎหมายได้มีการขยายตัวออกไปอย่างมาก นักวิชาการเชิงประจักษ์นิยมใช้วิธีการออกแบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีที่มีข้อจำกัดอยู่หลายประการ เช่น ไม่อาจให้ความกระจ่างเกี่ยวกับความเป็นมาในอดีต ตัวแปรทางสังคมที่มีความละเอียดมากเกินไปไม่สามารถให้ข้อสรุปเกี่ยวกับรูปแบบของการพนันได้ แต่อย่างไรก็ตามงานวิจัยเชิงประจักษ์ก็มีส่วนที่ได้ผลดี เช่น มีการพบว่า ปัจจัยที่แยกแยะความแตกต่างระหว่างคนเล่นและคนไม่เล่นการพนัน ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ที่บุคคลนั้นมีต่อการพนันและความยากง่ายที่จะเล่นการพนันชนิดนั้น

(5) มุมมองนโยบายการพนัน (Gambling and Policy Analysis)

ในช่วงศตวรรษที่ 1970 ซึ่งเป็นช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อของอุตสาหกรรมการพนันในหลายประเทศ ที่ประเทศอังกฤษ แคนาดา และสหรัฐอเมริกา ลอตเตอรีรัฐบาลได้กลายเป็นสิ่งถูกต้องตามกฎหมาย การขยายตัวอย่างรวดเร็วในเชิงพาณิชย์ของการพนันในประเทศต่างๆ ที่เคยมีการห้ามเล่นนั้น ก่อให้เกิดคำถามเกี่ยวกับนโยบายและกลยุทธ์ในการควบคุมของสังคม เมื่อการพนันถูกมองว่าเป็นสิ่งที่ถูกกฎหมาย ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาของกฎหมายของรัฐและการกลับตัวของนโยบายต่อต้านการพนันในประเทศต่างๆ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงแนวคิดเกี่ยวกับการพนันและหันมาสนใจการพนันในแง่การควบคุมและบริหารจัดการ

มีความเชื่อมโยงที่สำคัญระหว่างทฤษฎีนิติศาสตร์ การเมือง และ เศรษฐศาสตร์ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการพนันที่ถูกกฎหมาย เช่น นักเศรษฐศาสตร์มองว่ารัฐบาลมีอิทธิพลเหนือการพนันในลักษณะเดียวกันกับการให้บริการสาธารณะ โดยถือว่าเป็นผู้ออกกฎให้ทุกคนได้รับประโยชน์ และทำตนเป็นตัวกลางระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย ส่วนนักรัฐศาสตร์ให้ความสำคัญที่เป็นปัญหาของสถาบันและกระบวนการตัดสินใจของรัฐบาลเป็นหลัก ขณะที่นักนิติศาสตร์จะให้ความสำคัญกับการตีความกฎหมายและออกกฎหมายการพนันตลอดจนขอบเขตอำนาจของรัฐบาล มุมมองของรัฐบาลและสาธารณะชนส่วนใหญ่ในอังกฤษและอเมริกา ยังคงถือว่าการพนันเป็นปัญหาอาชญากรรมที่มีความร้ายแรงและต้องมีการควบคุม ตรงข้ามกับในอเมริกาที่คาสิโนที่เป็นของเอกชนและลอตเตอรี่ที่เป็นของรัฐบาลได้มีการขยายตัวไปอย่างมาก

(6) มุมมองทฤษฎีทางเลือกสาธารณะ (Public Choice Theory)

ทฤษฎีทางเลือกสาธารณะอธิบายการตัดสินใจทางการเมืองที่เชื่อมโยงกับการขยายตัวของการพนันที่ถูกกฎหมาย และชี้ให้เห็นพลวัตของนโยบายการพนันในแง่มุมทาง เศรษฐศาสตร์ การขยายตัวของการพนันที่ถูกกฎหมายจึงถือว่าการตอบสนองของรัฐที่เห็นแก่ผลประโยชน์ตัวเองและสร้างความสมเหตุสมผลต่อแนวโน้มที่รัฐจะมีรายจ่ายเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากแรงกดดันทางการเมืองที่หลายฝ่ายต่างก็เรียกร้องผลประโยชน์ในโครงการต่างๆ ที่มีค่าใช้จ่ายมากขึ้น ส่งผลให้รัฐบาลใช้การพนันเป็นแหล่งของภาษีที่มองไม่เห็น สำหรับการสร้างรายได้เสริมให้เพียงพอที่จะสนองต่อความต้องการทางการเมือง รวมทั้งเป็นการลดแรงกดดันเรื่องค่าใช้จ่ายไปในตัว

โดยทั่วไปผู้ที่สนับสนุนทฤษฎีทางเลือกสาธารณะ มองการแทรกแซงของรัฐว่าเป็นสิ่งที่เข้ากันได้และจำเป็นต่อตลาดเสรี หากไม่ละเมิดและไม่ขยายไปสู่กิจกรรมส่วนบุคคลหรือ ธุรกิจคาสิโนของเอกชน สมมติฐานแบบเสรีนิยมและทุนนิยมในทฤษฎีทางเลือกสาธารณะแสดงให้เห็นถึงเครือข่ายของกระบวนการทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ซึ่งมีบทบาทร่วมกันในการกำหนดทางเลือกการเมือง นักวิจัยบางคนเน้นถึงแนวคิดจริยธรรมเกี่ยวกับการกำเนิดของอุตสาหกรรมการพนันมากกว่าทัศนคติมาตรฐานที่ถือว่า การพนันเป็นเรื่องของหน่วยทางเศรษฐกิจที่ใช้เหตุผลแบบที่ปรากฏในทฤษฎีสังคมศาสตร์ของอเมริกา

(7) มุมมองอาชญาวิทยาและประวัติศาสตร์ของกฎหมาย

การอธิบายนโยบายการพนันในทางทฤษฎีกฎหมายและการปฏิบัติได้เป็นหัวข้อของอาชญาวิทยาระหว่างทศวรรษที่ 1970 เมื่ออาชญากรรม กฎหมาย และความสงบเรียบร้อยของสังคมเป็นประเด็นสาธารณะที่สำคัญ จึงเป็นจุดเริ่มต้นของทศวรรษในการโต้แย้งทางทฤษฎีและการเมืองเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องอาชญากรรมที่รัฐเป็นผู้ก่อขึ้น และทฤษฎีนี้ก็ยังกระตุ้นนักอาชญาวิทยาให้หันมาสนใจปัญหาการมองข้ามความสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐกับผลประโยชน์ทางสังคม เศรษฐกิจ และอาชญากรรมของผู้มีอำนาจโดยทั่วไป

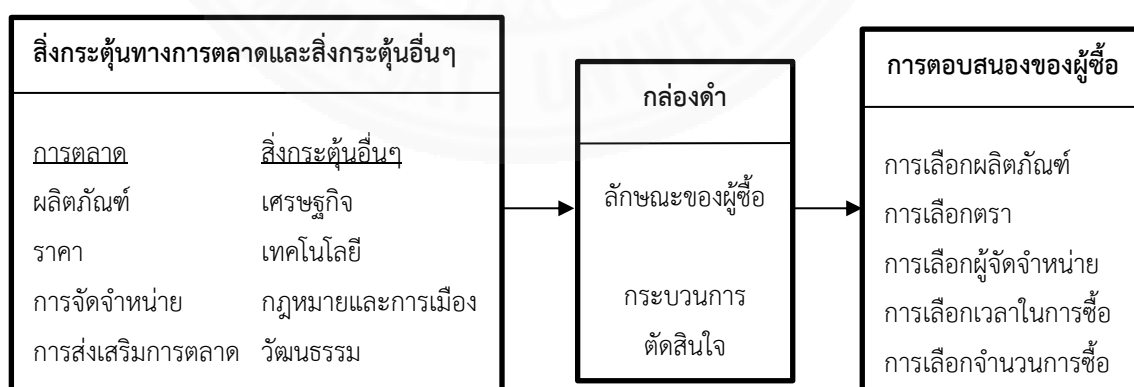
การศึกษาของนักอาชญาวิทยาแสดงให้เห็นจุดสำคัญที่ว่า รัฐบาลมีข้อจำกัด และเป็นเสมือนศูนย์รวมของการแข่งขันทางความคิดที่มีความซับซ้อนมากกว่าองค์กรที่มีอำนาจและสามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเอง อย่างที่นักเศรษฐศาสตร์หรือทฤษฎีทางเลือกสาธารณะเข้าใจกัน การวิเคราะห์ของนักอาชญาวิทยาเน้นความสำคัญของปัจจัยโครงหลักและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ในอังกฤษได้เกิดนิติประวัติศาสตร์ที่เสนอตัวแบบทางเลือกในการศึกษาปัญหานโยบายการพนัน ซึ่งนักนิติประวัติศาสตร์ของอังกฤษได้มีการพัฒนาบทวิเคราะห์ทางทฤษฎีเกี่ยวกับแง่มุมที่มักขัดแย้งระหว่างรัฐและกฎหมาย เช่น การวิเคราะห์กฎหมายการพนันบนท้องถนน ทำให้พวกเขาได้พบ บทบาทที่คลุมเครือของตำรวจที่มีหน้าที่บังคับใช้กฎหมายอย่างไม่มีประสิทธิภาพ

2.1.2 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

วารุณี ตันติวงศ์วานิช และคณะ (2552) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค (consumer buying behavior) หมายถึง พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคคนสุดท้าย ไม่ว่าจะบุคคลหรือครัวเรือนที่ทำการซื้อสินค้าและบริการสำหรับการบริโภคส่วนตัว พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคนั้นเกิดจากปัจจัยต่างๆ ที่มากระทบพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งแบบจำลองพฤติกรรมของผู้บริโภคจะช่วยให้สามารถเข้าใจถึงการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

แบบจำลองกระตุ้น-การตอบสนองของผู้บริโภค (Stimulus-response model of buyer behavior)

แบบจำลองนี้อธิบายให้เห็นว่าสิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่นๆ จะถูกนำเข้าสู่กล่องดำ (Black box) และทำให้ผู้บริโภคเกิดการตอบสนองในด้านต่างๆ ดังรูปภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 แสดงรายละเอียดรูปแบบพฤติกรรมของผู้ซื้อ. จาก *Principles of Marketing: หลักการตลาด ฉบับมาตรฐาน*, โดย วารุณี ตันติวงศ์วานิช และคณะ, 2552, กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

1. สิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Marketing stimulus and other stimulus)

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) คือ สิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบไปด้วย

(1) ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่กิจการเสนอขาย ซึ่งอาจจะเป็นสินค้าที่มีตัวตน บริการ ความคิด (idea) โดยจะต้องตอบสนองต่อความต้องการและความจำเป็นของผู้บริโภค และมีคุณสมบัติทางด้าน คุณภาพ (quality) รูปลักษณ์ (feature) รวมถึงรูปแบบ (style) และการออกแบบ (design) และต้องมีการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

(2) ราคา (Price) กิจการจะต้องกำหนดราคาที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์ โดยต้องมีการตั้งเป้าหมายว่าจะตั้งราคาเพื่อต้องการกำไร หรือเพื่อขยายส่วนถือครองตลาด หรือเพื่อเป้าหมายอย่างอื่น นอกจากนี้ยังต้องมีกลยุทธ์ในการตั้งราคาที่จะทำให้เกิดการยอมรับจากตลาด และควรคำนึงถึงกฎข้อบังคับทางกฎหมายที่อาจส่งผลต่อการตั้งราคา

(3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ช่องทางการจำหน่ายสินค้า (Channel of distribution) กิจการต้องศึกษาว่าจะให้วิธีขายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค โดยตรงหรือผ่านสถาบันคนกลางต่างๆ อีกส่วนคือ การแจกจ่ายตัวสินค้า (Physical distribution) โดยกิจการจะต้องเลือกสื่อการขนส่งที่เหมาะสม เช่น การขนส่งทางรถยนต์ ทางเรือ หรืออื่นๆ ในการช่วยแจกจ่ายสินค้า

(4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการบอกให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายและชักชวนให้ซื้อ โดยมีเครื่องมือสำคัญคือ การขายโดยใช้พนักงาน การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และสุดท้าย การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other stimulus) คือ สิ่งกระตุ้นภายนอกองค์กรซึ่งบริษัทไม่สามารถควบคุมได้

(1) เศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ หรือ รายได้ของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความต้องการของบุคคล

(2) เทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านการฝาก-ถอนเงิน ซึ่งช่วยกระตุ้นความต้องการใช้ธนาคารมากขึ้น

(3) กฎหมายและการเมือง (Law and Political) เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าบางชนิด ซึ่งจะส่งผลต่อความต้องการสินค้าเพิ่มขึ้นหรือลดลงของผู้บริโภค

(4) วัฒนธรรม (Culture) เช่น ประเพณีไทย หรือประเพณีของชาวตะวันตก ในเทศกาลต่างๆ จะส่งผลให้ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าในเทศกาลนั้นๆ

2. กล่องดำ หรือ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box)

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อที่กระทบต่อพฤติกรรมการซื้อ

ลักษณะทางวัฒนธรรม สังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และลักษณะทางจิตวิทยามีอิทธิพลอย่างมากต่อการซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้แต่เป็นปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญอย่างมาก

1. ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม

1.1 วัฒนธรรม (Culture) ทุกกลุ่มและทุกสังคมมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อค่อนข้างมากจากประเทศหนึ่งไปสู่อีกประเทศหนึ่ง ความล้มเหลวในการปรับเปลี่ยนความแตกต่างเหล่านี้ทำให้เกิดความไม่มีประสิทธิผลทางการตลาด

1.2 วัฒนธรรมย่อย (Subculture) ประเด็นที่ต้องศึกษาคือ ลักษณะวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มเป้าหมายด้าน สัญชาติ ศาสนา กลุ่มเชื้อชาติ และภูมิศาสตร์ ลักษณะพฤติกรรมการบริโภคของแต่ละกลุ่มย่อย ลักษณะความต้องการในผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่แต่ละวัฒนธรรมกลุ่มย่อยบริโภค

1.3 ชั้นทางสังคม (Social Class) โครงร่างของชั้นทางสังคมสามารถระบุถึงความแตกต่างด้านเศรษฐกิจระหว่างชนชั้นซึ่งสะท้อนถึงความแตกต่างในทัศนคติ การพักผ่อน และอุปนิสัยในการบริโภค จึงสามารถนำสิ่งเหล่านี้มากำหนดกลยุทธ์และการส่งเสริมการตลาดในแต่ละชนชั้นได้

2. ปัจจัยทางสังคม

1.2 กลุ่ม (Group) พฤติกรรมของบุคคลนั้นได้รับอิทธิพลจากกลุ่มย่อยหลายกลุ่ม กลุ่มที่มีอิทธิพลโดยตรงและมีอิทธิพลต่อคนที่อยู่ในกลุ่มเรียกว่า กลุ่มสมาชิก และกลุ่มอ้างอิง ซึ่งเป็นกลุ่มที่เปรียบเทียบทั้งทางตรงและทางอ้อม หรือใช้อ้างอิงเพื่อสร้างทัศนคติหรือพฤติกรรมของคน

1.3 ครอบครัว (Family) มีอิทธิพลสำคัญต่อพฤติกรรมการบริโภคของสมาชิกในครอบครัว บทบาทที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคสำหรับสมาชิกครอบครัวจึงประกอบไปด้วย ผู้มีอิทธิพล ผู้ควบคุม ผู้ตัดสินใจ ผู้ซื้อ ผู้จัดเตรียม ผู้ใช้ ผู้ดูแลรักษา และผู้ใช้จ่าย

1.4 บทบาทและสถานภาพ (Role and Status) บทบาท (role) คือ กิจกรรมต่างๆ ที่บุคคลถูกคาดหวังว่าจะกระทำออกมา โดยสิ่งที่จะกระทำขึ้นอยู่กับบุคคลที่อยู่ห้อมล้อมแต่ละบทบาทจะปฏิบัติตามสถานภาพ (status) ซึ่งสะท้อนถึงการให้การยอมรับจากสังคม

3. ปัจจัยส่วนบุคคล

3.1 อายุและขั้นวัฏจักรวงจรชีวิต บุคคลมีการเปลี่ยนแปลงสินค้าหรือบริการที่ซื้อไปตลอดชีวิต รสนิยมที่มีต่ออาหาร เสื้อผ้าเฟอร์นิเจอร์ และการพักผ่อน มักจะเกี่ยวข้องกับอายุ และการซื้อยังสอดคล้องกับวัฏจักรครอบครัว (family life cycle)

3.2 อาชีพ (Occupation) ของบุคคลจะส่งผลต่อสินค้าและบริการที่ซื้อ เช่น ผู้ที่ออกไปทำงานนอกสำนักงานมีแนวโน้มที่จะซื้อเสื้อผ้าทำงานที่หนาและทนมากกว่าผู้ที่ทำงานในสำนักงานซึ่งมีแนวโน้มจะซื้อเสื้อผ้าที่เป็นชุดสุททมากกว่า

3.3 สถานะทางเศรษฐกิจ (Economic situation) จะส่งผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ เช่น บุคคลสามารถซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีราคาแพงได้ หากมีรายได้ เงินออม หรืออำนาจกู้ยืมเพียงพอที่จะใช้จ่าย

3.4 รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) คือ แบบแผนการใช้ชีวิตของบุคคลที่แสดงในรูปของลักษณะจิตนิสัย (psychographics) โดยวัดจากกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ทั้งนี้ การจัดประเภทรูปแบบการดำเนินชีวิตจะแตกต่างกันในแต่ละประเทศและไม่ใช่ว่าสิ่งที่เป็นสากล

3.5 บุคลิกภาพและแนวความคิดเกี่ยวกับตนเอง บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่มีลักษณะแตกต่างกันในบุคคลที่ถูกอธิบายในรูปแบบของอุปนิสัย ซึ่งจะนำไปสู่การตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมของบุคคลนั้นอย่างมั่นคง

4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factor)

4.1 ความต้องการและแรงจูงใจ (Needs and motivation) ตามทฤษฎีของมาสโลว์ได้เสนอระดับความต้องการของมนุษย์ 5 ระดับคือ ความต้องการด้านร่างกาย ความต้องการด้านความปลอดภัย ความต้องการด้านสังคม ความต้องการด้านการยกย่อง หรือ ความต้องการด้านอิโก้ และความต้องการความสำเร็จส่วนตัว หรือ ความพึงพอใจส่วนตัว นอกจากนี้ในทฤษฎีอื่นได้อธิบายว่า สิ่งจูงใจผู้บริโภคนั้นประกอบด้วยความต้องการอำนาจ ความต้องการผูกพัน และความต้องการสำเร็จ

4.2 การรับรู้ (Learning) บุคคลสามารถสร้างการรับรู้ที่แตกต่างกันจากสิ่งกระตุ้นเดียวกันโดยผ่านกระบวนการรับรู้ 3 ขั้นตอนคือ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกแปลความหมาย บิดเบือน และการเลือกเก็บรักษา ทั้งนี้บุคคลต้องพบกับสิ่งกระตุ้นมากมายในแต่ละวัน จึงเป็นไปได้ที่จะมีการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นทั้งหมด

4.3 การเรียนรู้ (Attitudes) สามารถอธิบายได้ตามทฤษฎีพฤติกรรมศาสตร์ และทฤษฎีความเข้าใจ โดยทฤษฎีพฤติกรรมศาสตร์เชื่อว่าการเรียนรู้เป็นการตอบสนองที่สามารถสังเกตเห็นได้ต่อสิ่งกระตุ้น ในขณะที่ทฤษฎีความเข้าใจเชื่อว่าการเรียนรู้เป็นหน้าที่ของกระบวนการด้านจิตใจ 2 รูปแบบคือ การวางเงื่อนไขแบบคลาสสิกและการวางเงื่อนไขในการปฏิบัติ

4.4 ทัศนคติ (Subculture) ตามทฤษฎีองค์ประกอบ 3 ประการประกอบด้วย ส่วนของความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ ส่วนของความรู้สึกที่เน้นถึงอารมณ์ของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เฉพาะอย่าง และส่วนของพฤติกรรมที่เน้นเกี่ยวกับความน่าจะเป็นของผู้บริโภคที่มีปฏิริยาเฉพาะอย่างต่อทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying decision process)

คือ ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ 2 ทางขึ้นไป โดยการซื้อนั้นถือเป็นกิจกรรมด้านจิตใจและทางกายภาพที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ส่งผลให้เกิดการซื้อและพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น โดยกระบวนการตัดสินใจซื้อนั้นประกอบไปด้วย

1. การรับรู้ปัญหา (Problem recognition) หรือ การรับรู้ถึงความต้องการ (Need recognition) คือ การรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสภาพที่ต้องการและสภาพปัจจุบันซึ่งมากพอที่จะกระตุ้นให้เกิดกระบวนการตัดสินใจโดยพิจารณาจากข้อมูลที่เก็บไว้ในความทรงจำ ขอบเขตปัจจัยด้านจิตวิทยา และอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม

2. การค้นคว้าหาข้อมูลก่อนซื้อ (Search for information) เริ่มจากเมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงความจำเป็นแล้วจึงต้องศึกษาหาข้อมูลด้วยวิธีต่างๆ โดยมีแหล่งข้อมูลสำคัญคือ แหล่งข้อมูลภายใน หรือ แหล่งข้อมูลที่อาศัยขอบเขตด้านจิตวิทยา และ แหล่งข้อมูลภายนอก หรือ แหล่งข้อมูลจากพนักงานขาย ฯลฯ

3. การประเมินผลทางเลือก (Alternative evaluation) จากเกณฑ์ที่ประกอบไปด้วยมาตรฐานและคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคใช้ในการเปรียบเทียบระหว่างตราสินค้าหรือผลลัพธ์ จากการบริโภคโดยแสดงผลในลักษณะของคุณสมบัติที่พึงพอใจมากกว่า

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) โดยทั่วไปเกิดในร้านค้าปลีก แต่ก็อาจเกิดขึ้นในบ้านหรือสำนักงานของลูกค้าก็ได้

5. การประเมินผลภายหลังการซื้อ (Post purchase evaluation) เกิดขึ้นหลังจากซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ซึ่งถ้าเป็นไปตามความคาดหวังจะได้ผลลัพธ์ที่พึงพอใจ แต่หากผลลัพธ์ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ผลก็คือ ความไม่พอใจ

กระบวนการตัดสินใจซื้อสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่

ผลิตภัณฑ์ใหม่ (new product) หมายถึง สินค้า บริการ หรือความคิด ซึ่งลูกค้ารับรู้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ สิ่งที่ควรให้ความสำคัญคือ ผู้บริโภคเรียนรู้ถึงผลิตภัณฑ์ในครั้งแรกได้อย่างไรและทำการตัดสินใจว่ายอมรับผลิตภัณฑ์นั้นหรือไม่ คำจำกัดความของกระบวนการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ (adoption process) เป็นกระบวนการทางจิตที่เริ่มตั้งแต่การเรียนรู้นวัตกรรมผ่านขั้นตอนต่างๆ จนถึงการยอมรับที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่นั้น

ขั้นตอนในกระบวนการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่

1. การรู้จัก (awareness) : ผู้บริโภครับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ใหม่แต่ยังขาดข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

2. ความสนใจ (interest) : ผู้บริโภคมองหาข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

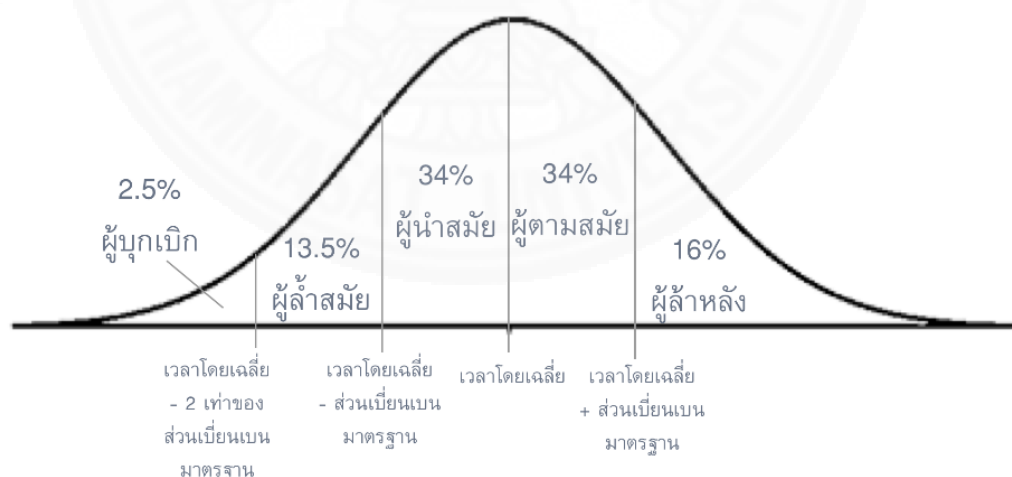
3. กระประเมินค่า (evaluation) : ผู้บริโภคพิจารณาว่าจะลองใช้ผลิตภัณฑ์หรือไม่

4. การทดลอง (trial) : ผู้บริโภคทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ในปริมาณเล็กน้อยเพื่อปรับการประเมินคุณค่าที่ได้ประเมินไว้

5. การยอมรับ (adoption) : ผู้บริโภคตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์เต็มที่และใช้ประจำ นอกจากนี้ควรคำนึงถึงวิธีที่จะช่วยให้ผู้บริโภคผ่านขั้นตอนต่างๆไปได้ด้วย เช่น ผู้ผลิตอาจพบว่า ผู้บริโภคที่อยู่ในขั้นตอนสนใจอาจไปไม่ถึงขั้นการทดลองเพราะความไม่แน่ใจและจำนวนเงินที่ต้องจ่าย

ความแตกต่างของบุคคลก่อนนวัตกรรม

ผู้บริโภคแต่ละคนจะมีความพร้อมในการทดลองผลิตใหม่ที่แตกต่างกันอย่างมาก จึงสามารถจัดประเภทของบุคคลตามประเภทของผู้ยอมรับ จะเห็นได้ว่าจำนวนของผู้ยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่จะเพิ่มขึ้นหลังจากการยอมรับช่วงแรกไปอย่างช้าๆ โดยจำนวนของผู้ยอมรับจะมีมากที่สุดเมื่อกลุ่มผู้นำสมัยใหม่ยอมรับผลิตภัณฑ์ และจะลดลงจนเหลือผู้ยอมรับเพียงไม่กี่คน ทั้งนี้ผู้ยอมรับทั้ง 5 กลุ่มนี้จะมีประโยชน์ที่แตกต่างกันคือ ผู้บุกเบิก เป็นกลุ่มที่ชอบความเสี่ยงและพยายามทดลองผลิตภัณฑ์ที่อาจมีความเสี่ยงบ้าง ผู้ล่าสมัย เป็นกลุ่มของผู้ที่มีคนนับถือ เป็นผู้นำทางความคิดและยอมรับความคิดใหม่ก่อนกลุ่มอื่นแต่เป็นไปอย่างรอบคอบ ผู้นำสมัย เป็นกลุ่มที่มีความระมัดระวังในการทดลอง ผู้ตามสมัย เป็นพวกที่มีความสงสัย จะยอมรับนวัตกรรมใหม่หลังจากที่คนส่วนใหญ่ได้ทดลองไปแล้ว และสุดท้าย กลุ่มล่าหลัง เป็นพวกยึดติดกับจารีตประเพณี มักจะสงสัยต่อการเปลี่ยนแปลงและการยอมรับนวัตกรรมเมื่อผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ดังรูปภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 แสดงรายละเอียดระยะเวลาในการยอมรับนวัตกรรม. จาก *Principles of Marketing: หลักการตลาด ฉบับมาตรฐาน*, โดย วารุณี ตันตวงศ์วณิช และคณะ, 2552, กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response)

1. การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice) ตัวอย่าง การเลือกผลิตภัณฑ์ลอตเตอรี่ มีทางเลือกคือ สลากกินแบ่งรัฐบาล สลากออมสิน หรือ สลากประเภทอื่นๆ
2. การเลือกตราสินค้า (Brand choice)
3. การเลือกผู้ขาย (Dealer choice) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกซื้อจากผู้พิการ หรือ ผู้ค้าสลากรายใด
4. การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกเวลาเช้า กลางวัน หรือเย็น ในการซื้อลอตเตอรี่
5. ปริมาณการซื้อ (Purchase amount) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกซื้อลอตเตอรี่จำนวน 1 ใบ หรือ มากกว่านั้น เป็นต้น

2.1.3 ทฤษฎีกฎอุปสงค์

อุปสงค์ (Demand) หมายถึง ปริมาณของสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคมีความต้องการที่มีอำนาจในการซื้อและมีความเต็มใจที่จะซื้อ ในระยะเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ ของสินค้าชนิดนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า อุปสงค์ที่มีประสิทธิผล (Effective demand) ประกอบด้วย ความต้องการซื้อ (Wants) ที่ไม่ใช่ความต้องการธรรมดาแต่เป็นความต้องการที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) กำกับอยู่ด้วย กล่าวคือ ผู้บริโภคจะต้องมีความเต็มใจ (Willing to pay) ที่จะซื้อและมีเงินเพียงพอที่จะจ่ายซื้อสินค้าหรือบริการนั้น

กฎแห่งอุปสงค์ (Law of Demand) ระบุว่า ปริมาณของสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อย่อมแปรผกผันกับระดับราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้นเสมอ ดังนั้น เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อในปริมาณที่น้อยลง และเมื่อราคาลดลงผู้บริโภคจะซื้อในปริมาณที่มากขึ้น

ปัจจัยที่อิทธิพลต่อสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ มีดังนี้

1. ราคาของสินค้าชนิดนั้น เมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้นปริมาณการซื้อจะลดลง แต่ถ้าราคาลดลง ปริมาณซื้อจะมีเพิ่มมากขึ้น
2. รสนิยมของผู้บริโภค ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับความรู้สึคนิยมชมชอบชั่วขณะหนึ่ง ซึ่งอาจเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว แต่บางกรณีความนิยมก็คงอยู่นาน โดยสิ่งที่กำหนดรสนิยมของผู้บริโภค ได้แก่ อายุ เพศ ความเชื่อ ค่านิยม การศึกษา แฟชั่น และอิทธิพลของการโฆษณา
3. รายได้เฉลี่ยของครัวเรือน โดยทั่วไปเมื่อประชากรมีรายได้โดยเฉลี่ยสูงขึ้น ความต้องการสินค้าและบริการจะเปลี่ยนแปลงไป โดยลดการบริโภคสินค้าราคาถูกและหันไปบริโภคสินค้าราคาแพง

4. ราคาของสินค้าชนิดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ถ้าสินค้าชนิดหนึ่งมีราคาสูงขึ้นผู้บริโภคก็จะซื้อสินค้าชนิดอื่นน้อยลงและหันไปบริโภคสินค้าอีกชนิดซึ่งใช้ทดแทนกันได้ แต่หากเป็นในกรณีของสินค้าที่ต้องใช้ประกอบกัน เมื่อผู้บริโภคต้องการบริโภคสินค้าชนิดหนึ่งมากขึ้น ก็จะทำให้ปริมาณการบริโภคสินค้าอีกชนิดที่ใช้ประกอบกันเพิ่มมากขึ้นด้วย

5. ฤดูกาล ยกตัวอย่างเช่น ในประเทศที่อยู่เขตหนาว เมื่อเข้าสู่ฤดูหนาวประชาชนจำเป็นต้องจัดหาเครื่องนุ่งห่มกันหนาว ทำให้ความต้องการสินค้าเครื่องกันหนาวในเวลาดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น

อนึ่งในกรณีของอุปสงค์ตลาด ตัวกำหนดโดยอ้อมจะมีมากกว่าที่กำหนดข้างต้น เช่น

1. จำนวนประชากร ตามปกติเมื่อจำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้น ความต้องการสินค้าและบริการจะเพิ่มขึ้นตาม แต่ทั้งนี้ประชากรเหล่านั้นต้องมีอำนาจในการซื้อด้วยจึงสามารถซื้อสินค้าได้มากขึ้น

2. สภาพการกระจายรายได้ในระบบเศรษฐกิจ ยกตัวอย่างเช่น ในประเทศที่มีบ่อน้ำมัน รายได้ส่วนใหญ่จะตกอยู่ในมือของคนกลุ่มน้อย คนส่วนใหญ่จะมีรายได้ที่ต่ำมาก การบริโภคในสังคมจึงแตกต่างจากสังคมที่มีการกระจายรายได้ค่อนข้างทัดเทียม แม้ว่ารายได้ของทั้งสองประเทศจะอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกันก็ตาม

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล สลากออนไลน์และหวยใต้ดิน รวมถึงงานศึกษาในด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสลากกินแบ่งรัฐบาลและสลากล็อตโต้ สามารถแบ่งผลการศึกษาตามลักษณะของผลิตภัณฑ์ ได้ดังนี้

2.2.1 งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

นันทพล ปิยะสุวรรณเดช (2553) เรื่อง การตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ของประชาชน บริเวณสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้านได้แก่ ด้านแรงจูงใจในการซื้อ พบว่า ประชาชนตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเนื่องในโอกาสพิเศษต่างๆ ซื้อเพราะมีเลขที่ต้องการ ซื้อเพราะต้องการช่วยเหลือคนขายที่ด้อยโอกาส ซื้อตามคำทำนาย และต้องการเสี่ยงโชค ด้านความคาดหวัง ประชาชนมีความคาดหวังว่าจะถูกรางวัลใหญ่ รวยเร็วขึ้นและหวังจะทำให้ฐานะครอบครัวดีขึ้น และด้านสภาพเศรษฐกิจครอบครัว พบว่า ประชาชนตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพราะใช้เงินทุนน้อย ต้องการรวยทางลัด รายได้ไม่พอต่อค่าใช้จ่าย และเพื่อยกระดับฐานะครอบครัว

ผลการศึกษานี้จึงสอดคล้องกับ **รัชญา ฉัตรวานนท์ (2555)** เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชน ในเขตอำเภอหนองใหญ่ จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชนคือ การซื้อสลากในโอกาสพิเศษ การซื้อเพราะต้องการช่วยเหลือผู้ขายที่ด้อยโอกาส การซื้อเพราะสินค้าสามารถหาซื้อได้ง่าย การซื้อเพราะมีเลขที่ต้องการ ซื้อตามคำทำนาย ซื้อเพราะคาดหวังว่าจะถูกรางวัลใหญ่ ซื้อเพราะชอบเสี่ยงโชค ซื้อเพราะคิดว่าจะทำให้รวยเร็ว และซื้อเพราะหวังจะทำให้เศรษฐกิจในครอบครัวดีขึ้น และพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชน ผลการศึกษาสอดคล้องกับ **สรวิษ สรณภาพงศ์ (2559)** เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติต่อลอตเตอรี่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการซื้อลอตเตอรี่นานๆ ครั้ง โดยซื้อตามแผงขายในตลาดหรือแผงขายทั่วไป มีค่าใช้จ่ายในการซื้อประมาณ 500-1,000 บาท มีการเลือกเลขจากความฝันหรือเหตุการณ์ต่างๆ โดยส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อลอตเตอรี่ในระดับกลาง และยังพบว่า อายุ การศึกษา และรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความถี่ในการซื้อ

ทั้งนี้ ผลการศึกษาที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้แตกต่างจาก **สิริวรรณ อวยชัย (2556)** เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้บริโภค อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ว่ามีเลขลือค/เลขอันเชื่อถือไม่ได้ ประชาชนส่วนใหญ่ซื้อเพราะเชื่อในดวงชะตาของตนเอง โดยผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันในเรื่องของ สถานภาพ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ที่ และจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ต่างกันนั้น มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลไม่ต่างกัน ส่วนปัจจัยในด้านเพศ พื้นที่ที่อยู่อาศัย และประเภทที่อยู่อาศัยที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่างกัน

2.2.2 งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อสลากออนไลน์และหวยใต้ดิน

สุพรรณนิภา รัตนกุล (2548) เรื่อง พฤติกรรมการซื้อสลากเลขท้ายของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อสลากเลขท้ายและสลากกินแบ่งรัฐบาลเพราะอยากถูกรางวัล โดยซื้อเป็นประจำทุกงวด จากแผงลอยทั่วไป และจากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติพบว่า การจำหน่ายสลากเลขท้ายนั้นอยู่ในระดับราคาที่เหมาะสมแล้ว สามารถช่วยลดปัญหาการพนันที่ผิดกฎหมายลงได้ และมีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์ให้แก่สังคม นอกจากนี้ยังพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ต่อเดือน การรับรู้ข่าวสาร ที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมในการซื้อสลากเลขท้ายที่ต่างกันไป ผลการศึกษาสอดคล้องกับ **จินตนา แก้วชมเชย (2550)** เรื่อง ความคิดเห็นของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อสลากออนไลน์ ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ด้านคือ ด้านประโยชน์ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า สลากออนไลน์นั้น

เป็นการดึงเงินนอกระบบเศรษฐกิจเข้ามาพัฒนาประเทศมากที่สุด ด้านการประชาสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่างยังได้รับข้อมูลข่าวสารที่ไม่เพียงพอ ด้านความรู้สึกชอบ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าสลากออนไลน์น่าสนใจกว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล และด้านความตั้งใจในการซื้อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อสลากออนไลน์เพราะได้รับความตื่นเต้นจากการเสี่ยงโชค ทั้งนี้ยังพบว่า อายุที่ต่างกัน การศึกษาที่ต่างกัน อาชีพที่ต่างกัน และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันนั้น จะมีการรับรู้ต่อสลากออนไลน์ที่แตกต่างกัน แต่เพศที่ต่างกันจะมีการรับรู้ต่อสลากออนไลน์ไม่ต่างกัน เช่นเดียวกับ **อัครพล โฆษิตพล (2556)** เรื่องความคิดเห็นของบุคคลที่เกี่ยวกับธุรกิจสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อการเกิดขึ้นของสลากออนไลน์ของรัฐบาลกรณีศึกษาของอำเภอพล จังหวัดขอนแก่น พบว่า ในด้านผู้ซื้อนั้น มีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลงวดละ 1-2 ฉบับ และซื้อเลขตามความฝันเพราะต้องการเสี่ยงโชค และด้านความเห็นของผู้จำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล ผู้ค้ารายใหญ่มีความเห็นว่า การจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลนั้นสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย แม้จะมีราคาแพงจากต้นทุนที่สูงแต่ผู้ซื้อก็ยินยอมที่จะจ่ายในราคาที่สูงกว่าปกติ และหากมีการจำหน่ายสลากออนไลน์ ก็มีความสนใจที่จะจำหน่ายเนื่องจากมีผลตอบแทนที่ดี ด้านผู้ค้ารายย่อยมีความเห็นว่า การจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลนั้นเป็นไปได้ยาก เพราะมีต้นทุนที่สูง ผลตอบแทนน้อย และไม่มีความสนใจในการจำหน่ายสลากออนไลน์เพราะใช้เงินลงทุนสูง ผลการศึกษาที่ได้จึงสอดคล้องกับ **ฐิติมน สีอเสาวลักษณ์ (2556)** เรื่อง พฤติกรรมการซื้อหวยใต้ดินของประชาชนในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ซื้อหวยใต้ดินส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งประมาณ 901 บาทขึ้นไป สาเหตุที่ซื้อนั้นมาจากการชอบเสี่ยงโชค และในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อหวยใต้ดินพบว่า ประชาชนซื้อหวยใต้ดินเนื่องจากสามารถเลือกเลขเองได้ ราคาถูกกว่าหวยชนิดอื่น ได้รับผลตอบแทนมาก และมีความสะดวกในการซื้อ นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ยังพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อหวยใต้ดิน

2.2.3 งานศึกษาในด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสลากกินแบ่งรัฐบาลและสลากล็อตโต้

Jongejans (2010) เรื่อง Advertising and Lottery Gambling Behavior พบว่า ข้อความโฆษณาบนสลากลอตเตอรี่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการเล่นพนัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในสภาวะอารมณ์ด้านลบนั้น มีแนวโน้มที่จะซึบซับเพียงข้อมูลด้านลบเท่านั้น แต่ในทางกลับกันพวกเขาก็จะยังมีความเต็มใจที่จะเล่นการพนัน เพราะต้องการที่จะปรับสภาวะอารมณ์ให้อยู่ในสภาวะปกติโดยใช้การพนันเป็นเครื่องมือ แต่สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในสภาวะอารมณ์ด้านบวกกลับมีโอกาสน้อยมากที่จะเล่นการพนัน เพราะเป็นพวกหลีกเลี่ยงความเสี่ยงและต้องการรักษาสภาวะอารมณ์ด้านบวกนี้ไว้

Bakhtiar (2011) เรื่อง More lottery tickets than milk and no money in the bank พบว่า จากการนำเสนอบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ที่เชื่อมโยงกับรางวัลนั้น ส่งผลให้ภาคครัวเรือนมีการออมเงินมากขึ้นและลดรายจ่ายที่เกี่ยวกับการซื้อลอตเตอรี่ลง กล่าวได้ว่านำเสนอบัญชี

เงินฝากออมทรัพย์ที่เชื่อมโยงกับรางวัลนั้นเป็นนโยบายทางเลือกสาธารณะที่ส่งผลให้ภาคครัวเรือนมีการออมในทิศทางที่ดีขึ้นและเป็นการพัฒนาให้มีสวัสดิการที่ดีขึ้น

ทองธรรม กุมภีพงษ์ (2559) เรื่อง การศึกษาความต้องการสลากรูปแบบใหม่ ของประชาชนในเขตกรุงเทพฯ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลงวดละ 1-2 ใบ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเลขที่คิดขึ้นมาเอง และมีพฤติกรรมการพนันในรูปแบบอื่นๆ ด้วยเพราะชอบในการเสี่ยงโชค นอกจากนี้ยังพบว่า ในอนาคตหากมีผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ออกมาจำหน่าย จะช่วยให้กลุ่มตัวอย่างที่ไม่สนใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลนั้น หันกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลได้ โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญที่ราคาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ความสามารถในการเลือกเลขเองได้ โปรโมชัน บริการในการขึ้นเงินรางวัล และสถานที่ซื้อ

ศิริวรรณ ศิริวิชัย (2546) เรื่อง ผลกระทบจากโครงการจำหน่ายหวยล็อตโต้ ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยผลการศึกษาได้แบ่งผลกระทบออกเป็นผลกระทบด้านบวก และผลกระทบด้านลบ ในส่วนของผลกระทบด้านบวกพบว่า เป็นการเพิ่มทางเลือกใหม่ในการบริโภคให้กับประชาชนและดึงรายได้จากการจำหน่ายหวยใต้ดินเข้ารัฐ นอกจากนี้การขายจำหน่ายด้วยระบบคอมพิวเตอร์นั้นยังก่อให้เกิดประสิทธิภาพในดำเนินงานมากขึ้น ส่งผลให้ประชาชนได้รับความเป็นธรรมในเรื่องของราคาสลากที่ถูกกำหนดไว้และไม่สามารถปรับขึ้นได้อีก ส่วนผลกระทบด้านลบนั้น อาจเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนหันมาเล่นการพนันมากขึ้น มีผู้เล่นพนันรายใหม่เพิ่มขึ้นซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาอาชญากรรมและผลเสียอื่นๆ การใช้เงินลงทุนด้านระบบคอมพิวเตอร์ที่สูงอาจก่อให้เกิดความเสี่ยง และอาจทำให้ยอดจำหน่ายสลากใบลดลงส่งผลให้มีผู้ว่างงานเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ผลการศึกษาจากกลุ่มคนที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบนั้น ในส่วนของผู้จำหน่ายสลากและหวยใต้ดินมีความเห็นว่า การจำหน่ายสลากล็อตโต้จะไม่ส่งผลกระทบต่อพวกเขา เนื่องจากมีลูกค้าประจำและรูปแบบการเล่นรวมถึงการชำระเงินมีความสะดวกมากกว่า ในส่วนของกลุ่มผู้บริโภคพบว่า การจำหน่ายสลากล็อตโต้เป็นการเพิ่มทางเลือกในการบริโภค ส่วนปริมาณผู้ที่ซื้อหรือไม่ซื้อนั้นมีใกล้เคียงกัน เพราะบางส่วนชอบการเสี่ยงโชคแต่บางส่วนยังไม่เข้าใจวิธีการเล่น

จากการทบทวนวรรณกรรมและการศึกษาต่างๆ ได้กล่าวมาข้างต้นนี้ แตกต่างจากการศึกษาพฤติกรรมการเล่นพนัน กรณีสลากกินแบ่งรัฐบาลและสลากล็อตโต้ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร คือ การศึกษาคั้งนี้ไม่เพียงแค่วิจัยถึงพฤติกรรมของผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเท่านั้น แต่ยังทำการ ศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ที่ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้วย อีกทั้ง การศึกษาในครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อต้องการศึกษาถึงความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์สลากล็อตโต้ 6/49 ของผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งต่างจาก **ศิริวรรณ ศิริวิชัย (2546)** และ **ทองธรรม กุมภีพงษ์ (2559)** ที่ได้ทำการศึกษาถึงผลกระทบจากการจำหน่ายสลากล็อตโต้ และความต้องการสลากรูปแบบใหม่ของประชาชน

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบวรรณกรรมปริทัศน์

หัวข้อ	ชื่อผู้วิจัย, ปีที่ศึกษา	ข้อมูลและผลการศึกษา
การวิเคราะห์โครงสร้างระบบการจัดจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล	ศรียุชา โพธิ์ทอง, 2544	<p>วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาบทบาทของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลในเชิงเศรษฐกิจ คำนวณที่มาของ Economic Ret และผู้ที่ได้รับประโยชน์จากการจัด Rent และเสนอแนวทางในการปรับปรุงกระบวนการจัดสรรสลากให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น</p> <p>วิธีการศึกษา ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ในช่วงปี 2538-2543 และการสัมภาษณ์</p> <p>กลุ่มตัวอย่าง เจ้าหน้าที่ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ตัวแทนจำหน่ายสลากฯ และพ่อค้าปลีกในเขตกรุงเทพมหานคร</p> <p>ผลการศึกษา ผู้แทนจำหน่ายสลากส่วนมากไม่ได้ขายสลากให้กับผู้ซื้อเอง แต่กลับนำไปขายรวมเล่มให้กับพ่อค้าคนกลาง ส่งผลให้สลากมีราคาแพงและเกิดส่วนเหลือมล้าทางการตลาด</p> <p>ข้อต่อ จากการสัมภาษณ์ผู้ศึกษาควรลงรายละเอียดถึงจำนวนผู้ที่สัมภาษณ์</p>
ผลกระทบจากโครงการจำหน่ายหวยล็อตโตของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล	ศิริวรรณ ศิริวิชัย, 2546	<p>วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงพัฒนาการหวยล็อตโตในประเทศไทย ศึกษาถึงปัญหาและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากโครงการหวยล็อตโต รวมทั้งศึกษาแนวทางในการแก้ปัญหาและป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น</p> <p>วิธีการศึกษา ข้อมูลเอกสาร (documentary research) และการสัมภาษณ์ (in-depth interview) และ ข้อมูลจากการสำรวจ (survey research)</p> <p>กลุ่มตัวอย่าง ผู้บริหารระดับสูงของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล นักวิชาการผู้มีความรู้เกี่ยวกับหวยล็อตโต ผู้จำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล ผู้จำหน่ายหวยใต้ดิน และประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร</p> <p>ผลการศึกษา ผลกระทบด้านบวกพบว่า เป็นการเพิ่มทางเลือกใหม่ในการบริโภคให้กับประชาชนและดึงรายได้จากการจำหน่ายหวยใต้ดินเข้ารัฐ ส่วนผลกระทบด้านลบนั้น อาจเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนหันมาเล่นการพนันมากขึ้น</p> <p>ข้อต่อ ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างเพียง 150 คนซึ่งอาจส่งผลให้การมีศึกษามีความคลาดเคลื่อน</p>

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบวรรณกรรมปริทัศน์ (ต่อ)

หัวข้อ	ชื่อผู้วิจัย, ปีที่ศึกษา	ข้อมูลและผลการศึกษา
<p>พฤติกรรมการณ์ซื้อสลากเลขท้าย ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร</p>	<p>สุพรรณิกา รัตนกุล, 2548</p>	<p>วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ที่คนคิดด้านส่วนประสมการตลาด และการรับรู้ข่าวสารของสลากเลขท้าย ที่มีผลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อสลากเลขท้ายของประชาชน</p> <p>วิธีการศึกษา ใช้แบบสอบถาม</p> <p>กลุ่มตัวอย่าง ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่ซื้อหรือเคยซื้อสลากเลขท้าย</p> <p>ผลการศึกษา ประชาชนซื้อสลากเลขท้ายและสลากกินแบ่งรัฐบาลเพราะอยากถูกรางวัล การจำหน่ายสลากเลขท้ายอยู่ในระดับราคาที่เหมาะสมแล้ว และพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ต่อเดือน การรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมในการซื้อสลากเลขท้ายที่ต่างกัน</p> <p>ข้อต่อ ผู้ศึกษาได้ศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยได้ดินไว้ร่วมกัน ส่งผลให้ภาพพฤติกรรมของ กลุ่มตัวอย่างอาจยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร</p>
<p>ความคิดเห็นของประชาชนใน กรุงเทพมหานครที่มีต่อสลาก ออนไลน์ ของสำนักงานสลาก กินแบ่งรัฐบาล</p>	<p>จินตนา แก้วชมเชย, 2550</p>	<p>วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความคิดเห็น และเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสลากออนไลน์</p> <p>วิธีการศึกษา ใช้แบบสอบถาม (questionnaire)</p> <p>กลุ่มตัวอย่าง ประชาชนที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปซึ่งเคยซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร</p> <p>ผลการศึกษา ประชาชนมีความเห็นว่าสลากออนไลน์นั้นไม่ค่อยมีประโยชน์ การรับข้อมูลข่าวสารยังไม่เพียงพอ และส่วนใหญ่ไม่มีความตั้งใจในการซื้อสลากออนไลน์</p> <p>ข้อต่อ ผู้ศึกษาทำการศึกษาเพียงปัจจัยส่วนบุคคล ส่งผลให้อาจไม่ครอบคลุมถึงปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น ด้านเศรษฐกิจของครอบครัว ซึ่งอาจส่งผลต่อความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง</p>

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบวรรณกรรมปริทัศน์ (ต่อ)

หัวข้อ	ชื่อผู้วิจัย, ปีที่ศึกษา	ข้อมูลและผลการศึกษา
การตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชน บริเวณสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล	นันทพล ปิยะสุวรรณเดช, 2553	<p>วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และเปรียบเทียบการตัดสินใจจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล</p> <p>วิธีการศึกษา ใช้แบบสอบถาม (questionnaire)</p> <p>กลุ่มตัวอย่าง ประชาชนที่มาซื้อสลากกินแบ่งบริเวณสี่แยกคอกวัว</p> <p>ผลการศึกษา ประชาชนตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพราะ เงินทุนน้อย รายได้ไม่พอต่อค่าใช้จ่าย ต้องการช่วยเหลือคนขายที่ด้อยโอกาส และคาดหวังว่าจะถูกรางวัลใหญ่ รวยเร็วขึ้น</p> <p>ข้อด้อย งานศึกษานี้มุ่งศึกษาในด้านความคาดหวัง แต่ไม่ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ซื้อ</p>
ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชนในเขตอำเภอหนองใหญ่ จังหวัดชลบุรี	รัชญา ญฑวรานนท์, 2555	<p>วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชน ในอำเภอหนองใหญ่ จังหวัดชลบุรี</p> <p>วิธีการศึกษา ใช้แบบสอบถาม (questionnaire)</p> <p>กลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่อาศัยอยู่ในอำเภอหนองใหญ่ จังหวัดชลบุรี</p> <p>ผลการศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชน แต่ปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชนคือ การซื้อสลากในโอกาสพิเศษ</p> <p>ข้อด้อย งานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาด้านปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านแรงจูงใจ และปัจจัยด้านความคาดหวัง ควรทำการศึกษา ด้านผลิตภัณฑ์ด้วยว่า ประชาชนมีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์น้อยเพียงใดและส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่</p>

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบวรรณกรรมปริทัศน์ (ต่อ)

หัวข้อ	ชื่อผู้วิจัย, ปีที่ศึกษา	ข้อมูลและผลการศึกษา
<p>ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้บริโภคอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม</p>	<p>สิริวรรณ อวยชัย, 2556</p>	<p>วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ของผู้บริโภคอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม</p> <p>วิธีการศึกษา ใช้แบบสอบถาม (questionnaire)</p> <p>กลุ่มตัวอย่าง ประชาชนที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป</p> <p>ผลการศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันและจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ต่างกันั้น ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลไม่ต่างกัน</p> <p>ข้อด้อย ผู้ศึกษาควาระบุถึงสาเหตุที่เลือกช่วงอายุดังกล่าว เนื่องจากผู้ที่สามารถซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลได้คือ ผู้ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป</p>
<p>ความคิดเห็นของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสลากกินแบ่งต่อการเกิดขึ้นของสลากออนไลน์ของรัฐบาล กรณี ศึกษาของอำเภอพล จังหวัดขอนแก่น</p>	<p>อัครพล โฆษิตพล, 2556</p>	<p>วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้จำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อสลากออนไลน์ ศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อการซื้อสลากกินแบ่งฯและสลากออนไลน์</p> <p>วิธีการศึกษา ใช้การสัมภาษณ์และตอบแบบสอบถาม (questionnaire)</p> <p>กลุ่มตัวอย่าง ผู้จำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลรายใหญ่ และผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ที่อาศัยอยู่ในอำเภอพล จังหวัดขอนแก่น</p> <p>ผลการศึกษา ผู้ค้ารายใหญ่เห็นว่ากรจำหน่ายสลากออนไลน์สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย แม้ราคาแพงแต่ผู้ซื้อก็ยอมจ่าย ผู้ค้ารายย่อยมีความเห็นว่า การจำหน่ายนั้นเป็นไปได้ยากเพราะมีต้นทุนสูง และไม่สนใจจำหน่ายสลากออนไลน์เพราะเรื่องต้นทุน ด้านผู้ซื้อ มีความต้องการซื้อเพราะต้องการเสี่ยงโชค</p> <p>ข้อด้อย คำถามที่วิเคราะห์ถึงความตั้งใจในการซื้อสลากออนไลน์ควรมีมากกว่านี้</p>

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบวรรณกรรมปริทัศน์ (ต่อ)

หัวข้อ	ชื่อผู้วิจัย, ปีที่ศึกษา	ข้อมูลและผลการศึกษา
พฤติกรรมการณ์ซื้อหอยไต้ดินของประชาชนในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี	ฐิติมน สือเสาวลักษณ์, 2556	<p>วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อหอยไต้ดิน และหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการณ์ซื้อหอยไต้ดิน ของประชาชนในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี</p> <p>วิธีการศึกษา ใช้แบบสอบถาม (questionnaire)</p> <p>ผลการศึกษา พบว่า ผู้ซื้อหอยไต้ดินส่วนใหญ่ชอบเสีงโขค และ เนื่องจากสามารถเลือกเลขเองได้ ราคาถูกกว่าหอยชนิดอื่น มีความสะดวกในการซื้อ และพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการณ์ซื้อหอยไต้ดินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ</p> <p>ข้อด้อย ในแบบสอบถามตอนที่2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อหอยไต้ดินนั้น คำถามทั้งหมดเน้นไปที่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจจะมียปัจจัยในด้านอื่นๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการณ์ซื้อหอยไต้ดิน</p>
ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติต่อลอตเตอรี่ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร	สรวิช สรรณาพงศ์, 2559	<p>วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อลอตเตอรี่ และทัศนคติต่อการพนันที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อลอตเตอรี่ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร</p> <p>วิธีการศึกษา ใช้แบบสอบถาม (questionnaire)</p> <p>ผลการศึกษา กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการณ์ซื้อลอตเตอรี่นานๆ ครั้ง โดยซื้อตามแผงขายในตลาดหรือแผงขายทั่วไป ซื้อครั้งละประมาณ 500-1,000 บาท ส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อลอตเตอรี่ในระดับกลาง และพบว่า อายุ การศึกษา และรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการณ์ซื้อ</p> <p>ข้อด้อย คำถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อลอตเตอรี่ทั้งหมดเน้นไปที่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจจะมียปัจจัยในด้านอื่นๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการณ์ซื้อลอตเตอรี่</p>

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบวรรณกรรมปริทัศน์ (ต่อ)

หัวข้อ	ชื่อผู้วิจัย, ปีที่ศึกษา	ข้อมูลและผลการศึกษา
การโฆษณาและพฤติกรรมการณ์บนสลากรอตเตอร์	Marloes Jongejans, 2010	<p>วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาผลกระทบจากการโฆษณาที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการณ์ และการถูกควบคุมโดยอารมณ์</p> <p>วิธีการศึกษา ข้อมูลเอกสาร (documentary research)</p> <p>ผลการศึกษา ข้อความที่ปรากฏในโฆษณามีผลต่อพฤติกรรมการณ์ของผู้บริโภค ในการพนันประเภทลอตเตอรี่ ทำให้ผู้บริโภคคิดว่าตนเองมีโอกาสที่จะถูกรางวัลมากกว่าความเป็นจริง</p> <p>ข้อด้อย ในประเทศไทยอาจมีข้อจำกัดในการทำโฆษณาการพนันที่ไม่เหมือนกับต่างประเทศ</p>
เมื่อมีลอตเตอรี่มากกว่านม และไม่มีเงินในบัญชีธนาคาร	Fayzan Bakhtiar, 2011	<p>วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาผลกระทบของเงินฝากออมทรัพย์ที่เชื่อมโยงกับรางวัลและระดับการออม และที่มาของความ ต้องการเงินฝากออมทรัพย์ที่เชื่อมโยงกับรางวัล</p> <p>วิธีการศึกษา การทดสอบทางออนไลน์</p> <p>ผลการศึกษา เงินฝากออมทรัพย์ที่เชื่อมโยงกับรางวัลนั้นเป็นตัวแทนของเครื่องมือโยบายที่มีประสิทธิภาพในการ แก้ปัญหาการเงินที่เปราะบางของภาคครัวเรือน</p> <p>ข้อด้อย การทดสอบออนไลน์อาจไม่ครอบคลุมถึงปัจจัยบางอย่างที่อยู่ในสภาพแวดล้อมจริง</p>

หมายเหตุ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย

บทที่ 3 วิธีการศึกษา

การศึกษา “การศึกษาพฤติกรรมการเล่นพนัน กรณีสลากกินแบ่งรัฐบาลและสลากล็อตโต้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้ศึกษามีวิธีการดำเนินการศึกษาดังนี้

1. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

1. ข้อมูลเบื้องต้น (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมจากประชากรโดยตรงจากการใช้แบบสอบถาม
2. ข้อมูลขั้นที่สอง (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าจากหนังสือ บทความ เอกสารต่างๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเล่นสลากกินแบ่งรัฐบาลและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ประชาชนที่ซื้อและไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูล จึงใช้การคำนวณจากสูตร Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน และสำรองเพื่อความผิดพลาดจากการเก็บข้อมูลจำนวน 16 คน รวมกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 400 คน โดยทำการเก็บแบบสอบถามจากประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

$$\text{จากสูตร} \quad n = \frac{P(1-P)(Z)^2}{e^2}$$

n แทน จำนวนหรือขนาดตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ

P แทน ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด = 50%
หรือ 0.5 ของประชากรทั้งหมด

e แทน ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง = 0.05

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ซึ่งกำหนดไว้ที่ความเชื่อมั่น
95%

Z มีค่าเท่ากับ 1.96

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าจากสูตร} \quad n &= \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= 384 \text{ คน} \end{aligned}$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้คือ 384 ตัวอย่าง และได้มีการสำรองไว้เพื่อการสูญเสียของแบบสอบถาม ทำให้ขนาดกลุ่มของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษานี้มีจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (สำหรับผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล) จำนวน 2 ด้านคือ ด้านสังคมและวัฒนธรรม และ ด้านผลิตภัณฑ์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert) จำนวน 24 ข้อ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (สำหรับผู้ที่ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล) จำนวน 2 ด้านคือ ด้านสังคมและวัฒนธรรม และ ด้านผลิตภัณฑ์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert) จำนวน 24 ข้อ

ส่วนที่ 4 ความต้องการสลากล็อตโต 6/49 จำนวน 7 ข้อ

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยการขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยนำแบบสอบถามไปแจกให้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ชุด แล้วขอคืนด้วยตนเอง ได้รับแบบสอบถามคืนมาจำนวน 200 ชุด และทำการแจกแบบสอบถามทางออนไลน์อีกจำนวน 200 ชุด ในช่วงเดือนมีนาคม 2561

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะถูกนำมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ทุกชุด และนำมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistics Package for the Social Sciences) เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ไคสแควร์ (Chi-Square Test) และใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1.1 แบบสอบถามตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำมาหาค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และนำเสนอในรูปแบบตาราง

1.2 แบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นมาตราส่วนแบบประเมินค่า (Rating Scale) ลักษณะของคำถามเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยแต่ละข้อมีตัวเลือกให้เลือก 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด สำหรับเกณฑ์ในการแปลความหมาย ใช้มาตรวัดตัวแปรที่ต้องวิเคราะห์เป็นช่วงตั้งแต่ 1 ถึง 5 คะแนน และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้

ระดับ	คะแนน
มากที่สุด	มีคะแนนเท่ากับ 5 คะแนน
มาก	มีคะแนนเท่ากับ 4 คะแนน
ปานกลาง	มีคะแนนเท่ากับ 3 คะแนน
น้อย	มีคะแนนเท่ากับ 2 คะแนน
น้อยที่สุด	มีคะแนนเท่ากับ 1 คะแนน

เกณฑ์ในการแปลความหมาย ได้กำหนดโดยขอบเขตคะแนน 1, 2, 3, 4 และ 5 แล้วแปลความหมายตามเกณฑ์ที่กำหนดดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด} / \text{จำนวนชั้น} \\ &= (5-1)/5 \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

$$\text{เกณฑ์ประเมิน} = \text{ระดับคะแนน} + 0.80$$

ค่าเฉลี่ย ระดับผลต่อการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

4.21-5.00	มีผลต่อการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลในระดับมากที่สุด
3.41-4.20	มีผลต่อการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลในระดับมาก
2.61-3.40	มีผลต่อการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลในระดับปานกลาง
1.81-2.60	มีผลต่อการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลในระดับน้อย
1.00-1.80	มีผลต่อการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลในระดับน้อยที่สุด

1.3 แบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ทำการวิเคราะห์เช่นเดียวกับแบบสอบถามตอนที่ 2

1.4 แบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สลากล็อตโต้ 6/49 วิเคราะห์โดยได้นำมาหาค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และนำเสนอในรูปแบบตาราง

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ได้ คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน ความต้องการผลิตภัณฑ์สลากล็อตโต้ 6/49 ใช้วิธีการทางเศรษฐมิติประมาณการโดยแบบจำลองโลจิต (Logit Model) เพื่ออธิบายความน่าจะเป็นในการซื้อสลากล็อตโต้ 6/49 แบบจำลองนี้ใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) ที่แสดงถึงการซื้อสลากล็อตโต้ 6/49 โดยมีค่าเป็น 0 หรือ 1 ซึ่งสามารถตอบคำถามโดยการประมาณค่าความน่าจะเป็น (Probability) ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 แทนโอกาสมากหรือน้อยในการซื้อสลากล็อตโต้ 6/49

บทที่ 4

ผลการศึกษา

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ความต้องการสลากล็อตโต้ของประชาชนผู้ซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความต้องการสลากล็อตโต้ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับขั้นตอนโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความต้องการสลากล็อตโต้ของประชาชนผู้ซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความต้องการสลากล็อตโต้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนมีนาคม 2561 โดยทำการแจกแบบสอบถาม¹ จำนวน 200 ชุด ได้รับแบบสอบถามคืนมาจำนวน 200 ชุดและทำการแจกแบบสอบถามทางออนไลน์อีกจำนวน 200 ชุดแล้วนำมาวิเคราะห์ ได้ผลวิเคราะห์ซึ่งสามารถอธิบายได้จากตาราง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	159	39.8
หญิง	241	60.3
รวม	400	100
2. สถานภาพ		
โสด	218	54.4

¹ ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการศึกษาเรื่อง ศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
2. สถานภาพ		
สมรส	163	40.8
หย่าร้าง /หม้าย	19	4.8
รวม	400	100
3. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	1	0.3
มากกว่า 21-30 ปี	145	36.3
มากกว่า 41-50 ปี	71	17.8
มากกว่า 51-60 ปี	45	11.3
มากกว่า 61 ปีขึ้นไป	24	6.0
รวม	400	100
4. ระดับการศึกษา		
ประถม	5	1.3
มัธยมต้น	20	5.0
มัธยมปลาย/ปวช.	34	8.5
ปวส./อนุปริญญา	28	7.0
ปริญญาตรี	252	63.0
ปริญญาโท/สูงกว่า	61	15.3
รวม	400	100
5. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	13	3.3
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	98	24.5
พนักงานบริษัทเอกชน	106	26.5
เจ้าของกิจการ	38	9.5
ค้าขาย	79	19.8
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	20	5.0
อื่นๆ	46	11.5
รวม	400	100

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน	33	8.3
10,000-20,000 บาท/เดือน	100	25.0
ระหว่าง 20,001-30,000 บาท/เดือน	109	27.3
ระหว่าง 30,001-40,000 บาท/เดือน	80	20.0
ระหว่าง 40,001-50,000 บาท/เดือน	32	8.0
ระหว่าง 50,001 บาท ขึ้นไป/เดือน	46	11.5
รวม	400	100

หมายเหตุ. จากการสุ่มโดยผู้วิจัย

จากตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 ตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงจำนวน 241 ตัวอย่าง เพศชายจำนวน 159 ตัวอย่าง อายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่างมากกว่า 21-30 ปี รองลงมาคือ มากกว่า 31-40 ปี และ มากกว่า 41-50 ปี จากระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท/สูงกว่า และ ระดับมัธยมปลาย/ปวช. ในด้านอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือ อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพค้าขาย และอาชีพอื่นๆ โดยจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท/เดือน รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท/เดือน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001-40,000 บาท/เดือน

4.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

จากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน สามารถจำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และกลุ่มที่ 2 กลุ่มตัวอย่างผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยแต่ละกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะข้อมูล ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มที่ 1 (ผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล)		กลุ่มที่ 2 (ผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ				
ชาย	115	42.1	44	34.6
หญิง	158	57.9	83	65.4
รวม	273	100	127	100
2. สถานภาพ				
โสด	141	51.6	77	60.6
สมรส	119	43.6	44	34.6
หย่าร้าง	9	3.3	4	3.1
หม้าย	4	1.5	2	1.6
รวม	273	100	127	100
3. อายุ				
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.0	1	0.8
มากกว่า 21-30 ปี	90	36.6	55	48.0
มากกว่า 31-40 ปี	82	27.8	32	22.8
มากกว่า 41-50 ปี	55	20.1	16	12.6
มากกว่า 51-60 ปี	30	11.0	15	11.8
มากกว่า 61 ปีขึ้นไป	16	4.4	8	3.9
รวม	273	100	127	100
4. ระดับการศึกษา				
ประถม	3	1.1	2	1.6
มัธยมต้น	18	6.6	2	1.6
มัธยมปลาย/ปวช.	27	9.9	7	5.5
ปวส./อนุปริญญา	21	7.7	7	5.5
ปริญญาตรี	161	59.0	91	71.7
ปริญญาโท/สูงกว่า	43	15.8	18	14.2
รวม	273	100	127	100

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มที่ 1 (ผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล)		กลุ่มที่ 2 (ผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
5. อาชีพ				
นักเรียน/นักศึกษา	6	2.2	7	5.5
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	70	25.6	28	22.0
พนักงานบริษัทเอกชน	76	27.8	30	23.6
เจ้าของกิจการ	26	9.5	12	9.4
ค้าขาย	55	20.1	24	18.9
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	14	5.1	6	4.7
อื่นๆ	26	9.5	20	15.7
รวม	273	100	127	100
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน	19	7.3	14	11.0
ระหว่าง 10,001-20,000 บาท/เดือน	60	24.5	40	31.5
ระหว่าง 20,001-30,000 บาท/เดือน	77	28.2	32	25.2
ระหว่าง 30,001-40,000 บาท/เดือน	65	21.2	15	11.8
ระหว่าง 40,001-50,000 บาท/เดือน	24	8.8	8	6.3
มากกว่า 50,001 บาท ขึ้นไป/เดือน	28	9.9	18	14.2
รวม	273	100	127	100
7. ความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยเฉลี่ย				
1-5 ใบ/เดือน	141	51.6	-	-
6-10 ใบ/เดือน	16	5.9	-	-
มากกว่า 10 ใบขึ้นไป/เดือน	11	4.0	-	-
ไม่ได้ซื้อเป็นประจำทุกเดือน	105	38.5	-	-
รวม	273	100	-	-

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มที่ 1 (ผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล)		กลุ่มที่ 2 (ผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
8. จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล				
น้อยกว่า 100 บาท/เดือน	77	28.2	-	-
100-500 บาท/เดือน	156	57.1	-	-
มากกว่า 500-1,000 บาท/เดือน	29	10.6	-	-
มากกว่า 1,000-5,000 บาท/เดือน	9	3.3	-	-
มากกว่า 5,000-10,000 บาท/เดือน	2	0.7	-	-
มากกว่า 10,000 บาท ขึ้นไป/เดือน	0	0.0	-	-
รวม	273	100	-	-
9. นอกจากการสลากกินแบ่งรัฐบาลแล้ว ท่านเสี่ยงโชคในรูปแบบใดบ้าง				
สลาก รกส. เพียงอย่างเดียว	2	0.7	2	1.6
สลาก รกส. และสลากออมสิน	10	3.7	4	3.1
สลาก รกส.และอื่นๆ	-	-	1	0.8
สลาก รกส. สลากออมสิน และหวยใต้ดิน	5	1.8	-	-
สลาก รกส. สลากออมสิน หวยใต้ดิน และอื่นๆ	1	0.4	-	-
สลาก รกส. และหวยใต้ดิน	2	0.7	-	-
สลากออมสินเพียงอย่างเดียว	29	10.6	25	19.7
สลากออมสิน และสลากต่างประเทศ	1	0.4	-	-
สลากออมสิน และหวยใต้ดิน	16	5.9	1	0.8
สลากออมสิน และอื่นๆ	1	0.4	-	-
สลากต่างประเทศ เพียงอย่างเดียว	-	-	1	0.8
หวยใต้ดิน เพียงอย่างเดียว	106	38.8	15	11.8
หวยใต้ดิน และสลากต่างประเทศ	1	0.4	-	-
หวยใต้ดิน และอื่นๆ	3	1.1	1	0.8
อื่นๆ	16	5.9	5	3.9
ไม่เสี่ยงโชครูปแบบอื่นเลย	80	29.3	72	56.7
รวม	273	100	127	100

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มที่ 1 (ผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล)		กลุ่มที่ 2 (ผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
10. นอกจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแล้ว ท่านเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นบ่อยแค่ไหน				
ต่ำกว่า 1 ครั้ง/เดือน	95	49.2	35	63.6
1-5 ครั้ง/เดือน	93	48.2	18	32.7
6-10 ครั้ง/เดือน	0	0.0	1	1.8
มากกว่า 10 ครั้งขึ้นไป/เดือน	5	2.6	1	1.8
รวม	193	100	55	100
11. จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นในแต่ละเดือน				
น้อยกว่า 100 บาท/เดือน	40	20.7	22	40.0
100-500 บาท/เดือน	86	44.6	19	34.5
มากกว่า 500-1,000 บาท/เดือน	36	18.7	6	10.9
มากกว่า 1,000-5,000 บาท/เดือน	13	6.7	2	3.6
มากกว่า 5,000-10,000 บาท/เดือน	8	4.1	2	3.6
มากกว่า 10,000 บาท ขึ้นไป/เดือน	10	5.2	4	7.3
รวม	193	100.0	55	100.0

หมายเหตุ. จากการสุรูปโดยผู้วิจัย

จากตารางที่ 4.2 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยสามารถอธิบายความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มได้ ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง พบว่า มีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล รวมทั้งสิ้นจำนวน 273 ตัวอย่าง โดยเป็นเพศหญิงจำนวน 158 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 57.9 จากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และเป็นเพศชายจำนวน 115 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 42.1 จากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 21-30 ปี รองลงมาคือ อายุมากกว่า 31-40 ปี และอายุมากกว่า 41-50 ปี ในด้านระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท/สูงกว่า และระดับมัธยมปลาย/ปวช. ด้านอาชีพกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือ อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพ

ค้าขาย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท/เดือน รองลงมาคือ ช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001-40,000 บาท/เดือน และช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท/เดือน ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 1-5 ใบ/เดือน รองลงมาคือ ไม่ได้ซื้อเป็นประจำทุกเดือน และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้เงินในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจำนวน 100-500 บาท/เดือน รองลงมาคือ จำนวนน้อยกว่า 100 บาท/เดือน ด้านการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเสี่ยงโชคในรูปแบบหวยใต้ดินเพียงอย่างเดียว มากที่สุด รองลงมาคือ ไม่มีการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นเลยและสลากออมสินเพียงอย่างเดียว ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆ ต่ำกว่า 1 ครั้ง/เดือน รองลงมาคือ 1-5 ครั้ง/เดือน และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้เงินในการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆ จำนวน 100-500 บาท/เดือน รองลงมาคือ จำนวนน้อยกว่า 100 บาท/เดือน

กลุ่มที่ 2 ผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง พบว่า มีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล รวมทั้งสิ้นจำนวน 127 ตัวอย่าง โดยเป็นเพศหญิงจำนวน 83 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 65.4 จากกลุ่มตัวอย่างผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และเป็นเพศชายจำนวน 44 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 34.6 จากกลุ่มตัวอย่างผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 21-30 ปี รองลงมาคือ อายุมากกว่า 31-40 ปี และ อายุมากกว่า 41-50 ปี ด้านระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท/สูงกว่า ด้านอาชีพกลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือ อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพค้าขาย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท/เดือน รองลงมาคือ ช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท/เดือน และช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001-40,000 บาท/เดือน จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลนั้น ส่วนใหญ่มีช่วงรายได้ที่ต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆ รองลงมาคือ สลากออมสินเพียงอย่างเดียวและหวยใต้ดินเพียงอย่างเดียวตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆ ต่ำกว่า 1 ครั้ง/เดือน รองลงมาคือ 1-5 ครั้ง/เดือน และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้เงินในการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆ จำนวน 100-500 บาท/เดือน รองลงมาคือ น้อยกว่า 100 บาท/เดือน ซึ่งต่างจากกลุ่มผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเล่นหวยใต้ดินมากที่สุด

ตารางที่ 4.3 เปรียบเทียบความต้องการซื้อ/ไม่ต้องการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลกับอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

		สลากกินแบ่งรัฐบาล		
		ผู้ไม่ซื้อ	ผู้ซื้อ	
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	จำนวน	7	6
		ร้อยละ (จากอาชีพ)	53.8	46.2
		ร้อยละ (จากการซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งฯ)	5.5	2.2
		ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	1.8	1.5
	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	จำนวน	28	70
		ร้อยละ (จากอาชีพ)	28.6	71.4
		ร้อยละ (จากการซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งฯ)	22.0	25.6
		ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	7.0	17.5
	พนักงาน บริษัทเอกชน	จำนวน	30	76
		ร้อยละ (จากอาชีพ)	28.3	71.7
		ร้อยละ (จากการซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งฯ)	23.6	27.8
		ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	7.5	19.0
	เจ้าของกิจการ	จำนวน	12	26
		ร้อยละ (จากอาชีพ)	31.6	68.4
		ร้อยละ (จากการซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งฯ)	9.4	9.5
		ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	3.0	6.5
	ค้าขาย	จำนวน	24	55
		ร้อยละ (จากอาชีพ)	30.4	69.6
		ร้อยละ (จากการซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งฯ)	18.9	20.1
		ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	6.0	13.8
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	จำนวน	6	14
		ร้อยละ (จากอาชีพ)	30.0	70.0
		ร้อยละ (จากการซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งฯ)	4.7	5.1
		ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	1.5	3.5
	อื่นๆ	จำนวน	20	26
		ร้อยละ (จากอาชีพ)	43.5	56.5
		ร้อยละ (จากการซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งฯ)	15.7	9.5
		ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	5.0	6.5
รวม	จำนวน	127	273	
	ร้อยละ (จากอาชีพ)	31.8	68.3	
	ร้อยละ (จากการซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งฯ)	100.0	100.0	
	ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	31.8	68.3	

หมายเหตุ. จากการสุรูปโดยผู้วิจัย

จากตารางที่ 4.3 เปรียบเทียบความต้องการซื้อ/ไม่ต้องการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลกับอาชีพของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง โดยการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 คือ กลุ่มผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและกลุ่มผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล แล้วนำข้อมูลมาทำการแจกแจงแบบตารางไขว้ โดยเปรียบกับอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง ผลการสำรวจพบว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา เป็นอาชีพที่เดียวที่มีจำนวนผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมากกว่าผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยมีผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคิดเป็นร้อยละ 53.8 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพดังกล่าว และผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคิดเป็นร้อยละ 46.2 ซึ่งต่างจากอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพเจ้าของกิจการ อาชีพค้าขาย และอาชีพอื่นๆ ที่มีสัดส่วนจำนวนผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมากกว่าจำนวนผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคิดเป็นร้อยละ 71.4 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพดังกล่าว และผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคิดเป็นร้อยละ 28.6 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคิดเป็นร้อยละ 71.7 และผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคิดเป็นร้อยละ 28.3 อาชีพเจ้าของกิจการมีผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคิดเป็นร้อยละ 68.4 และผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคิดเป็นร้อยละ 31.6 อาชีพค้าขายมีผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคิดเป็นร้อยละ 69.6 และผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคิดเป็นร้อยละ 30.4 และสุดท้ายอาชีพอื่นๆมีผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคิดเป็นร้อยละ 56.5 และผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคิดเป็นร้อยละ 43.5

ตารางที่ 4.4 เปรียบเทียบความต้องการซื้อ/ไม่ต้องการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลกับรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

		สลากกินแบ่งรัฐบาล		
		ผู้ไม่ซื้อ	ผู้ซื้อ	
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน	จำนวน	14	19
		ร้อยละ (จากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)	42.4	57.6
		ร้อยละ (จากการซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งฯ)	11.0	7.0
		ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	3.5	4.8
	ระหว่าง 10,001-20,000 บาท/เดือน	จำนวน	40	60
		ร้อยละ (จากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)	40.0	60.0
		ร้อยละ (จากการซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งฯ)	31.5	22.0
		ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	10.0	15.0
	ระหว่าง 20,001-30,000 บาท/เดือน	จำนวน	32	77
		ร้อยละ (จากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)	29.4	70.6
		ร้อยละ (จากการซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งฯ)	25.2	28.2
		ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	8.0	19.3
	ระหว่าง 30,001-40,000 บาท/เดือน	จำนวน	15	65
		ร้อยละ (จากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)	18.8	81.3
		ร้อยละ (จากการซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งฯ)	11.8	23.8
		ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	3.8	16.3
	ระหว่าง 40,001-50,000 บาท/เดือน	จำนวน	8	24
		ร้อยละ (จากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)	25.0	75.0
		ร้อยละ (จากการซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งฯ)	6.3	8.8
		ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	2.0	6.0
	มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป/เดือน	จำนวน	18	28
		ร้อยละ (จากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)	39.1	60.9
		ร้อยละ (จากการซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งฯ)	14.2	10.3
		ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	4.5	7.0
รวม	จำนวน	127	273	
	ร้อยละ (จากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)	31.8	68.3	
	ร้อยละ (จากการซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งฯ)	100.0	100.0	
	ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	31.8	68.3	

หมายเหตุ. จากการสุรูปโดยผู้วิจัย

จากตารางที่ 4.4 เปรียบเทียบความต้องการซื้อ/ไม่ต้องการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลกับ รายได้ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง โดยการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 คือ กลุ่มผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและกลุ่มผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล แล้วนำข้อมูลมาทำการแจกแจงแบบตารางไขว้ โดยเปรียบกับช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง ผลการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่า เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่เพิ่มขึ้นจากช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน เพิ่มมากขึ้นจนถึงระดับช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท/เดือน จะมีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น โดยจากช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน มีผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคิดเป็นร้อยละ 57.6 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ในช่วงดังกล่าว ในขณะที่ช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท/เดือน และระหว่าง 20,001-30,000 บาท/เดือน มีผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคิดเป็นร้อยละ 71.4 และ 71.7 จากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ในแต่ละช่วงตามลำดับ สัดส่วนของผู้ซื้อสลากกินแบ่งจำแนกตามกลุ่มรายได้มีค่าสูงสุด เมื่อระดับรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในช่วงระหว่าง 30,000 – 40,000 บาท/เดือน โดยผลการสำรวจพบว่าสัดส่วนอยู่ที่ระดับร้อยละ 81.3 แต่อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับช่วงรายได้ที่สูงเกินกว่า 40,000 บาทเป็นต้นไป จะพบว่า เริ่มมีการปรับตัวลดลงไปที่ระดับ ร้อยละ 75 สำหรับกลุ่มรายได้ระหว่าง 40,001-50,000 บาท/เดือน และร้อยละ 60.9 สำหรับกลุ่มที่รายได้สูงเกินกว่า 50,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป ระดับร้อยละ 60.9 ซึ่งเป็นระดับร้อยละที่ใกล้เคียงกันกับระดับร้อยละของผู้ซื้อสลากกินแบ่งเมื่อระดับรายได้ในช่วงที่ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน จากข้อมูลชี้ให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมที่เป็นไปตามกฎแห่งการลดน้อยถอยลงของอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม (Law of Diminishing Marginal Utility) โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท/เดือน เป็นต้นไปจนถึงช่วงรายได้ระหว่าง 30,000 – 40,000 บาท จะมีจำนวนผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งเมื่อถึงช่วงรายได้ระหว่าง 40,001-50,000 บาท/เดือน ที่อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มจากการบริโภคสลากกินแบ่งรัฐบาลในหน่วยหลังๆของกลุ่มตัวอย่างเริ่มลดลงตามลำดับ จึงส่งผลให้จำนวนผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมีจำนวนลดลงเรื่อยๆ

ตารางที่ 4.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	กลุ่มที่ 1 (ผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล)		
	Mean	S.D.	การแปลผล
ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม			
1. ต้องการเงินรางวัล	4.52	0.7023	มากที่สุด
2. ชื่นชอบการเสี่ยงโชค	3.27	0.9470	ปานกลาง
3. มีความต้องการซื้อโดยส่วนตัว	3.41	1.0399	มาก
4. บุคคลคนรอบๆ ตัวซื้อ จึงต้องการซื้อบ้าง	2.85	1.1213	ปานกลาง
5. ความเคยชินในการซื้อ จึงซื้อเป็นประจำ	2.86	1.0269	ปานกลาง
6. ต้องการช่วยเหลือผู้พิการ/ผู้มีรายได้น้อย	3.28	1.1894	ปานกลาง
7. สำนักงานสลากฯ นำเงินจากการจำหน่ายไปช่วยเหลือสังคม	3.22	1.1516	ปานกลาง
8. เชื่อในเรื่องโชคกลางและสิ่งศักดิ์สิทธิ์	3.09	1.1270	ปานกลาง
9. เทศกาล/วันสำคัญต่างๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	3.11	1.1151	ปานกลาง
10. เป็นของกำนัลในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น งานเลี้ยงปีใหม่	2.65	1.1239	ปานกลาง
11. ไม่กระทบต่อสถานะการเงินของตนเอง/ครอบครัว	3.45	1.0819	มาก
12. ผู้ซื้อมีความเชื่อจะถูกรางวัล ในการซื้อแต่ละครั้ง	3.58	0.8157	มาก
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์			
13. กติกา/วิธีการเล่นสามารถเข้าใจได้ง่าย	4.00	0.9488	มาก
14. เลขที่ถูกกำหนดมา ทำให้มีความสะดวกในการซื้อ	3.61	0.7764	มาก
15. เงื่อนไขเงินรางวัลสามารถเข้าใจได้ง่าย	3.94	0.7878	มาก
16. เข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่าย เพราะมีผู้ขายจำนวนมาก	4.03	0.9695	มาก
17. ราคาสลากฯที่จำหน่ายราคาปกติ (80 บาท) ไม่สูงมาก	3.55	1.1300	มาก
18. มีความยินดีที่จะซื้อ สลากฯที่จำหน่ายเกินราคา	2.66	1.0537	ปานกลาง
19. กระบวนการออกรางวัลมีความโปร่งใส ยุติธรรม	3.53	1.2244	มาก
20. คาดหวังเพียงเงินรางวัลที่ 1	3.12	1.0537	ปานกลาง
21. คาดหวังเงินรางวัลอื่นๆ ที่ไม่ใช่เงินรางวัลที่ 1	3.79	1.2244	มาก
22. ความสะดวกในการขึ้นเงินรางวัลตามสถานที่ต่างๆ	3.60	0.9461	มาก
23. รูปแบบสลาก (กระดาษใบ) มีความสวยงาม/ทันสมัย	3.34	1.0595	ปานกลาง
24. รูปแบบสลาก (กระดาษใบ) มีความสะดวกในการซื้อ	3.50	0.9398	มาก

หมายเหตุ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย

ตารางที่ 4.6 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	กลุ่มที่ 2 (ผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล)		
	Mean	S.D.	การแปลผล
ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม			
1. ไม่มีความชอบในเรื่องของการเสี่ยงโชค	3.59	1.1081	มาก
2. เป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่า	3.91	1.0870	มาก
3. มีความสนใจในการลงทุนในด้านอื่นๆ เช่น หุ้น พันธบัตร	3.54	1.1530	มาก
4. ไม่มีความเชื่อในเรื่องเลขเด็ด/เลขดัง	3.84	1.1980	มาก
5. มีทัศนคติด้านลบต่อการดำเนินงานของสำนักงานสลากฯ	2.94	1.2235	ปานกลาง
6. มีความชื่นชอบการเสี่ยงโชคประเภทอื่นมากกว่า	2.77	1.2922	ปานกลาง
7. บุคคลคนรอบๆ ตัวไม่ซื้อ จึงไม่มีความต้องการซื้อ	3.04	1.2176	ปานกลาง
8. ผลกระทบต่อสถานการณ์เงินของตนเอง/ครอบครัว	2.57	1.2057	ปานกลาง
9. การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมีโอกาสที่จะถูกรางวัลน้อย	3.44	1.3955	มาก
10. ไม่สนับสนุนให้ผู้พิการ/ผู้มีรายได้น้อยจำหน่ายสลากฯ	2.64	1.2323	น้อย
11. การซื้อสลากฯ ก่อให้เกิดการซื้อที่เพิ่มมากขึ้นในงวดถัดไป	3.05	1.2009	มาก
12. การซื้อสลากฯ จะนำไปสู่การพนันชนิดอื่นๆ	3.35	1.2810	ปานกลาง
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์			
13. ไม่มีความเข้าใจใน กติกา/วิธีการเล่น	2.50	1.2810	น้อย
14. ไม่สามารถเลือกเลขเองได้	2.89	1.1675	ปานกลาง
15. เงื่อนไขเงินรางวัลมีความซับซ้อน	2.54	1.2676	น้อย
16. สถานที่/ผู้จำหน่าย ไม่เอื้ออำนวยต่อการซื้อ	2.64	1.1667	ปานกลาง
17. ราคาสลากที่จำหน่ายปกติ (80 บาท) สูงไป	3.04	1.2128	ปานกลาง
18. ราคาสลากมีความผันผวนตามกระแสนิยม	3.12	1.1437	ปานกลาง
19. กระบวนการออกรางวัลไม่มีความโปร่งใส (เลขลึกลับ)	3.06	1.1793	ปานกลาง
20. เงินรางวัลที่ 1 ไม่มีความจูงใจ	2.77	1.2708	ปานกลาง
21. เงินรางวัลอื่นๆ นอกจากรางวัลที่ 1 ไม่มีความจูงใจ	2.97	1.1831	ปานกลาง
22. ความไม่สะดวกในการขึ้นเงินรางวัลตามสถานที่ต่างๆ	2.83	1.1815	ปานกลาง
23. รูปแบบสลากฯ (กระดาษใบ) ไม่มีความสวยงาม/ทันสมัย	3.00	1.1485	ปานกลาง
24. รูปแบบสลากฯ (กระดาษใบ) ไม่มีความสะดวกในการซื้อ	2.90	1.1616	ปานกลาง

หมายเหตุ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย

ตารางที่ 4.5 และ ตารางที่ 4.6 แสดงผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณอย่างง่ายเพื่อทำความเข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งต่อการซื้อและไม่ซื้อสลากกินแบ่งของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 4.5 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ในด้านปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเนื่องจากต้องการเงินรางวัล ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีความเชื่อจะถูกรางวัลในการซื้อแต่ละครั้ง และการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลนั้นไม่กระทบต่อสถานะการเงินของตนเอง/ครอบครัว ในระดับมาก ส่วนด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับที่มาก ยกเว้นความยินดีที่จะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลที่กำหนดเกินราคา และรูปแบบสลากแบบกระดาษใบมีความสวยงาม/ทันสมัยที่อยู่ในระดับปานกลาง จึงอาจสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างตัวอย่างผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเนื่องจากต้องการเงินรางวัลมากที่สุด ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเหล่านี้มีความเชื่อจะถูกรางวัลในการซื้อแต่ละครั้ง และการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลนั้นไม่กระทบต่อสถานะการเงินของตนเอง/ครอบครัว โดยหากพิจารณาจากข้อมูลในตารางที่ 4.3 เปรียบเทียบความต้องการซื้อ/ไม่ต้องการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลกับรายได้ของกลุ่มตัวอย่างแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่างต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน ถึง ระหว่าง 20,001-30,000 บาท/เดือน และความยินดีซื้อสลากที่กำหนดเกินราคาของกลุ่มตัวอย่างนั้น อาจเป็นสาเหตุของการจำหน่ายสลากเกินราคาและการจำหน่ายสลากรวมชุดในราคาที่สูง ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลส่วนใหญ่ไม่ได้คาดหวังเพียงเงินรางวัลที่ 1 เท่านั้น และความสวยงามของผลิตภัณฑ์อาจไม่ส่งผลกระทบต่อความต้องการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

จากตารางที่ 4.6 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของกลุ่มตัวอย่างผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ในด้านปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลตัดสินใจไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีความชอบในเรื่องการเสี่ยงโชค มีความเห็นว่าเป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่า มีความสนใจในการลงทุนด้านอื่นๆ และการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลนั้นมีผลกระทบต่อสถานะการเงินของตนเอง/ครอบครัว และมีโอกาสที่จะถูกรางวัลน้อย อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นความไม่เข้าใจในกติกา/วิธีการเล่น และเงื่อนไขเงินรางวัลที่มีความซับซ้อนที่อยู่ในระดับน้อย จึงอาจสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างตัวอย่างผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลส่วนใหญ่ตัดสินใจไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเนื่องจาก เป็นกลุ่มผู้ที่ไม่มีความชอบในเรื่องการเสี่ยงโชคและเห็นว่าเป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่า แต่ยังคงมีความสนใจในการลงทุนในด้านอื่น อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลส่วนใหญ่มีความเข้าใจในกติกา/วิธีการเล่น และเงื่อนไขเงินรางวัลของสลากกินแบ่งรัฐบาล จึงอาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยในด้านสังคมและวัฒนธรรมอาจส่งผลกระทบต่อตัดสินใจไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของกลุ่มตัวอย่างผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลส่วนใหญ่มากกว่าปัจจัยในด้านผลิตภัณฑ์

4.3 การวิเคราะห์ความต้องการสลากลีตโต้ได้ของประชาชนผู้ซื้อ/ไม่ซื้อสลากลีตโต้แบ่งรัฐบาล และ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความต้องการสลากลีตโต้

4.3.1 การวิเคราะห์ความต้องการสลากลีตโต้ได้ของประชาชนผู้ซื้อ/ไม่ซื้อสลากลีตโต้แบ่งรัฐบาล

จากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 ตัวอย่าง สามารถจำแนกออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่ 3 กลุ่มตัวอย่างผู้ต้องการซื้อสลากลีตโต้ได้ และกลุ่มที่ 4 กลุ่มตัวอย่างผู้ไม่ต้องการซื้อสลากลีตโต้ได้ โดยแต่ละกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะข้อมูล ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ต้องการซื้อสลากลีตโต้ได้และผู้ที่ไม่ต้องการซื้อสลากลีตโต้ได้

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มที่ 3 (ผู้ซื้อสลากลีตโต้ได้)		กลุ่มที่ 4 (ผู้ไม่ซื้อสลากลีตโต้ได้)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ				
ชาย	99	41.1	60	37.7
หญิง	142	58.9	99	62.3
รวม	241	100.0	159	100.0
2. สถานภาพ				
โสด	126	52.3	92	57.9
สมรส	99	41.1	64	40.3
หย่าร้าง	11	4.6	2	1.3
หม้าย	5	2.1	1	0.6
รวม	241	100.0	159	100.0
3. อายุ				
ต่ำกว่า 20 ปี	1	0.41	0	0.00
มากกว่า 21-30 ปี	83	38.17	62	43.40
มากกว่า 31-40 ปี	68	26.56	46	25.79
มากกว่า 41-50 ปี	49	20.75	22	13.21
มากกว่า 51-60 ปี	27	11.20	18	11.32
มากกว่า 61 ปีขึ้นไป	13	2.90	11	6.29
รวม	241	100.00	159	100.00

ตารางที่ 4.7 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ต้องการซื้อสลากล็อตโต้และผู้ที่ไม่ต้องการซื้อสลากล็อตโต้
(ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มที่ 3 (ผู้ซื้อสลากล็อตโต้)		กลุ่มที่ 4 (ผู้ไม่ซื้อสลากล็อตโต้)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา				
ประถม	4	1.7	1	0.6
มัธยมต้น	15	6.2	5	3.1
มัธยมปลาย/ปวช.	23	9.5	11	6.9
ปวส./อนุปริญญา	15	6.2	13	8.2
ปริญญาตรี	145	60.2	107	67.3
ปริญญาโท/สูงกว่า	39	16.2	22	13.8
รวม	241	100.0	159	100.0
5. อาชีพ				
นักเรียน/นักศึกษา	6	2.5	7	4.4
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	60	24.9	38	23.9
พนักงานบริษัทเอกชน	62	25.7	44	27.7
เจ้าของกิจการ	22	9.1	16	10.1
ค้าขาย	47	19.5	32	20.1
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	12	5.0	8	5.0
อื่นๆ	32	13.3	14	8.8
รวม	241	100.0	159	100.0
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน	19	8.3	14	8.8
10,001-20,000 บาท/เดือน	53	24.9	47	29.6
ระหว่าง 20,001-30,000 บาท/เดือน	67	27.8	42	26.4
ระหว่าง 30,001-40,000 บาท/เดือน	55	19.9	25	15.7
ระหว่าง 40,001-50,000 บาท/เดือน	19	7.9	13	8.2
มากกว่า 50,001 บาท ขึ้นไป/เดือน	28	11.2	18	11.3
รวม	241	100.0	159	100.0

ตารางที่ 4.7 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ต้องการซื้อสลากล็อตโต้และผู้ที่ไม่ต้องการซื้อสลากล็อตโต้ (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มที่ 3 (ผู้ซื้อสลากล็อตโต้)		กลุ่มที่ 4 (ผู้ไม่ซื้อสลากล็อตโต้)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
7. ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือไม่				
ซื้อ	198	82.2	75	47.2
ไม่ซื้อ	43	17.8	84	52.8
รวม	241	100.0	159	100.0
8. ความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยเฉลี่ย				
1-5 ใบ/เดือน	110	55.6	31	41.3
6-10 ใบ/เดือน	14	7.1	2	2.7
มากกว่า 10 ใบขึ้นไป/เดือน	8	4.0	3	4.0
ไม่ได้ซื้อเป็นประจำทุกเดือน	66	33.3	39	52.0
รวม	198	100.0	75	100.0
9. จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล				
น้อยกว่า 100 บาท/เดือน	51	25.8	26	34.7
100-500 บาท/เดือน	119	60.1	37	49.3
มากกว่า 500-1,000 บาท/เดือน	19	9.6	10	13.3
มากกว่า 1,000-5,000 บาท/เดือน	8	4.0	1	1.3
มากกว่า 5,000-10,000 บาท/เดือน	1	0.5	1	1.3
มากกว่า 10,000 บาท ขึ้นไป/เดือน	0	0.0	0	0.0
รวม	198	100.0	75	100.0
10. นอกจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแล้ว ท่านเสี่ยงโชคในรูปแบบใดบ้าง				
สลาก ธกส.	2	0.8	2	1.3
สลาก ธกส., สลากออมสิน	10	4.1	4	2.5
สลาก ธกส., อื่นๆ	0	0.0	1	0.6
สลาก ธกส., สลากออมสิน, หวยใต้ดิน	4	1.7	1	0.6
สลาก ธกส., สลากออมสิน, หวยใต้ดิน, อื่นๆ	1	0.4	0	0.0
สลาก ธกส., หวยใต้ดิน	1	0.4	1	0.6
สลากออมสิน	30	12.4	24	15.1

ตารางที่ 4.7 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ต้องการซื้อสลากล็อตโต้และผู้ที่ไม่ต้องการซื้อสลากล็อตโต้
(ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มที่ 3 (ผู้ซื้อสลากล็อตโต้)		กลุ่มที่ 4 (ผู้ไม่ซื้อสลากล็อตโต้)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
10. นอกจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแล้ว ท่านเสี่ยงโชคในรูปแบบใดบ้าง				
สลากออมสิน, สลากต่างประเทศ	1	0.4	0	0.0
สลากออมสิน, หวยใต้ดิน	10	4.1	7	4.4
สลากออมสิน, อื่นๆ	1	0.4	0	0.0
สลากต่างประเทศ	0	0.0	1	0.6
หวยใต้ดิน	90	37.3	31	19.5
หวยใต้ดิน, สลากต่างประเทศ	1	0.4	0	0.0
หวยใต้ดิน, อื่นๆ	3	1.2	1	0.6
อื่นๆ	14	5.8	7	4.4
ไม่เสี่ยงโชครูปแบบอื่นเลย	73	30.3	79	49.7
รวม	241	100.0	159	100.0
11. นอกจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแล้ว ท่านเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นบ่อยแค่ไหน				
ต่ำกว่า 1 ครั้ง/เดือน	84	50.0	46	57.5
1-5 ครั้ง/เดือน	79	47.0	32	40.0
6-10 ครั้ง/เดือน	0	0.0	1	1.3
มากกว่า 10 ครั้งขึ้นไป/เดือน	5	3.0	1	1.3
รวม	168	100.0	80	100.0
12. จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นในแต่ละเดือน				
น้อยกว่า 100 บาท/เดือน	34	20.2	28	35.0
100-500 บาท/เดือน	75	44.6	27	33.8
มากกว่า 500-1,000 บาท/เดือน	30	17.9	13	16.3
มากกว่า 1,000-5,000 บาท/เดือน	14	8.3	2	2.5
มากกว่า 5,000-10,000 บาท/เดือน	7	4.2	4	5.0
มากกว่า 10,000 บาท ขึ้นไป/เดือน	8	4.8	6	7.5
รวม	168	100	80	100

หมายเหตุ. จากการสุ่มโดยผู้วิจัย

จากตารางที่ 4.7 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ต้องการซื้อสลากล็อตโต้และผู้ที่ไม่ต้องซื้อสลากล็อตโต้ โดยสามารถอธิบายความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มได้ ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 3 ผู้ที่ต้องการซื้อสลากล็อตโต้

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง พบว่า มีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ซื้อสลากล็อตโต้รวมทั้งสิ้นจำนวน 241 ตัวอย่าง โดยเป็นเพศหญิงจำนวน 142 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 58.9 จากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากล็อตโต้ และเป็นเพศชายจำนวน 99 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 41.1 จากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากล็อตโต้ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 21-30 ปี รองลงมาคือ อายุมากกว่า 31-40 ปี และอายุมากกว่า 41-50 ปี ด้านระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท/สูงกว่าและระดับมัธยมปลาย/ปวช. ด้านอาชีพกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือ อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพค้าขาย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท/เดือน รองลงมาคือ ช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001-40,000 บาท/เดือน และช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท/เดือน ทั้งนี้จากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากล็อตโต้ทั้งหมดมีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจำนวน 198 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 82.2 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากล็อตโต้ และเป็นผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจำนวน 43 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 17.8 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากล็อตโต้ โดยกลุ่มที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 1-5 ใบ/เดือน รองลงมาคือ ไม่ได้ซื้อเป็นประจำทุกเดือน และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้เงินในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจำนวน 100-500 บาท/เดือน รองลงมาคือ จำนวนน้อยกว่า 100 บาท/เดือน ในด้านการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเสี่ยงโชคในรูปแบบหวยใต้ดินเพียงอย่างเดียวมากที่สุด รองลงมาคือ ไม่มีการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆ และสลากออมสินเพียงอย่างเดียวตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆ ต่ำกว่า 1 ครั้ง/เดือน รองลงมาคือ 1-5 ครั้ง/เดือน และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้เงินในการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆ จำนวน 100-500 บาท/เดือน รองลงมาคือ จำนวนน้อยกว่า 100 บาท/เดือน และจำนวนมากกว่า 500-1,000 บาท/เดือน

กลุ่มที่ 4 ผู้ไม่ต้องการซื้อสลากล็อตโต้

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง พบว่า มีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ไม่ซื้อสลากล็อตโต้รวมทั้งสิ้นจำนวน 159 ตัวอย่าง โดยเป็นเพศหญิงจำนวน 99 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 62.3 จากกลุ่มตัวอย่างผู้ไม่ซื้อสลากล็อตโต้ และเป็นเพศชายจำนวน 60 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 41.1 จากกลุ่มตัวอย่างผู้ไม่ซื้อสลากล็อตโต้ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 21-30 ปี รองลงมาคือ อายุมากกว่า 31-40 ปี และอายุมากกว่า 41-50 ปี ด้านระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ ระดับปริญญา

โท/สูงกว่า และระดับ ปวส./อนุปริญญา ด้านอาชีพกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือ อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพค้าขาย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท/เดือน รองลงมาคือ ช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท/เดือน และช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001-40,000 บาท/เดือน ทั้งนี้ จากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากล็อตโต้ทั้งหมดมีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจำนวน 75 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 47.2 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ไม่ซื้อสลากล็อตโต้ทั้งหมด และเป็นผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจำนวน 84 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 52.8 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ไม่ซื้อสลากล็อตโต้ทั้งหมด โดยกลุ่มที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลนั้นส่วนใหญ่ไม่ได้ซื้อสลากเป็นประจำทุกเดือน รองลงมาคือ 1-5 ใบ/เดือน และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้เงินในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจำนวน 100-500 บาท/เดือน รองลงมาคือ จำนวนน้อยกว่า 100 บาท/เดือน ด้านการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆ รองลงมาคือ หวายเป็นดินเพียงอย่างเดียว และสลากออมสินเพียงอย่างเดียวตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆ ต่ำกว่า 1 ครั้ง/เดือน รองลงมาคือ 1-5 ครั้ง/เดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้เงินในการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆ จำนวนน้อยกว่า 100 บาท/เดือน รองลงมาคือ จำนวนมากกว่า 100-500 บาท/เดือน

ตารางที่ 4.8 ความต้องการสลากล็อตโต้ของกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างผู้ต้องการซื้อสลากล็อตโต้ และผู้ไม่ต้องการซื้อสลากล็อตโต้

ผลิตภัณฑ์สลากล็อตโต้ 6/49	กลุ่มที่ 3 (ซื้อ) (ผู้ซื้อสลากล็อตโต้)		กลุ่มที่ 4 (ผู้ไม่ซื้อสลากล็อตโต้)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เหตุผลที่ท่านตัดสินใจ <u>ซื้อ</u> สลากล็อตโต้ 6/49				
กติกา/วิธีการเล่นง่าย	42	17.4	0	0.0
เงินรางวัลแจ๊คพอตที่สมทบในงวดถัดไป	75	31.1	0	0.0
โอกาสที่จะถูกรางวัลย่อย	60	24.9	0	0.0
อยากให้มีสลากรูปแบบใหม่ๆ	64	26.6	0	0.0
รวม	241	100.0	0	0.0
2. เหตุผลที่ท่านตัดสินใจ <u>ไม่ซื้อ</u> สลากล็อตโต้ 6/49				
กติกา/วิธีการเล่นซับซ้อน	0	0.0	37	23.3
เงินรางวัลย่อยถูกหารเฉลี่ยกับผู้ถูกรางวัลท่านอื่น	0	0.0	52	32.7
โอกาสที่จะถูกรางวัลย่อยมีน้อย	0	0.0	55	34.6
มองว่าเป็นการมอมเมาประชาชน	0	0.0	15	9.4
รวม	0	0.0	159	100.0

ตารางที่ 4.8 ความต้องการสลากล็อตโต้ของกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างผู้ต้องการซื้อสลากล็อตโต้ และผู้ไม่ต้องการซื้อสลากล็อตโต้ (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์สลากล็อตโต้ 6/49	กลุ่มที่ 3 (ซื้อ) (ผู้ซื้อสลากล็อตโต้)		กลุ่มที่ 4 (ผู้ไม่ซื้อสลากล็อตโต้)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
3. หากท่านตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ 6/49 ท่านยินดีจะจ่ายเงินจำนวนมากที่สุดเพื่อซื้อสลากต่อไปในราคาเท่าใด				
20-50 บาท	86	35.7	58	36.5
50-80 บาท	78	32.4	53	33.3
80-100 บาท	61	25.3	37	23.3
100-150 บาท	16	6.6	11	6.9
รวม	241	100.0	159	100.0
4. หากเงินรางวัลแจ็กพอตสลากล็อตโต้ 6/49 มีมูลค่า 6 ล้านบาท (เท่ากับเงินรางวัลที่ 1 สลากกินแบ่งรัฐบาลในปัจจุบัน) ท่านจะตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ 6/49 หรือไม่				
ซื้อ	156	64.7	101	63.5
ไม่ซื้อ	85	35.3	58	36.5
รวม	241	100.0	159	100.0
5. (จากข้อมูลในข้อ 4.) ท่านจะตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ 6/49 เมื่อเงินรางวัลแจ็กพอตถูกสมทบมาอย่างต่อเนื่องแล้วอย่างน้อยกี่ครั้ง (ตัวอย่างเช่น หากไม่มีผู้ซื้อสลากถูกรางวัลติดต่อกันมา 3 งวดแล้วเงินรางวัลแจ็กพอตรวมของงวดปัจจุบันคือ 24 ล้านบาท)				
2-3 ครั้ง	40	47.1	31	53.4
4-5 ครั้ง	18	21.2	14	24.1
6-7 ครั้ง	9	10.6	6	10.3
มากกว่า 7 ครั้งขึ้นไป	18	21.2	7	12.1
รวม	85	100.0	58	100.0
6. ท่านคิดว่าจำนวนเงินรางวัลแจ็กพอตขั้นต่ำ ที่ทำให้ท่านตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ 6/49 ควรเป็นเท่าไร				
6 ล้านบาท (เท่ากับเงินรางวัลที่ 1 สลากกินแบ่งรัฐบาล)	15	17.6	18	31.0
มากกว่า 6 ล้าน-15 ล้านบาท	23	27.1	11	19.0
มากกว่า 15 ล้านบาท-25 ล้านบาท	13	15.3	9	15.5
มากกว่า 25 ล้านบาท-35 ล้านบาท	7	8.2	6	10.3
มากกว่า 35 ล้านบาท-45 ล้านบาท	11	12.9	4	6.9
มากกว่า 45 ล้านบาท ขึ้นไป	16	18.8	10	17.2
รวม	85	100.0	58	100.0

หมายเหตุ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย.

จากตารางที่ 4.8 แสดงความต้องการสลากลือตได้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ต้องการซื้อ สลากลือตได้และผู้ที่ไม่ต้องการซื้อสลากลือต โดยสามารถอธิบายความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างแต่ละ กลุ่มได้ ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 3 ผู้ที่ต้องการซื้อสลากลือตได้

กลุ่มตัวอย่างผู้ที่ต้องการซื้อสลากลือตได้ส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อสลากลือตได้เพราะ ต้องการเงินรางวัลแจ็กพ็อตที่สมทบในงวดถัดไปมากที่สุด รองลงมาคืออยากให้มีสลากรูปแบบใหม่ๆ และมีโอกาสที่จะถูกรางวัลย่อยตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความยินดีที่จะจ่ายเงินจำนวนมากที่สุด 20-50 บาท ในการซื้อสลากลือตต่อหนึ่งใบ รองลงมาคือ ยินดีที่จะจ่ายเงินจำนวน 50-80 บาท นอกจากนี้ หากเงินรางวัลแจ็กพ็อตสลากลือตได้มีมูลค่า 6 ล้านบาท หรือเทียบเท่ากับเงินรางวัล ที่ 1 สลากกินแบ่งรัฐบาล มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 156 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 64.7 ของกลุ่ม ตัวอย่างผู้ซื้อสลากลือตได้ ที่ยินดีจะซื้อสลากลือตได้ทันทีและกลุ่มตัวอย่างที่เหลืออีก 85 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 35.3 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากลือตได้ จะทำการตัดสินใจซื้อสลากลือตได้เมื่อมีการ สมทบเงินรางวัลแจ็กพ็อต 2-3 ครั้ง และเงินรางวัลแจ็กพ็อตมีมูลค่ามากกว่า 6 ล้าน – 15 ล้านบาท จึงอาจสรุปได้ว่า เงินรางวัลแจ็กพ็อตที่ถูกสมทบในงวดถัดไปนั้นสามารถจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความต้องการซื้อสลากลือตได้ แต่ทั้งนี้ หากพิจารณาจากตารางที่ 7 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ที่ต้องการซื้อสลากลือตได้และผู้ที่ไม่ต้องการซื้อสลากลือตได้ ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ที่ต้องการซื้อ สลากลือตได้โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลอยู่แล้ว ซึ่งหากมีผลิตภัณฑ์สลากรูปแบบใหม่ ออกมาจำหน่าย อาจส่งผลให้กลุ่มผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเดิมนั้นมีความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์สลาก รูปแบบใหม่ได้มากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ที่ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างผู้ที่ต้องการ ซื้อสลากลือตได้ส่วนใหญ่อาจนำราคาสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อเป็นราคาอ้างอิงในการกำหนดราคา สลากลือตได้ โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ต้องการซื้อสลากลือตได้ส่วนใหญ่ได้เลือกกำหนดราคาสลากลือตได้ (ความยินดีจ่ายเงินจำนวนมากที่สุดในการซื้อสลากลือตได้ต่อ 1 ใบ) ในราคาที่ต่ำกว่าราคาจำหน่าย สลากกินแบ่งรัฐบาล อีกทั้ง กลุ่มตัวอย่างผู้ที่ต้องการซื้อสลากลือตได้ส่วนใหญ่ทำการตัดสินใจซื้อ สลากลือตได้ทันทีหากเงินรางวัลแจ็กพ็อตสลากลือตได้นั้นมีมูลค่า 6 ล้านบาท หรือเทียบเท่ากับเงิน รางวัลที่ 1 ของสลากกินแบ่งรัฐบาล ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ทำการตัดสินใจซื้อสลากลือตได้หากเงิน รางวัลแจ็กพ็อตสลากลือตได้นั้นมีมูลค่า 6 ล้านบาทนั้น ส่วนใหญ่จะทำการตัดสินใจซื้อเมื่อเงิน รางวัลแจ็กพ็อตมีมูลค่ามากกว่าเงินรางวัลที่ 1 สลากกินแบ่งรัฐบาลประมาณ 2-3 เท่า

กลุ่มที่ 4 ผู้ที่ไม่ต้องการซื้อสลากลือตได้

กลุ่มตัวอย่างผู้ที่ไม่ต้องการซื้อสลากลือตได้ส่วนใหญ่ไม่มีความต้องการซื้อสลากลือตได้ เพราะมีความเห็นว่าโอกาสที่จะถูกรางวัลย่อยนั้นมีน้อย รองลงมาคือเงินรางวัลย่อยถูกหารเฉลี่ยกับ ผู้ถูกรางวัลท่านอื่น และกติกา/วิธีการเล่นมีความซับซ้อนตามลำดับ ทั้งนี้ เมื่อสอบถามถึงจำนวนเงิน

มากที่สุดที่กลุ่มตัวอย่างยินดีจ่ายหากจะทำการซื้อขายซื้อสลากล็อตโต้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความยินดีที่จะจ่ายเงินจำนวนมากที่สุด 20-50 บาทในการซื้อสลากล็อตโต้ต่อหนึ่งใบ รองลงมาคือ มีความยินดีจะจ่ายเงินจำนวนมากที่สุด 50-80 บาท นอกจากนี้ หากเงินรางวัลแจ็กพอตสลากล็อตโต้มีมูลค่า 6 ล้านบาท หรือเทียบเท่ากับเงินรางวัลที่ 1 สลากกินแบ่งรัฐบาล มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 101 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 63.5 ของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ซื้อสลากล็อตโต้ ที่ยินดีจะซื้อสลากล็อตโต้ทันทีและกลุ่มตัวอย่างที่เหลืออีก 58 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 36.5 ของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ซื้อสลากล็อตโต้ จะทำการตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้เมื่อมีการสมทบเงินรางวัลแจ็กพอตมาแล้วอย่างต่อเนื่องอย่างน้อย 2-3 ครั้ง และจำนวนเงินรางวัลแจ็กพอตควรมีมูลค่าอยู่ที่ 6 ล้านบาท หรือเทียบเท่ากับเงินรางวัลที่ 1 สลากกินแบ่งรัฐบาล จึงอาจสรุปได้ว่าจำนวนเงินรางวัลที่ได้รับนั้นมีผลกระทบต่อการศึกษาไม่ซื้อสลากล็อตโต้ของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ต้องการซื้อสลากล็อตโต้ส่วนใหญ่¹

¹เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ต้องการซื้อสลากล็อตโต้ส่วนใหญ่ นั้น ทำการตัดสินใจไม่ซื้อสลากล็อตโต้เพราะมีความเห็นว่าโอกาสที่จะถูกรางวัลย่อมมีน้อยและเงินรางวัลย่อมถูกหารเฉลี่ยกับผู้ถูกรางวัลท่านอื่น แต่กลุ่มตัวอย่างจะทำการตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ทันทีหากเงินรางวัลแจ็กพอตมีมูลค่า 6 ล้านบาทหรือเทียบเท่ากับเงินรางวัลที่ 1 ของสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งจำนวนเงินรางวัลดังกล่าวนี้เป็นเงินรางวัลแจ็กพอตที่ยังไม่ได้มีการเริ่มสมทบใดๆทั้งสิ้น นอกจากนี้ สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เหลือซึ่งเป็นกลุ่มที่ไม่ต้องการซื้อสลากล็อตโต้ส่วนน้อยที่ยังไม่ทำการตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ทันทีหากเงินรางวัลแจ็กพอตนั้นมีมูลค่า 6 ล้านบาทนั้น จะทำการตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้หากมีการสมทบเงินรางวัลแจ็กพอตมาแล้วอย่างต่อเนื่องอย่างน้อย 2-3 ครั้ง แต่กลับมีความเห็นว่าเงินรางวัลแจ็กพอตสลากล็อตโต้ควรมีมูลค่าอยู่ที่ 6 ล้านบาท ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ต้องการซื้อสลากล็อตโต้ อาจยังไม่มี ความเข้าใจในกติกา/วิธีการเล่นหรือการสะสมเงินรางวัลแจ็กพอตที่เพียงพอ จึงส่งผลกระทบต่อการศึกษาไม่ซื้อสลากล็อตโต้ของกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ อย่างไรก็ตาม หากกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ต้องการซื้อสลาก ล็อตโต้มีความเข้าใจในกติกา/วิธีการเล่นหรือการสะสมเงินรางวัลแจ็กพอตที่เพียงพอ อาจส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจที่เปลี่ยนแปลงไปจากผลการศึกษาในครั้งนี้ได้

ตารางที่ 4.9 จำนวนเงินมากที่สุดที่กลุ่มตัวอย่างยินดีจ่ายเพื่อซื้อสลากล็อตโต้ต่อไปโดยเปรียบเทียบกับรายได้

		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
		ต่ำกว่า 10,000 บาท/ เดือน	10,000- 20,000 บาท/ เดือน	ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท/ เดือน	ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาท/เดือน	ระหว่าง 40,0001 - 50,000 บาท/ เดือน	มากกว่า 50,001 บาท ขึ้น ไป/เดือน
จำนวนเงินมากที่สุดที่กลุ่มตัวอย่างมีความยินดีจ่ายในการซื้อสลากล็อตโต้	จำนวน	13	37	31	32	18	13
	ร้อยละ (จากความยินดีจ่าย)	9.0	25.7	21.5	22.2	12.5	9.0
	บาท	39.4	37.0	28.4	40.0	56.3	28.3
	ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	3.3	9.3	7.8	8.0	4.5	3.3
	จำนวน	8	33	43	23	6	18
	ร้อยละ (จากความยินดีจ่าย)	6.1	25.2	32.8	17.6	4.6	13.7
	บาท	24.2	33.0	39.4	28.8	18.8	39.1
	ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	2.0	8.3	10.8	5.8	1.5	4.5
	จำนวน	10	24	28	18	5	13
	ร้อยละ (จากความยินดีจ่าย)	10.2	24.5	28.6	18.4	5.1	13.3
	บาท	30.3	24.0	25.7	22.5	15.6	28.3
	ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	2.5	6.0	7.0	4.5	1.3	3.3
จำนวน	2	6	7	7	3	2	
ร้อยละ (จากความยินดีจ่าย)	7.4	22.2	25.9	25.9	11.1	7.4	
บาท	6.1	6.0	6.4	8.8	9.4	4.3	
ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	0.5	1.5	1.8	1.8	0.8	0.5	
รวม	จำนวน	33	100	109	80	32	46
ร้อยละ (จากความยินดีจ่าย)	8.3	25.0	27.3	20.0	8.0	11.5	
ร้อยละ (จากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	8.3	25.0	27.3	20.0	8.0	11.5	

หมายเหตุ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย

ตารางที่ 4.10 จำนวนครั้งที่เงินรางวัลแจ็กพ็อตถูกสมทบมาแล้วอย่างต่อเนื่อง เพื่อจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างทำการตัดตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ โดยเปรียบเทียบกับรายได้

		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
		ต่ำกว่า 10,000 บาท/ เดือน	10,000- 20,000 บาท/ เดือน	ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท/ เดือน	ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาท/ เดือน	ระหว่าง 40,0001 - 50,000 บาท/ เดือน	มากกว่า 50,001 บาท ขึ้นไป/ เดือน	
จำนวนครั้งที่เงินรางวัลแจ็กพ็อตถูกสมทบมาแล้วอย่างต่อเนื่อง	ซื้อตั้งแต่ 6 ล้าน บาท	จำนวน	20	58	83	52	17	27
		ร้อยละ (จากจำนวนครั้งที่สมทบ)	7.8	22.6	32.3	20.2	6.6	10.5
		ร้อยละ (จากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)	60.6	58.0	76.1	65.0	53.1	58.7
		ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	5.0	14.5	20.8	13.0	4.3	6.8
	23 ครั้ง	จำนวน	6	19	10	13	13	10
		ร้อยละ (จากจำนวนครั้งที่สมทบ)	8.5	26.8	14.1	18.3	18.3	14.1
		ร้อยละ (จากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)	18.2	19.0	9.2	16.3	40.6	21.7
		ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	1.5	4.8	2.5	3.3	3.3	2.5
	45 ครั้ง	จำนวน	3	8	9	8	2	2
		ร้อยละ (จากจำนวนครั้งที่สมทบ)	9.4	25.0	28.1	25.0	6.3	6.3
		ร้อยละ (จากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)	9.1	8.0	8.3	10.0	6.3	4.3
		ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	0.8	2.0	2.3	2.0	0.5	0.5
	6-7 ครั้ง	จำนวน	1	9	1	3	0	1
		ร้อยละ (จากจำนวนครั้งที่สมทบ)	6.7	60.0	6.7	20.0	0.0	6.7
		ร้อยละ (จากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)	3.0	9.0	0.9	3.8	0.0	2.2
		ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	0.3	2.30	0.3	0.8	0.0	0.3
	มากกว่า 7 ครั้ง	จำนวน	3	6	6	4	0	6
		ร้อยละ (จากจำนวนครั้งที่สมทบ)	12.0	24.0	24.0	16.0	0.0	24.0
		ร้อยละ (จากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)	9.1	6.0	5.5	5.0	0.0	13.0
		ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	0.8	1.5	1.5	1.0	0.0	1.5
รวม	จำนวน	33	100	109	80	32	46	
	ร้อยละ (จากจำนวนครั้งที่สมทบ)	8.3	25.0	27.3	20.0	8.0	11.5	
	ร้อยละ (จากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
	ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	8.3	25.0	27.3	20.0	8.0	11.5	

หมายเหตุ. จากการสุรูปโดยผู้วิจัย

ตารางที่ 4.11 เงินรางวัลแจ็กพ็อตขั้นต่ำที่กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้โดยเปรียบเทียบกับรายได้

		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
		ต่ำกว่า 10,000 บาท/ เดือน	10,000- 20,000 บาท/ เดือน	ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท/เดือน	ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาท/เดือน	ระหว่าง 40,0001 - 50,000 บาท/เดือน	มากกว่า 50,001 บาท ขึ้นไป/ เดือน	
จำนวนเงินรางวัลแจ็กพ็อตขั้นต่ำที่ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้	จำนวน	20	58	83	52	17	27	
	ซื้อตั้งแต่ 6							
	ล้านบาท	ร้อยละ (จากจำนวนเงินรางวัล)	7.8	22.6	32.3	20.2	6.6	10.5
		ร้อยละ (จากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)	60.6	58.0	76.1	65.0	53.1	58.7
		ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	5.0	14.5	20.8	13.0	4.3	6.8
	จำนวน	3	7	6	9	4	4	
	6 ล้าน							
	บาท	ร้อยละ (จากจำนวนเงินรางวัล)	9.1	21.2	18.2	27.3	12.1	12.1
		ร้อยละ (จากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)	9.1	7.0	5.5	11.3	12.5	8.7
		ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	0.8	1.8	1.5	2.3	1.0	1.0
	จำนวน	3	10	5	6	4	6	
	มากกว่า6-							
	15 ล้าน	ร้อยละ (จากจำนวนเงินรางวัล)	8.8	29.4	14.7	17.6	11.8	17.6
	บาท	ร้อยละ (จากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)	9.1	10.0	4.6	7.5	12.5	13.0
		ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	0.8	2.5	1.3	1.5	1.0	1.5
	จำนวน	2	8	5	4	2	1	
	มากกว่า15-							
	25 ล้าน	ร้อยละ (จากจำนวนเงินรางวัล)	9.1	36.4	22.7	18.2	9.1	4.5
	บาท	ร้อยละ (จากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)	6.1	8.0	4.6	5.0	6.3	2.2
		ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	0.5	2.0	1.3	1.0	0.5	0.3
	จำนวน	1	4	3	2	2	1	
	มากกว่า25-							
	35 ล้าน	ร้อยละ (จากจำนวนเงินรางวัล)	7.7	30.8	23.1	15.4	15.4	7.7
	บาท	ร้อยละ (จากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)	3.0	4.0	2.8	2.5	6.3	2.2
	ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	0.3	1.0	0.8	0.5	0.5	0.3	
จำนวน	1	6	1	5	0	2		
มากกว่า								
35-45 ล้าน	ร้อยละ (จากจำนวนเงินรางวัล)	6.7	40.0	6.7	33.3	0.0	13.3	
บาท	ร้อยละ (จากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)	3.0	6.0	0.9	6.3	0.0	4.3	
	ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	0.3	1.5	0.3	1.3	0.0	0.5	
จำนวน	3	7	6	2	3	5		
มากกว่า 45								
ล้าน	ร้อยละ (จากจำนวนเงินรางวัล)	11.5	26.9	23.1	7.7	11.5	19.2	
บาท	ร้อยละ (จากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)	9.1	7.0	5.5	2.5	9.4	10.9	
	ร้อยละ (จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด)	0.8	1.8	1.5	0.5	0.8	1.3	

หมายเหตุ. จากการสุรูปโดยผู้วิจัย

จากตารางที่ 4.9 แสดงการวิเคราะห์จำนวนเงินมากที่สุดที่กลุ่มตัวอย่างมีความยินดีจะจ่ายเพื่อซื้อสลากล็อตโต้ต่อไป โดยเปรียบเทียบกับรายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดเป็นจำนวนร้อยละ 36.0 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีความยินดีที่จะซื้อสลากล็อตโต้ในราคา 20-50 บาท รองลงมา จำนวนร้อยละ 32.8 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีความยินดีที่จะซื้อสลากล็อตโต้ในราคา 50-80 บาท แต่หากพิจารณาจากระดับรายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันนั้น กลับพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท/เดือนนั้น มีความต้องการซื้อสลากล็อตโต้ในราคา 50-80 บาท มากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 10.8 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ กลุ่มผู้มีรายได้มากกว่า 50,001 บาท/ขึ้นไป ซึ่งมีความต้องการซื้อสลากล็อตโต้ในราคา 50-80 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.5 จากกลุ่มตัวอย่าง จึงอาจสรุปได้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันนั้น ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ต่อไปในราคาที่เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากในแต่ละระดับรายได้นั้น ยังคงมีการตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ในราคาที่ใกล้เคียงกับราคาจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล (ปัจจุบันจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลในราคา 80 บาทต่อไป)

จากตารางที่ 4.10 แสดงการวิเคราะห์จำนวนครั้งที่เงินรางวัลแจ็กพ็อตสลากล็อตโต้ถูกสมทบมาแล้วอย่างน้อยกี่ครั้ง เพื่อที่จะสามารถจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างทำการตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้โดยเปรียบเทียบกับรายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง พบว่า หากเงินรางวัลแจ็กพ็อตนั้นมีมูลค่า 6 ล้านบาท หรือเทียบเท่ากับเงินรางวัลที่ 1 จากสลากกินแบ่งรัฐบาล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 64.3 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จะทำการตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ทันที โดยไม่ต้องรอให้มีการสมทบเงินรางวัล กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้เดิมเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้อยู่แล้ว และอีกกลุ่มคือ กลุ่มตัวอย่างที่เดิมไม่ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ ซึ่งส่วนใหญ่จะทำการตัดสินใจซื้อหากเงินรางวัลแจ็กพ็อตนั้นถูกสมทบมาแล้วอย่างน้อย 2-3 ครั้ง หรือเงินรางวัลแจ็กพ็อตควรมีมูลค่าสูงกว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลประมาณ 2-3 เท่า คิดเป็นจำนวนร้อยละ 17.8 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้ หากพิจารณาจากระดับรายได้ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่าง จะพบว่า โดยเฉลี่ยแล้วแต่ละกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการที่ใกล้เคียงกันมาก กล่าวคือ จำนวนผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท/เดือน จนกระทั่งถึงผู้ที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท/เดือนนั้น มีจำนวนใกล้เคียงกันมากที่ต้องการให้เงินรางวัลแจ็กพ็อตถูกสมทบมาแล้วอย่างน้อย 2-3 ครั้ง จึงอาจสรุปได้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างที่มากขึ้นนั้น ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อกลุ่มตัวอย่างให้มีความต้องการเงินรางวัลแจ็กพ็อตที่ถูกสมทบเพิ่มมากขึ้น

จากตารางที่ 4.11 แสดงการวิเคราะห์จำนวนเงินรางวัลแจ็กพ็อตขั้นต่ำที่ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างทำการตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ โดยเปรียบเทียบกับรายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดเป็นจำนวนร้อยละ 64.3 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จะทำการ

ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ทันที หากเงินรางวัลแจ็กพอตมีมูลค่า 6 ล้านบาท หรือเทียบเท่ากับเงินรางวัลที่ 1 สลากกินแบ่งรัฐบาล กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้เดิมเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้อยู่แล้ว และอีกกลุ่มคือ กลุ่มตัวอย่างที่เดิมไม่ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ ซึ่งส่วนใหญ่จะทำการตัดสินใจซื้อหากเงินรางวัลแจ็กพอตนั้นมีมูลค่ามากกว่า 6-15 ล้านบาท คิดเป็นจำนวนร้อยละ 8.5 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และรองลงมาคือ กลุ่มที่จะทำการตัดสินใจซื้อหากเงินรางวัลแจ็กพอตนั้นมีมูลค่า 6 ล้านบาท ร้อยละ 8.3 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้ หากพิจารณาจากระดับรายได้ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่าง จะพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้นนั้น ไม่ได้ส่งผลต่อความต้องการเงินรางวัลแจ็กพอตขั้นต่ำที่เพิ่มมากขึ้น

4.3.2 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความต้องการสลากล็อตโต้

ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความต้องการสลากล็อตโต้ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ทำการออกแบบแบบสอบถาม และเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมีนาคม 2561 จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยการวิเคราะห์ปัจจัยที่ผลต่อความต้องการซื้อสลากล็อตโต้ จะทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในเชิง Binary Logistic Regression Model¹ ซึ่งสามารถเขียนรูปสมการถดถอยดังนี้

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \text{Gender} + \beta_2 \text{Status} + \beta_3 \text{Age} + \beta_4 \text{Education} + \beta_5 \text{Occupation} + \beta_6 \text{Income} + \beta_7 \text{Lotty} + \beta_8 \text{Frequency of lottery} + \beta_9 \text{Other lottery} + \beta_{10} \text{Amount of another}$$

ตารางที่ 4.12 แสดงชื่อตัวแปรและความหมายของตัวแปรแต่ละตัวในสมการ

ชื่อตัวแปร	ความหมาย	การแทนค่า
Y	ความต้องการสลากล็อตโต้	ต้องการซื้อ = 1 ไม่ต้องการซื้อ = 0
Gender	เพศ	ชาย = 1 หญิง = 0
Status	สถานภาพหย่าร้าง	0, 0

¹ภาคผนวก ค ตารางผลการคำนวณจากโปรแกรม SPSS

ตารางที่ 4.12 แสดงชื่อตัวแปรและความหมายของตัวแปรแต่ละตัวในสมการ (ต่อ)

ชื่อตัวแปร	ความหมาย	การแทนค่า
Status (1)	สถานภาพโสด	1, 0
Status (2)	สถานภาพสมรส	0, 1
Age	อายุ	
Education	การศึกษาระดับประถม	0, 0, 0, 0, 0
Education (1)	การศึกษาระดับมัธยมต้น	1, 0, 0, 0, 0
Education (2)	การศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช.	0, 1, 0, 0, 0
Education (3)	การศึกษาระดับ ปวส./อนุปริญญา	0, 0, 1, 0, 0
Education (4)	การศึกษาระดับปริญญาตรี	0, 0, 0, 1, 0
Education (5)	การศึกษาระดับปริญญาโท/สูงกว่า	0, 0, 0, 0, 1
Occupation	อาชีพนักเรียน/นักศึกษา	0, 0, 0, 0, 0, 0
Occupation (1)	อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	1, 0, 0, 0, 0, 0
Occupation (2)	อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน	0, 1, 0, 0, 0, 0
Occupation (3)	อาชีพเจ้าของกิจการ	0, 0, 1, 0, 0, 0
Occupation (4)	อาชีพค้าขาย	0, 0, 0, 1, 0, 0
Occupation (5)	อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน	0, 0, 0, 0, 1, 0
Occupation (6)	อาชีพอื่นๆ	0, 0, 0, 0, 0, 1
Income	รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน	0, 0, 0, 0, 0
Income (1)	รายได้อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท/เดือน	1, 0, 0, 0, 0
Income (2)	รายได้อยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท/เดือน	0, 1, 0, 0, 0
Income (3)	รายได้อยู่ระหว่าง 30,001-40,000 บาท/เดือน	0, 0, 1, 0, 0
Income (4)	รายได้อยู่ระหว่าง 40,001-50,000 บาท/เดือน	0, 0, 0, 1, 0
Income (5)	รายได้มากกว่า 50,001 บาท ขึ้นไป/เดือน	0, 0, 0, 0, 1
Lottery	การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	ซื้อ = 1 ไม่ซื้อ = 0
Frequency Lottery	ความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล : ผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	0, 0, 0, 0

ตารางที่ 4.12 แสดงชื่อตัวแปรและความหมายของตัวแปรแต่ละตัวในสมการ (ต่อ)

ชื่อตัวแปร	ความหมาย	การแทนค่า
Frequency Lottery (1)	ความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล : ไม่ได้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นประจำทุกเดือน	1, 0, 0, 0
Frequency Lottery (2)	ความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล : ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 1-5 ใบ/เดือน	0, 1, 0, 0
Frequency Lottery (3)	ความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล : ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 6-10 ใบ/เดือน	0, 0, 1, 0
BAAC	สลาก ธกส.	ซื้อ = 1 ไม่ซื้อ = 0
GSB	สลากออมสิน	ซื้อ = 1 ไม่ซื้อ = 0
Illegal Lottery	หวยใต้ดิน	ซื้อ = 1 ไม่ซื้อ = 0
Other type	การพนันอื่นๆ	ซื้อ = 1 ไม่ซื้อ = 0
Not buy another gamble	ไม่เสี่ยงโชคในรูปแบบอื่น	ซื้อ = 1 ไม่ซื้อ = 0
Amount for another	จำนวนเงินที่ใช้ในการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆ ในแต่ละเดือน มากกว่า 1,000 บาท ขึ้นไป/เดือน	0, 0, 0, 0
Amount for another (2)	จำนวนเงินที่ใช้ในการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆ ในแต่ละเดือน น้อยกว่า 100 บาท/เดือน	0, 1, 0, 0
Amount for another (3)	จำนวนเงินที่ใช้ในการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆ ในแต่ละเดือน ระหว่าง 100-500 บาท/เดือน	0, 0, 1, 0
Amount for another (4)	จำนวนเงินที่ใช้ในการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆ ในแต่ละเดือน ระหว่าง 500-1,000 บาท/เดือน	0, 0, 0, 1

หมายเหตุ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย

4.3.2.1 ค่าสัมประสิทธิ์และ Odd ratio ของตัวแปรที่ประมาณการได้จากแบบจำลอง

ในการศึกษานี้ทำการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของแบบจำลอง Binary logistic ตามวิธีการประมาณทางเศรษฐมิติมาตรฐานภายใต้กรอบ Maximum likelihood Estimation (MLE) โดยผลลัพธ์ของค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการประมาณแบบจำลองด้วยโปรแกรม SPSS ถูกแสดงไว้ในตารางที่ 4.13 ด้านล่าง

ตารางที่ 4.13 แสดงผลการวิเคราะห์สมการโดยโปรแกรม SPSS

ตัวแปร		ค่าสัมประสิทธิ์	Wald	ค่านัยสำคัญ	Odd Ratio
ตัวแปรตาม Y = 1 ผู้ซื้อสลากล็อตโต้ Y = 0 ผู้ไม่ซื้อสลากล็อตโต้					
ตัวแปรอิสระ					
Gender		-0.031	0.014	0.905	0.970
Status	Status (1)	-1.611	3.643	0.056	0.200
	Status (2)	-1.557	3.606	0.058	0.211
Age		-0.02	1.927	0.165	0.981
Education	Education (1)	-0.353	0.057	0.812	0.702
	Education (2)	-0.428	0.090	0.765	0.652
Education	Education (3)	-1.027	0.500	0.479	0.358
	Education (4)	-0.628	0.198	0.657	0.534
	Education (5)	-0.341	0.054	0.816	0.711
Occupation	Occupation (1)	-0.134	0.035	0.852	0.874
	Occupation (2)	-0.288	0.163	0.686	0.750
	Occupation (3)	-0.155	0.037	0.847	0.857
	Occupation (4)	-0.296	0.164	0.685	0.744
	Occupation (5)	0.087	0.009	0.924	1.091
	Occupation (6)	0.954	1.580	0.208	2.596
Income	Income (1)	-0.114	0.051	0.822	0.892
	Income (2)	0.301	0.315	0.575	1.351
	Income (3)	0.373	0.404	0.525	1.451
	Income (4)	0.079	0.013	0.910	1.082
	Income (5)	0.373	0.321	0.571	1.452
Lottery		1.650	4.359	0.037*	5.207
Frequency of lottery	Frequency of lottery (1)	-0.537	0.470	0.493	0.584
	Frequency of lottery (2)	0.348	0.198	0.656	1.417
	Frequency of lottery (3)	1.012	0.871	0.351	2.752
BAAC		0.167	0.105	0.746	1.182
GSB		-0.551	1.329	0.249	0.576
Illegal lottery		-0.32	0.397	0.529	0.726

ตารางที่ 4.13 แสดงผลการวิเคราะห์สมการโดยโปรแกรม SPSS (ต่อ)

ตัวแปร		ค่าสัมประสิทธิ์	Wald	ค่านัยสำคัญ	Odd Ratio
Other type		-0.425	0.459	0.498	0.654
Not buy another gamble		-1.003	2.133	0.144	0.367
Amount for another	Amount for another (2)	-0.509	1.007	0.316	0.601
	Amount for another (3)	0.213	0.193	0.661	1.238
	Amount for another (4)	-0.325	0.351	0.554	0.722
Constant		2.815	3.015	0.082	16.688

* แสดงถึงค่า p-value ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

หมายเหตุ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย

แบบจำลองที่คำนวณค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธีการ MLE ให้ผลลัพธ์ของค่าสถิติอยู่ในระดับที่น่าพอใจ โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ที่ประมาณการและถูกรายงานในตารางที่ 4.13 สามารถอธิบายและตีความจำแนกตามแต่ละตัวแปรได้ดังนี้

Gender จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Gender มีค่าเท่ากับ -0.031 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd Ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 0.97 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ซื้อที่เป็นเพศชายมีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตเตอรี่น้อยกว่าเพศหญิง 0.907 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Gender และ ค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Status (1) จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Status (1) มีค่าเท่ากับ -1.611 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd Ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 0.200 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ซื้อที่มีสถานภาพโสดมีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตเตอรี่น้อยกว่าผู้ที่มีสถานภาพหย่าร้าง 0.200 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Status (1) และ ค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Status (2) จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Status (2) มีค่าเท่ากับ -1.557 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd Ratio แล้วพบว่า

ค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 0.211 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ซื้อที่มีสถานะภาพสมรสมีโอกาที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้น้อยกว่าผู้ที่มีสถานภาพหย่าร้าง 0.211 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่าทำนายสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Status (2) และ ค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Age จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Age มีค่าเท่ากับ -0.02 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd Ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 0.981 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า เมื่ออายุเพิ่มขึ้น 1 ปี มีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ลดลง 0.981 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่าทำนายสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Age และ ค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Education (1) จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Education (1) มีค่าเท่ากับ -0.353 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd Ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 0.702 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมต้นมีโอกาที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้น้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับประถม 0.702 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่าทำนายสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Education (1) และ ค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Education (2) จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Education (2) มีค่าเท่ากับ -0.428 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd Ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 0.652 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช.มีโอกาที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้น้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับประถม 0.652 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่าทำนายสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Education (2) และ ค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Education (3) จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Education (3) มีค่าเท่ากับ -1.027 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd Ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 0.358 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับปวส./อนุปริญญา มีโอกาที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้น้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับประถม 0.702 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณา

จากค่านัยสำคัญที่คำนวณ ได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Education (3) และ ค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Education (4) จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Education (4) มีค่าเท่ากับ -0.628 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd Ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 0.534 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้น้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับประถม 0.534 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Education (4) และ ค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Education (5) จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Education (5) มีค่าเท่ากับ -0.341 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd Ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 0.711 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท/สูงกว่า มีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้น้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับประถม 0.711 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Education (4) และ ค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Occupation (1) จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Occupation (1) มีค่าเท่ากับ -0.314 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd Ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 0.874 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้น้อยกว่าผู้ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา 0.874 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Occupation (1) และ ค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Occupation (2) จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Occupation (2) มีค่าเท่ากับ -0.288 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd Ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 0.750 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้น้อยกว่าผู้ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา 0.750 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Occupation (2) และค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Occupation (3) จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Occupation (3) มีค่าเท่ากับ -0.155 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odds Ratio แล้วพบว่าค่า Odds Ratio มีค่าเท่ากับ 0.857 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ที่มีอาชีพเจ้าของกิจการมีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้น้อยกว่าผู้ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา 0.750 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาค่านัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Occupation (3) และ ค่า Odds Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Occupation (4) จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Occupation (4) มีค่าเท่ากับ -0.296 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odds Ratio แล้วพบว่าค่า Odds Ratio มีค่าเท่ากับ 0.744 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ที่มีอาชีพค้าขายมีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้น้อยกว่าผู้ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา 0.744 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่า นัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Occupation (4) และ ค่า Odds Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Occupation (5) จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Occupation (5) มีค่าเท่ากับ 0.087 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odds Ratio แล้วพบว่าค่า Odds Ratio มีค่าเท่ากับ 1.091 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้านมีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้มากกว่าผู้ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา 1.091 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่า นัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Occupation (5) และ ค่า Odds Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Occupation (6) จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Occupation (6) มีค่าเท่ากับ 0.954 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odds Ratio แล้วพบว่าค่า Odds Ratio มีค่าเท่ากับ 1.452 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ที่มีอาชีพอื่นๆมีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้มากกว่าผู้ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา 1.091 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่า นัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Occupation (6) และ ค่า Odds Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Income (1) จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Income (1) มีค่าเท่ากับ -0.114 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odds Ratio แล้วพบว่าค่า Odds Ratio มีค่าเท่ากับ 0.892 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียม

กัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท/เดือน มีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้น้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน 0.892 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Income (1) และค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Income (2) จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Income (2) มีค่าเท่ากับ 0.301 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 1.351 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท/เดือน มีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้มากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน 1.351 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Income (2) และค่า Odd ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Income (3) จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Income (3) มีค่าเท่ากับ 0.373 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd Ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 1.451 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาท/เดือน มีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้มากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน 1.451 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Income (3) และค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Income (4) จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Income (4) มีค่าเท่ากับ 0.079 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd Ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 1.082 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 40,001 - 50,000 บาท/เดือน มีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้มากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน 1.082 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาค่านัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Income (4) และค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Income (5) จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Income (5) มีค่าเท่ากับ 0.373 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 1.452 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 50,001 บาท ขึ้นไป/เดือน มีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้มากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน 1.452 เท่า อย่างไรก็ตาม

เมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Income (5) และ ค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Lottery จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Lottery มีค่าเท่ากับ 1.65 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd Ratio แล้วพบว่า ค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 5.207 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้มากกว่าผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 5.207 เท่า และเมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Lottery และ ค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Frequency Lottery (1) จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Frequency Lottery (1) มีค่าเท่ากับ -0.537 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd Ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 0.584 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ที่ไม่ได้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นประจำทุกเดือนมีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้น้อยกว่าผู้ที่ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 0.584เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Frequency Lottery (1) และ ค่า Odd ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Frequency Lottery (2) จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Frequency Lottery (2) มีค่าเท่ากับ 0.348 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 1.417 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 1-5 ใบ/เดือนมีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้มากกว่าผู้ที่ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 0.348 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Frequency Lottery (2) และ ค่า Odd ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Frequency Lottery (3) จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Frequency Lottery (3) มีค่าเท่ากับ 1.012 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 2.752 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 6-10 ใบ/เดือนมีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้มากกว่าผู้ที่ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 2.752 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Frequency Lottery (3) และ ค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

BAAC จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร BAAC มีค่าเท่ากับ 0.167 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd Ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 1.182 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ซื้อสลาก ๓๓. มีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้มากกว่าผู้ไม่ซื้อสลาก ๓๓. เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ BAAC และ ค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

GSB จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร GSB มีค่าเท่ากับ -0.551 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd Ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 0.576 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ซื้อสลากออมสินมีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้น้อยกว่าผู้ไม่ซื้อสลากออมสิน 0.576 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ GSB และ ค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Illegal lottery จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Illegal lottery มีค่าเท่ากับ -0.320 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd Ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 0.726 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ซื้อซื้อหวยใต้ดินมีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้น้อยกว่าผู้ไม่ซื้อหวยใต้ดิน 0.726 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Illegal lottery และ ค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Other type จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Other type มีค่าเท่ากับ -0.425 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd Ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 0.654 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ที่มีการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆมีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้น้อยกว่าผู้ไม่มีการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆ 0.654 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่านัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Other type และ ค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Not buy another gamble จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Not buy another gamble มีค่าเท่ากับ -1.003 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd Ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 0.367 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ที่ไม่มีการเสี่ยงโชคใน

รูปแบบอื่นๆเลยมีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้น้อยกว่าผู้มีการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆ 0.367 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่าค่านัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Not buy another gamble และ ค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Amount for another (2) จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Amount for another (2) มีค่าเท่ากับ -0.509 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd Ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 0.601 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ที่ใช้เงินในการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆในแต่ละเดือนจำนวนน้อยกว่า 100 บาท/เดือน มีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้น้อยกว่าผู้ที่ใช้เงินในการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆในแต่ละเดือนจำนวนมากกว่า 10,000 บาทขึ้นไป/เดือน 0.601 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่าค่านัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Amount for another (2) และ ค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Amount for another (3) จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Amount for another (2) มีค่าเท่ากับ 0.213 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd Ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 1.238 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ที่ใช้เงินในการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆในแต่ละเดือนระหว่าง 100-500 บาท/เดือน มีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้มากกว่าผู้ที่ใช้เงินในการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆในแต่ละเดือนจำนวนมากกว่า 10,000 บาทขึ้นไป/เดือน 1.238 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่าค่านัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Amount for another (3) และ ค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Amount for another (4) จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Amount for another (4) มีค่าเท่ากับ -0.325 เมื่อทำการแปลงค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวเพื่อคำนวณค่า Odd Ratio แล้วพบว่าค่า Odd Ratio มีค่าเท่ากับ 0.772 ซึ่งหมายถึง เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีความเท่าเทียมกัน จากข้อมูลในทางสถิติจะพบว่า ผู้ที่ใช้เงินในการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆในแต่ละเดือนระหว่าง 100-500 บาท/เดือน มีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ได้น้อยกว่าผู้ที่ใช้เงินในการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆในแต่ละเดือนจำนวนมากกว่า 10,000 บาทขึ้นไป/เดือน 0.772 เท่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากค่าค่านัยสำคัญที่คำนวณได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สำหรับ Amount for another (4) และ ค่า Odd Ratio ที่คำนวณได้ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.3.2.2 การทดสอบความเหมาะสมของสมการ (Goodness of Fit Model)

เมื่อพิจารณาความเหมาะสมของแบบจำลองโดยคำนึงเฉพาะความมีนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์ของแต่ละตัวแปรที่รายงานไว้ในส่วนที่ 3.2.1 จะเห็นว่า มีเพียงปัจจัยการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเท่านั้นมีนัยสำคัญในทางสถิติและมีความสมเหตุสมผลในการอธิบายความน่าจะเป็น การที่ตัวแปรที่นำมารวมเพื่อประมาณความสัมพันธ์ของแบบจำลองมีนัยสำคัญเพียงแค่ตัวแปรเดียวนั้นอาจชี้ให้เห็นว่าแบบจำลองไม่มีความเหมาะสมในมิติการเลือกตัวแปรเพื่อพิจารณาในแบบจำลอง อย่างไรก็ตาม หากเมื่อพิจารณาโดยภาพรวมของแบบจำลองที่ทำการประมาณค่าออกมาด้วยการทดสอบ Overall test ในรูปแบบต่างๆ พบว่า แบบจำลองทางสถิติที่นำมาประยุกต์ใช้นั้นสามารถอธิบายข้อมูลในทางได้ดีในระดับหนึ่ง

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบผลการทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลอง Binary Logistic Regression

Logistic regression	
Omnibus Tests of Model Coefficients	Sig. = 0.000 < 0.05
Model Summary	-2 Log likelihood = 447.231 Cox & Snell R Square = 0.202 Nagelkerke R Square = 0.274
Hosmer and Lemeshow Test	Sig. = 0.556 > 0.05
Classification Table	Overall Percentage = 70.5

หมายเหตุ. จากการสรุปโดยผู้วิจัย.

ตารางที่ 4.14 แสดงผลการทดสอบทางสถิติที่สำคัญที่นิยมใช้เพื่อพิจารณาความเหมาะสมโดยรวมของแบบจำลอง จากตารางพบว่า ค่า R-square ที่คำนวณได้จากวิธี Cox&Snell และ Nagelkerke มีค่าเท่ากับ 0.202 และ 0.274 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าแบบจำลองสามารถอธิบายพฤติกรรมของการซื้อสลากกินแบ่งได้ โดยรวมได้ที่ร้อยละ 20.2 และ ร้อยละ 27.4 ซึ่งเป็นระดับความสามารถในการอธิบายที่อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้เมื่อพิจารณาจากลักษณะของแบบจำลองที่ใช้อธิบายข้อมูลแบบภาคตัดขวาง

เมื่อพิจารณาความเหมาะสมของแบบจำลองจากค่าสัมประสิทธิ์โดยรวมด้วยค่าสถิติการทดสอบ F-statistic ตามวิธีการ Omnibus Tests of Model Coefficients พบว่า ค่าสถิติที่คำนวณได้ให้ค่า P-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงให้เห็นว่า แบบจำลองมีตัวแปรอย่างน้อยหนึ่งตัวที่สามารถอธิบายพฤติกรรมของการซื้อสลากกินแบ่งได้ ซึ่งผลลัพธ์การทดสอบที่โน้มเอียงไปในเชิงข้อสรุปที่แบบจำลองมีความเหมาะสมนี้ สอดคล้องกันกับผลการทดสอบที่ได้ตามวิธีการ

Hosmer and Lemeshow Test ที่ทำการเทียบเคียงกันระหว่างค่าพยากรณ์ความน่าจะเป็นที่คำนวณได้จากแบบจำลองและค่าพยากรณ์พยากรณ์ที่คำนวณได้จากความเป็นจริง โดยเมื่อคำนวณค่า Chi-square ตามการทดสอบ Hosmer and Lemeshow Test พบว่า ค่า Chi-square ที่คำนวณได้ชี้ให้เห็นว่า ความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ความน่าจะเป็นระหว่างแบบจำลองกับค่าจริงไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสรุปได้ว่าแบบจำลองที่นำเสนอในการศึกษานี้มีความเหมาะสมโดยรวมเช่นกัน¹



¹Omnibus Tests of Model Coefficients เป็นการทดสอบด้วยค่า F-statistic ที่มีการตั้งสมมติฐานหลักและสมมติฐานทางเลือกดังนี้

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 \dots \beta_8 = 0$ (ค่าสัมประสิทธิ์ทุกตัวแปรมีค่าเท่ากับศูนย์)

$H_1 : \text{at least } 1 \neq 0$ (ค่าสัมประสิทธิ์อย่างน้อยหนึ่งตัวมีค่าแตกต่างจากศูนย์)

Hosmer and Lemeshow Test เป็นการทดสอบด้วยค่า Chi-square ที่มีการตั้งสมมติฐานหลักและสมมติฐานทางเลือกดังนี้

$H_0 : \text{ความน่าจะเป็นจากแบบจำลอง เท่ากับ ความน่าจะเป็นตามข้อมูลจริง}$

$H_1 : \text{ความน่าจะเป็นจากแบบจำลอง ไม่เท่าเท่ากับ ความน่าจะเป็นตามข้อมูลจริง}$

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา

งานวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการเล่นพนัน กรณี สลากกินแบ่งรัฐบาลและสลากล็อตโต้ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงความต้องการสลากล็อตโต้ของประชาชนผู้ซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความต้องการสลากล็อตโต้ ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน และระยะเวลาในการศึกษาอยู่ในช่วงเดือนสิงหาคม 2560 ถึง พฤษภาคม 2561 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

5.1 สรุปผลการศึกษาและอภิปรายผล

สลากกินแบ่งรัฐบาล

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด มีช่วงอายุอยู่ระหว่างมากกว่า 21-30 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่างระหว่าง 20,001-30,000 บาท/เดือน ทั้งนี้ จากข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้ซื้อ/ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลชี้ว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมีจำนวนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

ด้านกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลให้เหตุผลว่า ต้องการเงินรางวัล มีความเชื่อจะถูกรางวัล และการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลนั้นไม่กระทบต่อสถานะการเงินของตนเอง/ครอบครัว โดยมีซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพียง 1-5 ครั้ง/เดือน และใช้เงินจำนวนเงิน 100-500 บาท/เดือน ในด้านการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆ มีการซื้อหวยใต้ดินมากที่สุด รองลงมาคือไม่เสี่ยงโชคในรูปแบบอื่น ทั้งนี้ จากการเปรียบเทียบการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลกับช่วงรายได้ของกลุ่มตัวอย่างชี้ว่า เมื่อรายได้มากขึ้นจะมีผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมากขึ้น จนถึงช่วงรายได้ที่มากกว่า 20,000-30,000 บาท/เดือน แต่เมื่อเริ่มมีรายได้ที่มากกว่า 30,000-40,000 บาท/เดือนขึ้นไป จำนวนผู้ที่ซื้อจะลดลงซึ่งสาเหตุอาจมาจากการสนใจในการลงทุนในด้านอื่นๆ เนื่องจากปัจจัยด้านอายุที่มากขึ้นจะมีจำนวนผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลลดลง

ด้านกลุ่มตัวอย่างผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลให้เหตุผลว่า ไม่มีความชอบในเรื่องการเสี่ยงโชค เป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่า การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลนั้นมีผลกระทบต่อสถานะการเงินของตนเอง/ครอบครัว และมีโอกาสที่จะถูกรางวัลน้อย ด้านการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆ กลุ่มตัวอย่าง

ส่วนใหญ่ไม่เสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆ รองลงมาคือสลากออมสิน โดยมีความถี่ในการซื้อต่ำกว่า 1 ครั้ง/เดือน และจำนวนเงินที่ใช้ในการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นๆอยู่ที่จำนวน 100-500 บาท/เดือน และจากการเปรียบเทียบการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลกับช่วงรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า จากช่วงระดับรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท/เดือนนั้น จนถึงช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 40,001-50,000 บาท/เดือน จะมีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลลดลง หรืออาจกล่าวได้ว่า เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีรายได้เพิ่มมากขึ้นจะมีการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมากขึ้น คล้ายกับกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล แต่หากยังคงมีความแตกต่างกันในด้านของช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนซึ่งอยู่ในช่วงที่แตกต่างกัน

สลากล็อตโต้

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด มีช่วงอายุอยู่ระหว่างมากกว่า 21-30 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ที่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท/เดือน โดยส่วนใหญ่เดิมเป็นกลุ่มผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ทั้งนี้จากข้อมูลด้านความต้องการสลากล็อตโต้ชี้ว่า กลุ่มตัวอย่างผู้มีความต้องการซื้อสลากล็อตโต้มีจำนวนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ไม่มีความต้องการซื้อสลากล็อตโต้

กลุ่มตัวอย่างผู้มีความต้องการซื้อสลากล็อตโต้ให้เหตุผลว่า ต้องการเงินรางวัลแจ็กพ็อตที่สมทบในงวดถัดไป และมีความยินดีที่จะจ่ายเงินจำนวนมากที่สุด 20-50 บาทต่อการซื้อสลากล็อตโต้ 1 ใบ โดยกลุ่มตัวอย่างผู้มีความต้องการซื้อสลากล็อตโต้ส่วนใหญ่จะทำการตัดสินใจซื้อทันทีโดยไม่ต้องรอให้มีการสมทบเงินรางวัลแจ็กพ็อต หากเงินรางวัลแจ็กพ็อตสลากล็อตโต้นั้นมีมูลค่า 6 ล้านบาท หรือเทียบเท่ากับเงินรางวัลที่ 1 สลากกินแบ่งรัฐบาล

กลุ่มตัวอย่างผู้ไม่มีความต้องการซื้อสลากล็อตโต้ให้เหตุผลว่า โอกาสที่จะถูกรางวัลย่อยมีน้อยและรางวัลย่อยถูกหารเฉลี่ยกับผู้ถูกรางวัลท่านอื่น แต่หากสอบถามถึงจำนวนเงินมากที่สุดที่กลุ่มตัวอย่างมีความยินดีที่จะจ่ายต่อการซื้อสลากล็อตโต้ 1 ใบ กลุ่มตัวอย่างผู้ไม่มีความต้องการซื้อสลากล็อตโต้ให้ส่วนใหญ่ยินดีจ่ายเงินมากที่สุดจำนวน 20-50 บาท ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะยังไม่ทำการตัดสินใจซื้อทันที หากเงินรางวัลแจ็กพ็อตสลากล็อตโต้นั้นมีมูลค่า 6 ล้านบาท หรือเท่ากับเงินรางวัลที่ 1 สลากกินแบ่งรัฐบาล โดยกลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีการสมทบเงินรางวัลแจ็กพ็อตมาแล้วอย่างน้อย 2-3 ครั้ง แต่กลับมีความเห็นว่า เงินรางวัลแจ็กพ็อตควรมีมูลค่า 6 ล้านบาท จึงอาจอธิบายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างอาจยังไม่มีความเข้าใจในกติกา/วิธีการเล่นที่เพียงพอ

ผลจากการสร้างแบบจำลองโดยใช้เครื่องมือทางสถิติ Logistic regression ของกลุ่มผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและกลุ่มผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่า แบบจำลองมีปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการซื้อสลากล็อตโต้ อย่างมีนัยสำคัญคือ ข้อมูลด้านการซื้อสลากกินแบ่ง

รัฐบาล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมีโอกาสจะเป็นผู้ซื้อสลากล็อตโต้ได้มากกว่ากลุ่มผู้ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆที่ประกอบในการศึกษา อาทิเช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ต่างล้วนแล้วไม่มีนัยสำคัญในการอธิบายความน่าจะเป็นของการซื้อสลากล็อตโต้

5.2 ข้อเสนอแนะ

สำหรับกลุ่มผู้ไม่มีความต้องการสลากล็อตโต้ ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า หากกลุ่มตัวอย่างนี้มีความเข้าใจในกติกา/วิธีการเล่นที่มากขึ้น อาจจะหันกลับมาซื้อสลากล็อตโต้ เพราะหากพิจารณาจากโอกาสที่จะถูกรางวัลย่อยของสลากล็อตโต้เปรียบเทียบกับสลากกินแบ่งรัฐบาลแล้วนั้น รางวัลย่อยของสลากกินแบ่งรัฐบาล รางวัลที่ 2 – รางวัลที่ 5 และรางวัลข้างเคียงรางวัลที่ 1 นั้น ผู้ที่ถูกรางวัลจะต้องมีเลขที่ถูกรางวัลทั้งหมด 6 หลักที่ตรงกับหมายเลขรางวัลที่ถูกประกาศ เช่นเดียวกับกับรางวัลเลขหน้า 3 ตัว รางวัลเลขท้าย 3 ตัว และรางวัลเลขท้าย 2 ตัว ผู้ที่ถูกรางวัลจะต้องมีเลขที่ถูกรางวัลทั้งหมด 3 หรือ 2 ตัว ที่ตรงกับหมายเลขรางวัลที่ถูกประกาศ ซึ่งแตกต่างจากรางวัลย่อยของสลากล็อตโต้ โดยผู้ที่ถูกรางวัลย่อยจะต้องมีหมายเลขที่ถูกรางวัลทั้งหมด 5 หลัก 4 หลัก หรือ 3 หลัก ที่ตรงกับหมายเลขรางวัลที่ถูกประกาศในแต่ละงวด โดยแต่หมายเลขสามารถสลับตำแหน่งกันได้ นอกจากนี้ หากพิจารณาจากตารางแสดงโอกาสที่จะถูกรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลและสลากล็อตโต้¹ จะพบว่าโอกาสที่จะถูกรางวัล 3 Number Winning ของสลากล็อตโต้นั้น มีมากกว่าโอกาสที่จะถูกรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลเลขหน้า 3 ตัว และรางวัลเลขท้าย 3 ตัว โดยสรุปแล้ว ผู้ประกอบการจึงควรกำหนดกติกา/วิธีการเล่น ที่ชัดเจน มีความน่าสนใจ หรืออาจมีการกำหนดกติกา/วิธีการเล่น ที่มีความใกล้เคียงกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีการจำหน่ายสลากล็อตโต้มาแล้ว เช่น ประเทศญี่ปุ่น เพื่อให้ผู้บริโภคคนไทยเกิดความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น ทั้งนี้เพราะสลากล็อตโต้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ที่ยังไม่เคยมีการจำหน่ายในประเทศไทยมาก่อน ผู้บริโภคคนไทยส่วนใหญ่จึงอาจยังไม่มี ความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์สลากล็อตโต้ที่ดีพอ

5.3 ปัญหาและข้อจำกัดในงานวิจัย

ข้อจำกัดด้านเวลา เนื่องจากผู้วิจัยมีเวลาในการจัดทำงานวิจัยที่จำกัด ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างถูกจัดเพียงแค่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ผลการวิจัยจึงไม่ครอบคลุมประชาชนในเขตพื้นที่ต่างจังหวัด ซึ่งอาจมีความต้องการที่แตกต่างจากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

¹ภาคผนวก ง ตารางคำนวณโอกาสถูกรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลและสลากล็อตโต้

ข้อจำกัดด้านเครื่องมือ เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลความต้องการสลากลีोटโต้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จึงอาจทำให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการผลิตภัณฑ์สลากลีोटโต้ของกลุ่มตัวอย่างได้ครบถ้วน ยกตัวอย่างเช่น ความเข้าใจในกติกา/วิธีการเล่นสลากลีोटโต้ ของกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ต้องการให้มีการสมทบเงินรางวัลมาแล้วอย่างน้อย 2-3 ครั้ง แต่กลับมีความเห็นว่าเงินรางวัลแจ็กพอตของสลากลีोटโต้ นั้นควรอยู่ที่ 6 ล้านบาท หรือเท่ากับเงินรางวัลที่ 1 ของสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งหากกลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจในกติกา/วิธีการเล่นสลากลีोटโต้ที่ถูกต้อง เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีต้องการให้มีการสมทบเงินรางวัลมาแล้วอย่างน้อย 2-3 ครั้ง จะส่งผลให้เงินรางวัลแจ็กพอตที่กลุ่มตัวอย่างต้องการควรอยู่ที่ประมาณ 12-18 ล้านบาท ทั้งนี้ อาจมีปัจจัยอื่นๆบางประการ ที่กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการ นอกเหนือจากตัวเลือกในแบบสอบถาม ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกคำตอบของกลุ่มตัวอย่างเหล่านี้ นอกจากนี้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าหากมีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติมเกี่ยวกับความต้องการสลากลีोटโต้ อาจจะทำให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากขึ้น



รายการอ้างอิง

หนังสือ

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2559). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Window*. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2551). *เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น เศรษฐศาสตร์สำหรับบุคคลทั่วไป*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วารุณี ตันติวังศ์วานิช และคณะ. (2552). *Principles of Marketing: หลักการตลาด ฉบับมาตรฐาน*. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- สังคีต พิริยะรังสรรค์ และคณะ. (2546). *เศรษฐกิจการพนัน : ทางเลือกเชิงนโยบาย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล.

บทความวารสาร

- สมประวิณ มั่นประเสริฐ. (2557). การศึกษาพฤติกรรมการพนันในประเทศไทย.
วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 8 (1), 37-39.

วิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ

- จินตนา แก้วชมเชย. (2550). *ความคิดเห็นของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อสลากออนไลน์ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, คณะบริหารธุรกิจ.
- ฐิติมน สือเสาวลักษณ์. (2556). *พฤติกรรมการซื้อหวยใต้ดินของประชาชนในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, คณะรัฐประศาสนศาสตร์.
- ทองธรรม กุมภีพงษ์. (2559). *การศึกษาความต้องการสลากรูปแบบใหม่ของประชาชนในเขตกรุงเทพฯ*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะเศรษฐศาสตร์, สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ.
- นันทพล ปิยะสุวรรณเดช. (2553). *การตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ของประชาชนบริเวณสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, คณะบริหารธุรกิจ.

- รัชญา ณ์ทวารานนท์. (2555). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชน ในเขตอำเภอหนองใหญ่ จังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, คณะรัฐศาสตร์.
- ศิริวรรณ ศิริวิชัย. (2546). ผลกระทบจากโครงการจำหน่ายหวยล็อตโตของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, คณะรัฐประศาสตร์.
- สรวิช สรณภาพงศ์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติต่อลอตเตอรี่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะบริหารธุรกิจ.
- ศิริวรรณ อวยชัย. (2556). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้บริโภค อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, คณะบริหารธุรกิจ.
- สุพรรณิกา รัตนกุล. (2548). พฤติกรรมการซื้อสลากเลขท้ายของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, คณะบริหารธุรกิจ.
- อัศรพล โฆษิตพล. (2556). ความคิดเห็นของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสลากกินแบ่งต่อการเกิดขึ้นของสลากออนไลน์ของรัฐบาล กรณีศึกษาของอำเภอพล จังหวัดขอนแก่น. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, คณะบริหารธุรกิจ.

เอกสารอื่นๆ

- สมประวิณ มั่นประเสริฐ. (2554). การศึกษาสถานการณ์ พฤติกรรม และผลกระทบการพนันในประเทศไทย : การศึกษาเชิงปริมาณด้วยแบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์. (รายงานการวิจัย). สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).

Articles

- Kahneman, D., & Amos Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47 (2), 263-292.
- Kahneman, D., & Amos Tversky, A. (1981). The Framing of Decisions and the Psychology of Choice. *Science New Series*, 211 (4481), 453-458.

Theses

Bakhtiar, F. (2011). *More Lottery tickets than milk and no money in the bank.*

(Bachelor Thesis). Economics, The University of Sydney.

Jongejans, M. (2010). *Advertising and Lottery Gambling Behavior.* (Bachelor Thesis).

International Business Administration, Universiteit VAN Tilburg.





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการศึกษา
เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเล่นพนัน กรณี สลากกินแบ่งรัฐบาลและสลากล็อตโต้
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานค้นคว้าอิสระเพื่อสำรวจพฤติกรรมการเล่นพนันกรณี สลากกินแบ่งรัฐบาลและสลากล็อตโต้ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ของนักศึกษาปริญญาโท คณะเศรษฐศาสตร์ สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

แบบสอบถามถูกแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (สำหรับผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (สำหรับผู้ที่ไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล)

ส่วนที่ 4 ผลลัพธ์สลากล็อตโต้ 6/49

ดังนั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่าน กรุณาตอบแบบสอบถามให้สมบูรณ์ ข้อมูลทั้งหมดที่ท่านตอบจะมีประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ และจะไม่มีผลกระทบต่อท่าน ขอขอบคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง () หรือข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. สถานภาพ

() โสด () สมรส () หย่าร้าง () หม้าย

3. อายุ _____ ปี

4. ระดับการศึกษา

() ประถม () มัธยมต้น () มัธยมปลาย/ปวช.

() ปวส./อนุปริญญา () ปริญญาตรี () ปริญญาโท/สูงกว่า

5. อาชีพ

- () นักเรียน/นักศึกษา () ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 () พนักงานบริษัทเอกชน () เจ้าของกิจการ
 () ค้าขาย () พ่อบ้าน/แม่บ้าน
 () อื่นๆ

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน () 10,000-20,000 บาท/เดือน
 () มากกว่า 20,000-30,000 บาท/เดือน () มากกว่า 30,000-40,000 บาท/เดือน
 () มากกว่า 40,000-50,000 บาท/เดือน () มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป/เดือน

7. ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือไม่

(หาก **ซื้อ** กรุณาทำเฉพาะตอนที่ 2 และ 4 หาก **ไม่ซื้อ** กรุณาทำเฉพาะตอนที่ 3 และ 4)

- () ซื้อ () ไม่ซื้อ (ข้ามไปข้อ 10.)

8. ความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยเฉลี่ย

- () 1-5 ใบ/เดือน () 6-10 ใบ/เดือน
 () มากกว่า 10 ใบขึ้นไป/เดือน () ไม่ได้ซื้อเป็นประจำทุกเดือน

9. จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

- () น้อยกว่า 100 บาท/เดือน () 100-500 บาท/เดือน
 () มากกว่า 500-1,000 บาท/เดือน () มากกว่า 1,000-5,000 บาท/เดือน
 () มากกว่า 5,000-10,000 บาท/เดือน () มากกว่า 10,000 บาท ขึ้นไป/เดือน

10. นอกจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแล้ว ท่านเสี่ยงโชคในรูปแบบใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () สลาก ธกส. () สลากออมสิน () หวยใต้ดิน () สลากต่างประเทศ
 () อื่นๆ (โปรดระบุ) () ไม่เสี่ยงโชครูปแบบอื่นเลย

11. นอกจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแล้ว ท่านเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นบ่อยแค่ไหน

- () ต่ำกว่า 1 ครั้ง/เดือน () 1-5 ครั้ง/เดือน
 () 6-10 ครั้ง/เดือน () มากกว่า 10 ครั้งขึ้นไป/เดือน

12. จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นในแต่ละเดือน

- () น้อยกว่า 100 บาท/เดือน () 100-500 บาท/เดือน
 () มากกว่า 500-1,000 บาท/เดือน () มากกว่า 1,000-5,000 บาท/เดือน
 () มากกว่า 5,000-10,000 บาท/เดือน () มากกว่า 10,000 บาท ขึ้นไป/เดือน

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (สำหรับ ผู้ซื้อ สลากกินแบ่งรัฐบาล)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่าน (เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ สลากกินแบ่งรัฐบาล	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม					
1. ต้องการเงินรางวัล					
2. ชื่นชอบการเสี่ยงโชค					
3. มีความต้องการซื้อโดยส่วนตัว					
4. บุคคลคนรอบๆ ตัวซื้อ จึงต้องการซื้อบ้าง					
5. ความเคยชินในการซื้อ จึงซื้อเป็นประจำ					
6. ต้องการช่วยเหลือผู้พิการ/ผู้มีรายได้น้อย					
7. สำนักงานสลากฯ นำเงินจากการ จำหน่ายไปช่วยเหลือสังคม					
8. เชื่อในเรื่องโชคกลางและสิ่งศักดิ์สิทธิ์					
9. เทศกาล/วันสำคัญต่างๆ มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อ					
10. เป็นของกำนัลในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น งานเลี้ยงปีใหม่					
11. ไม่กระทบต่อสถานะการเงินของตนเอง/ ครอบครัว					
12. ผู้ซื้อมีความเชื่อจะถูกรางวัล ในการซื้อ แต่ละครั้ง					
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
13. กติกา/วิธีการเล่นสามารถเข้าใจได้ง่าย					
14. เลขที่ถูกกำหนดมา ทำให้มีความสะดวก ในการซื้อ					
15. เงื่อนไขเงินรางวัลสามารถเข้าใจได้ง่าย					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ สลากกินแบ่งรัฐบาล	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
16. เข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่าย เพราะมีผู้ขาย จำนวนมาก					
17. ราคาสลากที่จำหน่ายราคาปกติ (80 บาท) ไม่สูงมาก					
18. มีความยินดีที่จะซื้อ สลากที่จำหน่าย เกินราคา					
19. กระบวนการออกรางวัลมีความโปร่งใส ยุติธรรม					
20. คาดหวังเพียงเงินรางวัลที่ 1					
21. คาดหวังเงินรางวัลอื่นๆ ที่ไม่ใช่เงิน รางวัลที่ 1					
22. ความสะดวกในการขึ้นเงินรางวัลตาม สถานที่ต่างๆ					
23. รูปแบบสลาก (กระดาษใบ) มีความ สวยงาม/ทันสมัย					
24. รูปแบบสลาก (กระดาษใบ) มีความ สะดวกในการซื้อ					

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการไม่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (สำหรับผู้ที่ ไม่ซื้อ สลากกินแบ่งรัฐบาล)
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่าน (เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกิน แบ่งรัฐบาล	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม					
1. ไม่มีความชอบในเรื่องของการเสี่ยงโชค					
2. เป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่า					
3. มีความสนใจในการลงทุนในด้านอื่นๆ เช่น หุ้น พันธบัตร					
4. ไม่มีความเชื่อในเรื่องเลขเด็ด/เลขดัง					
5. มีทัศนคติด้านลบต่อการดำเนินงานของ สำนักงานสลากฯ					
6. มีความชื่นชอบการเสี่ยงโชคประเภทอื่น มากกว่า					
7. บุคคลคนรอบๆ ตัวไม่ซื้อ จึงไม่มีความ ต้องการซื้อ					
8. ผลกระทบต่อสถานการณ์เงินของ ตนเอง/ครอบครัว					
9. การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมีโอกาสจะ ถูกรางวัลน้อย					
10. ไม่สนับสนุนให้ผู้พิการ/ผู้มีรายได้น้อย จำหน่ายสลากฯ					
11. การซื้อสลากฯ ก่อให้เกิดการซื้อที่เพิ่มมาก ขึ้นในงวดถัดไป					
12. การซื้อสลากฯ จะนำไปสู่การพนันชนิด อื่นๆ					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกิน แบ่งรัฐบาล	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
13. ไม่มีความเข้าใจใน กติกา/วิธีการเล่น					
14. ไม่สามารถเลือกเลขเองได้					
15. เงินไขเงินรางวัลมีความซับซ้อน					
16. สถานที่/ผู้จำหน่าย ไม่เอื้ออำนวยต่อ การซื้อ					
17. ราคาสลากที่จำหน่ายปกติ (80 บาท) สูงไป					
18. ราคาสลากมีความผันผวนตามกระแส นิยม					
19. กระบวนการออกรางวัลไม่มีความ โปร่งใส (เลขล๊อค)					
20. เงินรางวัลที่ 1 ไม่มีความจูงใจ					
21. เงินรางวัลอื่นๆ นอกจากรางวัลที่ 1 ไม่ มีความจูงใจ					
22. ความไม่สะดวกในการขึ้นเงินรางวัลตาม สถานที่ต่างๆ					
23. รูปแบบสลากฯ (กระดาษใบ) ไม่มีความ สวยงาม/ทันสมัย					
24. รูปแบบสลากฯ (กระดาษใบ) ไม่มีความ สะดวกในการซื้อ					

ตอนที่ 4 ผลลัพธ์สลากล็อตโต้ 6/49

คำอธิบาย สลากล็อตโต้ 6/49 คือ เกมส์ที่ผู้เล่นสามารถเลือกหมายเลขได้ตามต้องการ 6 หมายเลข จากเลขชุดหนึ่งซึ่งมีจำนวน 49 หมายเลข (โดยเลือกไม่ซ้ำกันจากหมายเลข 1-49) ตัวอย่างเช่น ผู้เล่น อาจซื้อสลากล็อตโต้ 6/49 โดยเลือกหมายเลข 2, 9, 13, 27, 31, 49 เป็นต้น ถ้าผลการออกรางวัล เป็น 2, 10, 13, 24, 31, 36 หมายถึง ผู้เล่นถูก 3 หมายเลข คือ 2, 13, 31 ตามกติกา ถ้าหมายเลขใน ชุดที่เลือกโดยผู้ซื้อสลากรายหนึ่งตรงกับเลขที่ออกรางวัลทั้งหมด 6 หมายเลข จะถือว่าผู้ซื้อสลากราย ดังกล่าวถูกรางวัลแจ็กพอต ในแต่ละงวดของการออกรางวัล จำนวนผู้ถูกรางวัลแจ็กพอตอาจมี มากกว่าหนึ่งราย ในกรณีดังกล่าวเงินรางวัลที่ผู้ถูกแจ็กพอตแต่ละรายจะได้รับจะถูกหารแบ่งเฉลี่ย เท่าๆ กันจากเงินรางวัลแจ็กพอตรวมที่กำหนดไว้ล่วงหน้า แต่ถ้า ผลการออกรางวัลงวดใดไม่มีผู้ถูกรางวัลแจ็กพอต เงินรางวัลแจ็กพอตในงวดนั้นจะถูกสมทบไปเป็นเงินรางวัลในงวดถัดไป ส่งผลให้ ยอดเงินรางวัลแจ็กพอตในงวดถัดไปนั้นเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง () หรือข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (เพียงคำตอบเดียว)

- หากมีผลลัพธ์สลากล็อตโต้ 6/49 จำหน่ายในประเทศไทย ท่านต้องการซื้อหรือไม่

<input type="checkbox"/> ต้องการซื้อ	(กรุณาทำข้อ 2. และ ข้อ 4. เป็นต้นไป)
<input type="checkbox"/> ไม่ต้องการซื้อ	(กรุณาทำข้อ 3. เป็นต้นไป)
- เหตุผลที่ท่านตัดสินใจ ซื้อ สลากล็อตโต้ 6/49

<input type="checkbox"/> กติกา/วิธีการเล่นง่าย	<input type="checkbox"/> เงินรางวัลแจ็กพอตที่สมทบในงวดถัดไป
<input type="checkbox"/> โอกาสที่จะถูกรางวัลบ่อย	<input type="checkbox"/> อยากให้มีสลากรูปแบบใหม่ๆ
- เหตุผลที่ท่านตัดสินใจ ไม่ซื้อ สลากล็อตโต้ 6/49

<input type="checkbox"/> กติกา/วิธีการเล่นซับซ้อน	<input type="checkbox"/> เงินรางวัลย่อยถูกหารเฉลี่ยกับผู้ถูกรางวัลท่านอื่น
<input type="checkbox"/> โอกาสที่จะถูกรางวัลยอมน้อย	<input type="checkbox"/> มองว่าเป็นการมอมเมาประชาชน
- หากท่านตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ 6/49 ท่านยินดีจะจ่ายเงินจำนวนมากที่สุดเพื่อซื้อสลากต่อไป ใน ราคาเท่าใด

<input type="checkbox"/> 20-50 บาท	<input type="checkbox"/> 50-80 บาท
<input type="checkbox"/> 80-100 บาท	<input type="checkbox"/> 100-150 บาท
- หากเงินรางวัลแจ็กพอตสลากล็อตโต้ 6/49 มีมูลค่า 6 ล้านบาท (เท่ากับเงินรางวัลที่ 1 สลากกิน แบ่งรัฐบาลในปัจจุบัน) ท่านจะตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ 6/49 หรือไม่

<input type="checkbox"/> ซื้อ (จบการทำแบบสอบถาม)	<input type="checkbox"/> ไม่ซื้อ (กรุณาทำต่อข้อ 6.-7.)
--------------------------------------------------	--------------------------------------------------------

6. (จากข้อมูลในข้อ 5.) ท่านจะตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ 6/49 เมื่อเงินรางวัลแจ็กพ็อตถูกสมทบมาอย่างต่อเนื่องแล้วอย่างน้อยกี่ครั้ง (ตัวอย่างเช่น หากไม่มีผู้ซื้อสลากถูกรางวัลติดต่อกันมา 3 งวดแล้ว เงินรางวัลแจ็กพ็อตรวมของงวดปัจจุบันคือ 24 ล้านบาท)
- () 2-3 ครั้ง () 4-5 ครั้ง
() 6-7 ครั้ง () มากกว่า 7 ครั้งขึ้นไป
7. ท่านคิดว่าจำนวนเงินรางวัลแจ็กพ็อตขั้นต่ำ ที่ทำให้ท่านตัดสินใจซื้อสลากล็อตโต้ 6/49 ควรเป็นเท่าไร
- () 6 ล้านบาท (เท่ากับเงินรางวัลที่ 1 สลากกินแบ่งรัฐบาล)
() มากกว่า 6 ล้าน-15 ล้านบาท
() มากกว่า 15 ล้านบาท-25 ล้านบาท
() มากกว่า 25 ล้านบาท-35 ล้านบาท
() มากกว่า 35 ล้านบาท-45 ล้านบาท
() มากกว่า 45 ล้านบาท ขึ้นไป

ภาคผนวก ข

ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีของสเปียร์แมน (Spearman rank correlation coefficient)

Correlations

		Gender	Status1	Status2	Status3	Age	Education1	Education2	Education3	Education4	Education5	Education6	Occupatoin1	Occupatoin2	Occupatoin3	Occupatoin4	Occupatoin5	Occupatoin6	Occupatoin7	Income1	Income2	
Spearman's rho	Gender	1.000	-.212	.203	.029	.191	.001	-.025	-.064	.017	-.103	-.005	-.035	-.117	.120	.046	.001	.043	-.076	-.091		
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.567	.000	.991	.624	.199	.728	.069	.040	.923	.484	.019	.016	.357	.981	.386	.127	.068	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Status1	Correlation Coefficient	-.212	1.000	-.808	-.370	-.570	-.123	-.113	.026	.015	-.007	.080	.167	-.028	.185	-.149	-.102	-.182	.078	.146	.087	
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.014	.024	.598	.772	.887	.109	.001	.575	.000	.003	.042	.000	.078	.121	.003	.082
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Status2	Correlation Coefficient	.203	-.808	1.000	-.249	.446	-.036	.143	-.018	.023	.173	-.313	-.135	-.019	-.111	.064	.133	.167	-.086	-.107	-.063	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.474	.004	.712	.644	.001	.000	.007	.708	.026	.199	.008	.001	.088	.032	.205	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Status3	Correlation Coefficient	.029	-.370	-.249	1.000	.233	.259	-.040	-.014	-.060	-.264	.361	-.062	.076	-.128	.144	-.043	.036	.007	-.071	-.043	
	Sig. (2-tailed)	.567	.000	.000		.000	.000	.428	.775	.228	.000	.000	.216	.130	.010	.004	.386	.474	.883	.154	.393	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Age	Correlation Coefficient	.191	-.570	.446	.233	1.000	.081	.110	.133	-.066	-.081	-.036	-.264	.038	-.276	.165	.054	.307	.049	-.150	-.110	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.106	.028	.008	.190	.107	.474	.000	.453	.000	.001	.280	.000	.330	.003	.028	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Education1	Correlation Coefficient	.001	-.123	-.036	.259	.081	1.000	-.026	-.034	-.031	-.132	-.048	-.021	-.064	-.017	-.036	.170	-.026	-.041	.048	.143	
	Sig. (2-tailed)	.991	.014	.474	.000	.106		.607	.494	.538	.008	.341	.681	.201	.741	.467	.001	.607	.419	.338	.004	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Education2	Correlation Coefficient	.025	-.113	.143	-.040	.110	-.026	1.000	-.070	-.063	-.301	-.097	-.042	-.104	-.034	-.035	.117	.158	-.011	.181	.159	
	Sig. (2-tailed)	.624	.024	.004	.428	.028	.607		.163	.209	.000	.052	.402	.038	.500	.483	.020	.002	.830	.000	.001	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Education3	Correlation Coefficient	-.064	.026	-.018	-.014	.133	-.034	-.070	1.000	-.084	-.400	-.129	-.056	-.111	-.041	-.068	.164	.095	.031	.104	.155	
	Sig. (2-tailed)	.199	.598	.712	.775	.008	.494	.163		.095	.000	.010	.265	.026	.415	.174	.001	.059	.541	.037	.002	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Education4	Correlation Coefficient	.017	.015	.023	-.060	-.066	-.031	-.063	-.084	1.000	-.360	-.116	.060	.003	-.009	-.055	.036	-.063	.024	-.011	.339	
	Sig. (2-tailed)	.728	.772	.644	.228	.190	.538	.209	.095		.000	.020	.229	.949	.853	.268	.471	.209	.633	.826	.000	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Education5	Correlation Coefficient	.091	-.007	.173	-.264	-.081	-.132	-.301	-.400	-.360	1.000	-.556	.023	.025	.020	.018	-.077	-.063	.048	-.091	-.259	
	Sig. (2-tailed)	.069	.887	.001	.000	.107	.008	.000	.000	.000		.000	.645	.613	.692	.724	.125	.212	.339	.068	.000	
	N	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399
Education6	Correlation Coefficient	-.103	.080	-.313	.361	-.036	-.048	-.097	-.129	-.116	-.556	1.000	.001	.130	.045	.100	-.176	-.034	-.088	-.077	-.149	
	Sig. (2-tailed)	.040	.109	.000	.000	.474	.341	.052	.010	.020	.000		.989	.009	.373	.046	.000	.504	.080	.126	.003	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Occupatoin1	Correlation Coefficient	-.005	.167	-.135	-.062	-.264	-.021	-.042	-.056	.060	.023	.001	1.000	-.104	-.110	-.059	-.091	-.042	-.066	.355	-.041	
	Sig. (2-tailed)	.923	.001	.007	.216	.000	.681	.402	.265	.229	.645	.989		.037	.028	.236	.069	.402	.187	.000	.417	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Occupatoin2	Correlation Coefficient	-.035	-.028	-.019	.076	.038	-.064	-.104	-.111	.003	.025	.130	-.104	1.000	-.342	-.185	-.283	-.131	-.205	-.129	-.007	
	Sig. (2-tailed)	.484	.575	.708	.130	.453	.201	.038	.026	.949	.613	.009	.037		.000	.000	.000	.009	.000	.010	.894	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400

	Gender	Status1	Status2	Status3	Age	Education1	Education2	Education3	Education4	Education5	Education6	Occupatoin1	Occupatoin2	Occupatoin3	Occupatoin4	Occupatoin5	Occupatoin6	Occupatoin7	Income1	Income2	
Occupatoin3	Correlation Coefficient	-.117	-.185	-.111	-.128	-.276	-.017	-.034	-.041	-.009	.020	.045	-.110	-.342	1.000	-.195	-.298	-.138	-.216	-.118	-.033
	Sig. (2-tailed)	.019	.000	.026	.010	.000	.741	.500	.415	.853	.692	.373	.028	.000	.000	.000	.006	.000	.018	.514	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Occupatoin4	Correlation Coefficient	.120	-.149	.064	.144	.165	-.036	-.035	-.068	-.055	.018	.100	-.059	-.185	-.195	1.000	-.161	-.074	-.117	-.097	-.167
	Sig. (2-tailed)	.016	.003	.199	.004	.001	.467	.483	.174	.268	.724	.046	.236	.000	.000	.001	.138	.019	.052	.001	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Occupatoin5	Correlation Coefficient	.046	-.102	.133	-.043	.054	.170	.117	.164	.036	-.077	-.176	-.091	-.283	-.298	-.161	1.000	-.114	-.179	.079	.105
	Sig. (2-tailed)	.357	.042	.008	.386	.280	.001	.020	.001	.471	.125	.000	.069	.000	.000	.001	.023	.000	.112	.036	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Occupatoin6	Correlation Coefficient	.001	-.182	.167	.036	.307	-.026	.158	.095	-.063	-.063	-.034	-.042	-.131	-.138	-.074	-.114	1.000	-.083	.098	.053
	Sig. (2-tailed)	.981	.000	.001	.474	.000	.607	.002	.059	.209	.212	.504	.402	.009	.006	.138	.023	.099	.050	.290	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Occupatoin7	Correlation Coefficient	.043	.078	-.086	.007	.049	-.041	-.011	.031	.024	.048	-.088	-.066	-.205	-.216	-.117	-.179	-.083	1.000	.063	.063
	Sig. (2-tailed)	.386	.121	.088	.883	.330	.419	.830	.541	.633	.339	.080	.187	.000	.000	.019	.000	.099	.099	.210	.206
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Income1	Correlation Coefficient	-.076	.146	-.107	-.071	-.150	.048	.181	-.104	-.011	-.024	-.077	.355	-.129	-.118	-.097	.079	.098	.063	1.000	-.173
	Sig. (2-tailed)	.127	.003	.032	.154	.003	.338	.000	.037	.826	.068	.126	.000	.010	.018	.052	.112	.050	.210	.001	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Income2	Correlation Coefficient	-.091	.087	-.063	-.043	-.110	.143	.159	.155	.339	-.259	-.149	-.041	-.007	-.033	-.167	.105	.053	.063	-.173	1.000
	Sig. (2-tailed)	.068	.082	.205	.393	.028	.004	.001	.002	.000	.000	.003	.417	.894	.514	.001	.036	.290	.206	.001	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Income3	Correlation Coefficient	.008	.029	.007	-.059	-.072	-.069	-.089	.035	-.124	.095	.006	-.017	.069	.116	-.122	-.007	.014	-.133	-.184	-.353
	Sig. (2-tailed)	.878	.560	.892	.241	.149	.169	.076	.486	.013	.058	.906	.732	.168	.020	.015	.882	.778	.008	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Income4	Correlation Coefficient	.028	.005	.010	-.025	.013	-.056	-.086	-.130	-.113	.110	.101	-.092	.078	.054	.030	-.028	-.057	-.082	-.150	-.289
	Sig. (2-tailed)	.575	.920	.835	.622	.788	.262	.086	.009	.024	.028	.044	.067	.117	.283	.552	.573	.252	.100	.003	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Income5	Correlation Coefficient	.024	-.082	.033	.083	.140	-.033	-.068	-.090	-.081	.072	.080	-.054	.003	-.052	.250	-.031	-.068	-.049	-.088	-.170
	Sig. (2-tailed)	.631	.101	.508	.099	.005	.508	.177	.073	.106	.148	.110	.281	.946	.302	.000	.542	.177	.333	.077	.001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Income6	Correlation Coefficient	.124	-.221	.128	.162	.243	-.041	-.083	-.110	-.068	.097	.065	-.066	-.078	-.039	.231	-.139	-.047	.189	-.108	-.208
	Sig. (2-tailed)	.013	.000	.011	.001	.000	.419	.099	.028	.174	.053	.194	.187	.120	.438	.000	.005	.351	.000	.031	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Lottery	Correlation Coefficient	.071	-.084	.110	-.035	.110	-.020	.107	.073	.040	-.120	.020	-.087	.039	.044	.001	.015	.009	-.091	-.069	-.102
	Sig. (2-tailed)	.156	.094	.028	.484	.028	.691	.032	.145	.428	.016	.684	.082	.438	.375	.981	.771	.863	.070	.170	.041
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Frequency Lottery1	Correlation Coefficient	-.071	.084	-.110	.035	-.110	.020	-.107	-.073	-.040	.120	-.020	.087	-.039	-.044	-.001	-.015	-.009	.091	.069	.102
	Sig. (2-tailed)	.156	.094	.028	.484	.028	.691	.032	.145	.428	.016	.684	.082	.438	.375	.981	.771	.863	.070	.170	.041
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Frequency Lottery2	Correlation Coefficient	-.043	.089	-.083	-.014	-.073	-.016	-.007	-.019	-.075	-.008	.095	.051	-.102	.054	.059	-.039	-.033	.052	-.014	-.095
	Sig. (2-tailed)	.387	.076	.096	.776	.145	.750	.897	.707	.136	.872	.059	.310	.041	.284	.242	.436	.516	.299	.785	.057
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Frequency Lottery3	Correlation Coefficient	.064	-.093	.135	-.060	.116	.011	.095	.094	.126	-.120	-.066	-.106	.115	.019	-.061	.002	.071	-.118	-.031	.021
	Sig. (2-tailed)	.204	.063	.007	.235	.020	.824	.058	.060	.012	.016	.191	.035	.021	.699	.227	.968	.157	.018	.536	.673
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400

		Gender	Status1	Status2	Status3	Age	Education1	Education2	Education3	Education4	Education5	Education6	Occupatoin1	Occupatoin2	Occupatoin3	Occupatoin4	Occupatoin5	Occupatoin6	Occupatoin7	Income1	Income2
Frequency Lottery4	Correlation Coefficient	.069	-.147	.090	.099	.095	-.023	.012	-.016	-.056	-.003	.055	-.037	.062	.022	-.023	-.005	-.047	-.034	-.061	-.088
	Sig. (2-tailed)	.170	.003	.073	.047	.057	.647	.815	.743	.264	.956	.269	.456	.218	.661	.652	.919	.350	.503	.222	.077
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Frequency Lottery5	Correlation Coefficient	.051	-.031	.036	-.006	.056	-.019	.032	.004	.014	.033	-.071	-.031	-.025	-.101	.050	.147	-.039	-.013	.005	.009
	Sig. (2-tailed)	.310	.542	.474	.898	.260	.706	.529	.943	.783	.506	.154	.539	.622	.044	.321	.003	.442	.800	.918	.860
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
BAAC1	Correlation Coefficient	.067	.006	-.032	.040	.079	-.030	-.016	-.082	-.074	.040	.080	-.049	.055	-.026	.015	-.058	.030	.028	-.044	-.063
	Sig. (2-tailed)	.184	.909	.528	.419	.114	.546	.750	.101	.141	.422	.111	.325	.270	.603	.768	.244	.553	.577	.375	.207
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
GSB1	Correlation Coefficient	-.060	.016	-.010	-.010	-.002	-.062	-.126	-.083	-.081	-.034	.260	.000	.154	.005	.003	-.139	-.045	-.013	-.101	-.167
	Sig. (2-tailed)	.231	.755	.847	.836	.975	.217	.011	.098	.104	.503	.000	.988	.002	.924	.947	.005	.371	.797	.045	.001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
llgal lottery2	Correlation Coefficient	-.063	-.076	.062	.026	.122	.052	.082	.132	.069	-.104	-.072	-.055	-.036	-.047	-.024	.184	.011	.071	.010	.003
	Sig. (2-tailed)	.205	.131	.214	.606	.014	.303	.103	.008	.166	.037	.150	.268	.474	.349	.637	.000	.832	.159	.839	.953
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Othertype1	Correlation Coefficient	.118	-.007	.008	-.002	-.055	-.032	-.022	.049	-.004	.060	-.094	.055	-.074	.066	.037	.026	-.065	-.043	-.016	-.055
	Sig. (2-tailed)	.018	.894	.866	.963	.271	.523	.664	.325	.941	.231	.059	.274	.140	.190	.458	.609	.192	.390	.744	.274
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Othertype2	Correlation Coefficient	.027	.043	-.039	-.010	-.065	.005	-.014	-.091	.007	.107	-.074	.031	-.015	.032	.045	-.130	.033	.043	.027	.119
	Sig. (2-tailed)	.588	.391	.441	.844	.193	.926	.777	.069	.885	.033	.138	.539	.767	.527	.370	.009	.509	.390	.586	.017
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Notbuyanoth er1	Correlation Coefficient	-.027	-.043	.039	.010	.065	-.005	.014	.091	-.007	-.107	.074	-.031	.015	-.032	-.045	.130	-.033	.057	-.027	-.119
	Sig. (2-tailed)	.588	.391	.441	.844	.193	.926	.777	.069	.885	.033	.138	.539	.767	.527	.370	.009	.509	.257	.586	.017
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Notbuyanoth er2	Correlation Coefficient	.027	.043	-.039	-.010	-.065	.005	-.014	-.091	.007	.107	-.074	.031	-.015	.032	.045	-.130	.033	.057	.027	.119
	Sig. (2-tailed)	.588	.391	.441	.844	.193	.926	.777	.069	.885	.033	.138	.539	.767	.527	.370	.009	.509	.257	.586	.017
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Amountanoth er1	Correlation Coefficient	-.066	.045	-.085	.060	-.005	.014	-.067	-.056	-.009	.012	.068	.077	.029	-.007	-.068	-.056	-.003	.057	.047	-.088
	Sig. (2-tailed)	.191	.374	.091	.229	.922	.780	.184	.262	.854	.810	.174	.123	.562	.893	.174	.261	.950	.257	.345	.080
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Amountanoth er2	Correlation Coefficient	-.030	-.007	.049	-.065	.068	-.014	-.003	.089	-.003	-.053	.007	-.075	.000	.013	-.033	.084	.050	.062	.012	-.046
	Sig. (2-tailed)	.552	.892	.333	.192	.176	.777	.958	.075	.950	.294	.887	.135	.998	.802	.510	.092	.318	.215	.808	.355
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Amountanoth er3	Correlation Coefficient	-.002	-.072	.065	.016	.018	-.039	.106	.097	.000	-.086	-.013	-.064	.027	.011	.025	.031	-.043	-.085	-.045	-.005
	Sig. (2-tailed)	.976	.151	.195	.753	.720	.436	.035	.053	.995	.085	.803	.204	.584	.825	.616	.542	.396	.089	.365	.926
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Amountanoth er4	Correlation Coefficient	.079	-.039	.027	.022	-.006	.036	-.002	-.014	.004	-.022	.040	.031	-.039	-.072	.031	.122	-.078	-.049	-.071	-.024
	Sig. (2-tailed)	.114	.439	.594	.666	.912	.471	.970	.775	.933	.663	.424	.536	.434	.150	.536	.014	.122	.326	.154	.635
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Amountanoth er5	Correlation Coefficient	.033	-.055	.022	.056	.051	.045	.046	.046	-.037	-.059	.032	-.053	.011	-.022	-.016	-.008	-.001	.007	-.016	-.086
	Sig. (2-tailed)	.505	.274	.662	.268	.306	.365	.362	.358	.455	.238	.524	.292	.821	.667	.756	.879	.981	.883	.744	.088
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Lotto	Correlation Coefficient	-.212	1.000	-.808	-.370	-.570	-.123	-.113	.026	.015	-.007	.080	.167	-.028	.185	-.149	-.102	-.182	.069	-.076	-.091
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.000	.014	.024	.598	.772	.887	.109	.001	.575	.000	.003	.042	.000	.171	.127	.068
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	399	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400

			Income3	Income4	Income5	Income6	Lottery	Frequency Lottery1	Frequency Lottery2	Frequency Lottery3	Frequency Lottery4	Frequency Lottery5	BAAC	GSB	Ilgal lottery	Other type	Notbuy another1	Amountan other1	Amounta nothe2	Amounta nothe3	Amounta nothe4	Amounta nothe5	Lotto
Spearman's rho	Gender	Correlation Coefficient	.008	.028	.024	.124	-.071	-.071	-.043	.064	.069	.051	.067	-.060	-.063	.118	.027	.027	-.066	-.030	-.002	.079	.033
		Sig. (2-tailed)	.878	.575	.631	.013	.156	.156	.387	.204	.170	.310	.184	.231	.205	.018	.588	.588	.191	.552	.976	.114	.505
		N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Status1	Correlation Coefficient	Correlation Coefficient	.029	.005	-.082	-.221	-.084	.084	.089	-.093	-.147	-.031	.006	.016	-.076	-.007	.043	.043	.045	-.007	-.072	-.039	-.055
		Sig. (2-tailed)	.560	.920	.101	.000	.094	.094	.076	.063	.003	.542	.909	.755	.131	.894	.391	.391	.374	.892	.151	.439	.274
		N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Status2	Correlation Coefficient	Correlation Coefficient	.007	.010	.033	.128	.110	-.110	-.083	.135	.090	.036	-.032	-.010	.062	.008	-.039	-.039	-.085	.049	.065	.027	.022
		Sig. (2-tailed)	.892	.835	.508	.011	.028	.028	.096	.007	.073	.474	.528	.847	.214	.866	.441	.441	.091	.333	.195	.594	.662
		N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Status3	Correlation Coefficient	Correlation Coefficient	-.059	-.025	.083	.162	-.035	.035	-.014	-.060	.099	-.006	.040	-.010	.026	-.002	-.010	-.010	.060	-.065	.016	.022	.056
		Sig. (2-tailed)	.241	.622	.099	.001	.484	.484	.776	.235	.047	.898	.419	.836	.606	.963	.844	.844	.229	.192	.753	.666	.268
		N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Age	Correlation Coefficient	Correlation Coefficient	-.072	.013	.140	.243	.110	-.110	-.073	.116	.095	.056	.079	-.002	.122	-.055	-.065	-.065	-.005	.068	.018	-.006	.051
		Sig. (2-tailed)	.149	.788	.005	.000	.028	.028	.145	.020	.057	.260	.114	.975	.014	.271	.193	.193	.922	.176	.720	.912	.306
		N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Education1	Correlation Coefficient	Correlation Coefficient	-.069	-.056	-.033	-.041	-.020	.020	-.016	.011	-.023	-.019	-.030	-.062	.052	-.032	.005	.005	.014	-.014	-.039	.036	.045
		Sig. (2-tailed)	.169	.262	.508	.419	.691	.691	.750	.824	.647	.706	.546	.217	.303	.523	.926	.926	.780	.777	.436	.471	.365
		N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Education2	Correlation Coefficient	Correlation Coefficient	-.089	-.086	-.068	-.083	.107	-.107	-.007	.095	.012	.032	-.016	-.126	.082	-.022	-.014	-.014	-.067	-.003	.106	-.002	.046
		Sig. (2-tailed)	.076	.086	.177	.099	.032	.032	.897	.058	.815	.529	.750	.011	.103	.664	.777	.777	.184	.958	.035	.970	.362
		N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Education3	Correlation Coefficient	Correlation Coefficient	.035	-.130	-.090	-.110	.073	-.073	-.019	.094	-.016	.004	-.082	-.083	.132	.049	-.091	-.091	-.056	.089	.097	-.014	.046
		Sig. (2-tailed)	.486	.009	.073	.028	.145	.145	.707	.060	.743	.943	.101	.098	.008	.325	.069	.069	.262	.075	.053	.775	.358
		N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Education4	Correlation Coefficient	Correlation Coefficient	-.124	-.113	-.081	-.068	.040	-.040	-.075	.126	-.056	.014	-.074	-.081	.069	-.004	.007	.007	-.009	-.003	.000	.004	-.037
		Sig. (2-tailed)	.013	.024	.106	.174	.428	.428	.136	.012	.264	.783	.141	.104	.166	.941	.885	.885	.854	.950	.995	.933	.455
		N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Education5	Correlation Coefficient	Correlation Coefficient	.095	.110	.072	.097	-.120	.120	-.008	-.120	-.003	.033	.040	-.034	-.104	.060	.107	.107	.012	-.053	-.086	-.022	-.059
		Sig. (2-tailed)	.058	.028	.148	.053	.016	.016	.872	.016	.956	.506	.422	.503	.037	.231	.033	.033	.810	.294	.085	.663	.238
		N	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399	399
Education6	Correlation Coefficient	Correlation Coefficient	.006	.101	.080	.065	.020	-.020	.095	-.066	.055	-.071	.080	.260	-.072	-.094	-.074	-.074	.068	.007	-.013	.040	.032
		Sig. (2-tailed)	.906	.044	.110	.194	.684	.684	.059	.191	.269	.154	.111	.000	.150	.059	.138	.138	.174	.887	.803	.424	.524
		N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Occupatoin1	Correlation Coefficient	Correlation Coefficient	-.017	-.092	-.054	-.066	-.087	.087	.051	-.106	-.037	-.031	-.049	.000	-.055	.055	.031	.031	.077	-.075	-.064	.031	-.053
		Sig. (2-tailed)	.732	.067	.281	.187	.082	.082	.310	.035	.456	.539	.325	.988	.268	.274	.539	.539	.123	.135	.204	.536	.292
		N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Occupatoin2	Correlation Coefficient	Correlation Coefficient	.069	.078	.003	-.078	.039	-.039	-.102	.115	.062	-.025	.055	.154	-.036	-.074	-.015	-.015	.029	.000	.027	-.039	.011
		Sig. (2-tailed)	.168	.117	.946	.120	.438	.438	.041	.021	.218	.622	.270	.002	.474	.140	.767	.767	.562	.998	.584	.434	.821
		N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Occupatoin3	Correlation Coefficient	Correlation Coefficient	.116	.054	-.052	-.039	.044	-.044	.054	.019	.022	-.101	-.026	.005	-.047	.066	.032	.032	-.007	.013	.011	-.072	-.022
		Sig. (2-tailed)	.020	.283	.302	.438	.375	.375	.284	.699	.661	.044	.603	.924	.349	.190	.527	.527	.893	.802	.825	.150	.667
		N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Occupatoin4	Correlation Coefficient	Correlation Coefficient	-.122	.030	.250	.231	.001	-.001	.059	-.061	-.023	.050	.015	.003	-.024	.037	.045	.045	-.068	-.033	.025	.031	-.016
		Sig. (2-tailed)	.015	.552	.000	.000	.981	.981	.242	.227	.652	.321	.768	.947	.637	.458	.370	.370	.174	.510	.616	.536	.756
		N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400

		Income3	Income4	Income5	Income6	Lottery	Frequency Lottery1	Frequency Lottery2	Frequency Lottery3	Frequency Lottery4	Frequency Lottery5	BAAC	GSB	Illegal lottery	Other type	Notbuy another1	Amountan other1	Amounta nothe2	Amounta nothe3	Amounta nothe4	Amounta nothe5	Lotto
Occupatoin5	Correlation Coefficient	-.007	-.028	-.031	-.139	.015	-.015	-.039	.002	-.005	.147	-.058	-.139	.184	.026	-.130	-.130	-.056	.084	.031	.122	-.008
	Sig. (2-tailed)	.882	.573	.542	.005	.771	.771	.436	.968	.919	.003	.244	.005	.000	.609	.009	.261	.092	.542	.014	.879	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Occupatoin6	Correlation Coefficient	.014	-.057	-.068	-.047	.009	-.009	-.033	.071	-.047	-.039	.030	-.045	.011	-.065	.033	.033	-.003	.050	-.043	-.078	-.001
	Sig. (2-tailed)	.778	.252	.177	.351	.863	.863	.516	.157	.350	.442	.553	.371	.832	.192	.509	.509	.950	.318	.396	.122	.981
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Occupatoin7	Correlation Coefficient	-.133	-.082	-.049	-.189	-.091	.091	.052	-.118	-.034	-.013	.028	-.013	-.071	-.043	.057	.057	.062	-.085	-.049	.007	.069
	Sig. (2-tailed)	.008	.100	.333	.000	.070	.070	.299	.018	.503	.800	.577	.797	.159	.390	.257	.257	.215	.089	.326	.883	.171
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Income1	Correlation Coefficient	-.184	-.150	-.088	-.108	-.069	.069	-.014	-.031	-.061	.005	-.044	-.101	.010	-.016	.027	.027	.047	.012	-.045	-.071	-.016
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.077	.031	.170	.170	.785	.536	.222	.918	.375	.045	.839	.744	.586	.586	.345	.808	.365	.154	.744
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Income2	Correlation Coefficient	-.353	-.289	-.170	-.208	-.102	.102	-.095	.021	-.088	.009	-.063	-.167	.003	-.055	.119	.119	-.088	-.046	.005	-.024	-.086
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.041	.041	.057	.673	.077	.860	.207	.001	.953	.274	.017	.017	.080	.355	.926	.635	.088
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Income3	Correlation Coefficient	1.000	-.306	-.180	-.221	.031	-.031	.043	.019	-.039	-.034	-.008	.102	-.025	.039	-.063	-.063	.017	.028	.041	-.003	.015
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.531	.531	.389	.712	.437	.495	.873	.042	.620	.438	.211	.211	.732	.571	.409	.949	.761
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Income4	Correlation Coefficient	-.306	1.000	-.147	-.180	.140	-.140	.043	.076	.057	-.008	.065	.065	.036	.024	-.070	-.070	-.024	.109	-.012	-.004	.087
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.003	.000	.005	.005	.395	.130	.252	.879	.196	.194	.472	.636	.165	.165	.630	.029	.809	.935	.083
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Income5	Correlation Coefficient	-.180	-.147	1.000	-.106	.043	-.043	-.008	.014	.034	.063	.068	-.010	.113	-.014	-.022	-.022	-.050	.039	-.043	.083	-.005
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.	.034	.394	.394	.867	.782	.500	.208	.177	.848	.024	.780	.661	.661	.319	.438	.393	.099	.916
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Income6	Correlation Coefficient	-.221	-.180	-.106	1.000	-.057	.057	.034	-.135	.126	-.013	-.003	.098	-.119	.016	.008	.008	.127	-.157	.027	.033	.005
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.034	.	.254	.254	.494	.007	.011	.800	.948	.049	.017	.744	.867	.867	.011	.002	.595	.508	.928
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Lottery	Correlation Coefficient	.031	.140	.043	-.057	1.000	-1.000	.407	.503	.139	.115	.034	-.006	.343	.031	-.263	-.263	-.034	.165	.133	.089	.368
	Sig. (2-tailed)	.531	.005	.394	.254	.	.000	.000	.005	.005	.022	.502	.905	.000	.535	.000	.000	.493	.001	.008	.076	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Frequency Lottery1	Correlation Coefficient	-.031	-.140	-.043	.057	-1.000	1.000	-.407	-.503	-.139	-.115	-.034	.006	-.343	-.031	.263	.263	.034	-.165	-.133	-.089	-.368
	Sig. (2-tailed)	.531	.005	.394	.254	.	.000	.000	.005	.005	.022	.502	.905	.000	.535	.000	.000	.493	.001	.008	.076	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Frequency Lottery2	Correlation Coefficient	.043	.043	-.008	.034	.407	-.407	1.000	-.440	-.122	-.100	.021	.021	-.019	.003	-.034	-.034	.074	.003	-.079	.042	.032
	Sig. (2-tailed)	.389	.395	.867	.494	.000	.000	.	.000	.015	.045	.680	.670	.702	.957	.498	.498	.139	.953	.116	.403	.526
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Frequency Lottery3	Correlation Coefficient	.019	.076	.014	-.135	.503	-.503	-.440	1.000	-.151	-.124	-.032	-.022	.267	-.031	-.168	-.168	-.070	.193	.166	-.094	.268
	Sig. (2-tailed)	.712	.130	.782	.007	.000	.000	.000	.	.003	.013	.528	.660	.000	.533	.001	.001	.161	.000	.001	.060	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Frequency Lottery4	Correlation Coefficient	-.039	.057	.034	.126	.139	-.139	-.122	-.151	1.000	-.034	.047	.039	.104	.087	-.055	-.055	-.052	-.002	.053	.099	.114
	Sig. (2-tailed)	.437	.252	.500	.011	.005	.005	.015	.003	.	.494	.351	.441	.037	.082	.275	.275	.298	.963	.293	.047	.023
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Frequency Lottery5	Correlation Coefficient	-.034	-.008	.063	-.013	.115	-.115	-.100	-.124	-.034	1.000	.077	-.056	.121	.068	-.100	-.100	-.030	-.098	.040	.296	.043
	Sig. (2-tailed)	.495	.879	.208	.800	.022	.022	.045	.013	.494	.	.126	.261	.015	.173	.045	.045	.553	.049	.421	.000	.392
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
BAAC1	Correlation Coefficient	-.008	.065	.068	-.003	.034	-.034	.021	-.032	.047	.077	1.000	.324	-.045	-.039	-.211	-.211	.133	.048	.067	.040	.035
	Sig. (2-tailed)	.873	.196	.177	.948	.502	.502	.680	.528	.351	.126	.	.000	.369	.439	.000	.000	.008	.335	.178	.419	.482
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400

		Income3	Income4	Income5	Income6	Lottery	Frequency Lottery1	Frequency Lottery2	Frequency Lottery3	Frequency Lottery4	Frequency Lottery5	BAAC	GSB	Ilgal lottery	Other type	Notbuy another1	Amountanother1	Amountanother2	Amountanother3	Amountanother4	Amountanother5	Lotto
BAAC2	Correlation Coefficient	.102	.065	-.010	.098	-.006	.006	.021	-.022	.039	-.056	.324	1.000	-.148	-.112	-.431	-.431	.288	.140	.019	.126	.012
	Sig. (2-tailed)	.042	.194	.848	.049	.905	.905	.670	.660	.441	.261	.000	.003	.025	.000	.000	.000	.000	.005	.703	.012	.816
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
GSB1	Correlation Coefficient	-.025	.036	.113	-.119	.343	-.343	-.019	.267	.104	.121	-.045	-.148	1.000	-.124	-.610	-.610	.037	.384	.263	.111	.200
	Sig. (2-tailed)	.620	.472	.024	.017	.000	.000	.702	.000	.037	.015	.369	.003	.000	.013	.000	.000	.461	.000	.000	.027	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
GSB2	Correlation Coefficient	.039	.024	-.014	.016	.031	-.031	.003	-.031	.087	.068	-.039	-.112	-.124	1.000	-.223	-.223	-.017	.095	.054	.185	.037
	Sig. (2-tailed)	.438	.636	.780	.744	.535	.535	.957	.533	.082	.173	.439	.025	.013	.000	.000	.000	.734	.058	.278	.000	.456
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Ilgal lottery1	Correlation Coefficient	-.063	-.070	-.022	.008	-.263	.263	-.034	-.168	-.055	-.100	-.211	-.431	-.610	-.223	1.000	1.000	-.335	-.458	-.272	-.265	-.196
	Sig. (2-tailed)	.211	.165	.661	.867	.000	.000	.498	.001	.275	.045	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Ilgal lottery2	Correlation Coefficient	.063	.070	.022	-.008	.263	-.263	.034	.168	.055	.100	.211	.431	.610	.223	-1.000	-1.000	.335	.458	.272	.265	.196
	Sig. (2-tailed)	.211	.165	.661	.867	.000	.000	.498	.001	.275	.045	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Othertype1	Correlation Coefficient	-.063	-.070	-.022	.008	-.263	.263	-.034	-.168	-.055	-.100	-.211	-.431	-.610	-.223	1.000	1.000	-.335	-.458	-.272	-.265	-.196
	Sig. (2-tailed)	.211	.165	.661	.867	.000	.000	.498	.001	.275	.045	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Othertype2	Correlation Coefficient	.017	-.024	-.050	.127	-.034	.034	.074	-.070	-.052	-.030	.133	.288	.037	-.017	-.335	-.335	1.000	-.251	-.149	-.145	-.047
	Sig. (2-tailed)	.732	.630	.319	.011	.493	.493	.139	.161	.298	.553	.008	.000	.461	.734	.000	.000	.000	.000	.003	.004	.345
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Notbuyanother1	Correlation Coefficient	.028	.109	.039	-.157	.165	-.165	.003	.193	-.002	-.098	.048	.140	.384	.095	-.458	-.458	-.251	1.000	-.203	-.198	.159
	Sig. (2-tailed)	.571	.029	.438	.002	.001	.001	.953	.000	.963	.049	.335	.005	.000	.058	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Notbuyanother2	Correlation Coefficient	.041	-.012	-.043	.027	.133	-.133	-.079	.166	.053	.040	.067	.019	.263	.054	-.272	-.272	-.149	-.203	1.000	-.117	.067
	Sig. (2-tailed)	.409	.809	.393	.595	.008	.008	.116	.001	.293	.421	.178	.703	.000	.278	.000	.000	.003	.000	.000	.019	.178
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Amountanother1	Correlation Coefficient	.949	.935	.099	.508	.076	.076	.403	.060	.047	.000	.419	.012	.027	.000	.000	.000	.004	.000	.019	.000	.148
	Sig. (2-tailed)	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
	N	.015	.087	-.005	.005	.368	-.368	.032	.268	.114	.043	.035	.012	.200	.037	-.196	-.196	-.047	.159	.067	.072	1.000
Amountanother2	Correlation Coefficient	.761	.083	.916	.928	.000	.000	.526	.000	.023	.392	.482	.816	.000	.456	.000	.000	.345	.001	.178	.148	.000
	Sig. (2-tailed)	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
	N	.008	.028	.024	.124	.071	-.071	-.043	.064	.069	.051	.067	-.060	-.063	.118	.027	.027	-.066	-.030	-.002	.079	.033
Amountanother3	Correlation Coefficient	.878	.575	.631	.013	.156	.156	.387	.204	.170	.310	.184	.231	.205	.018	.588	.588	.191	.552	.976	.114	.505
	Sig. (2-tailed)	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
	N	.029	.005	-.082	-.221	-.084	.084	.089	-.093	-.147	-.031	.006	.016	-.076	-.007	.043	.043	.045	-.007	-.072	-.039	-.055
Amountanother4	Correlation Coefficient	.560	.920	.101	.000	.094	.094	.076	.063	.003	.542	.909	.755	.131	.894	.391	.391	.374	.892	.151	.439	.274
	Sig. (2-tailed)	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
	N	.007	.010	.033	.128	.110	-.110	-.083	.135	.090	.036	-.032	-.010	.062	.008	-.039	-.039	-.085	.049	.065	.027	.022
Amountanother5	Correlation Coefficient	.892	.835	.508	.011	.028	.028	.096	.007	.073	.474	.528	.847	.214	.866	.441	.441	.091	.333	.195	.594	.662
	Sig. (2-tailed)	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
	N	-.059	-.025	.083	.162	-.035	.035	-.014	-.060	.099	-.006	.040	-.010	.026	-.002	-.010	-.010	.060	-.065	.016	.022	.056
Lotto	Correlation Coefficient	.241	.622	.099	.001	.484	.484	.776	.235	.047	.898	.419	.836	.606	.963	.844	.844	.229	.192	.753	.666	.268
	Sig. (2-tailed)	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
	N	-.072	.013	.140	.243	.110	-.110	-.073	.116	.095	.056	.079	-.002	.122	-.055	-.065	-.065	-.005	.068	.018	-.006	.051

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

ภาคผนวก ค
ตารางผลการคำนวณจากโปรแกรม SPSS

Case Processing Summary

Unweighted Cases ^a		N	Percent
Selected Cases	Included in Analysis	400	100.0
	Missing Cases	0	.0
	Total	400	100.0
Unselected Cases		0	.0
	Total	400	100.0

a. If weight is in effect, see classification table for the total number of cases.

Dependent Variable Encoding

Original Value	Internal Value
not buy	0
buy	1

Categorical Variables Codings

		Frequency	Parameter coding					
			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Occupation	student	13	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	public employee	98	1.000	.000	.000	.000	.000	.000
	private employee	106	.000	1.000	.000	.000	.000	.000
	owner	38	.000	.000	1.000	.000	.000	.000
	trader	79	.000	.000	.000	1.000	.000	.000
	stay at home	20	.000	.000	.000	.000	1.000	.000
	other	46	.000	.000	.000	.000	.000	1.000
Education	primary	5	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	junior high school	20	1.000	.000	.000	.000	.000	.000
	senior high school	34	.000	1.000	.000	.000	.000	.000
	high vocational	28	.000	.000	1.000	.000	.000	.000
	B.A.	252	.000	.000	.000	1.000	.000	.000
Income	M.A. or more	61	.000	.000	.000	.000	1.000	.000
	less than 10,000 bath/month	33	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	10,000-20,000 bath/month	100	1.000	.000	.000	.000	.000	.000
	more than 20,000-30,000 bath/month	109	.000	1.000	.000	.000	.000	.000
	more than 30,000-40,000 bath/month	80	.000	.000	1.000	.000	.000	.000
	more than 40,000-50,000 bath/month	32	.000	.000	.000	1.000	.000	.000
	over 50,000 bath/month	46	.000	.000	.000	.000	1.000	.000

Categorical Variables Codings

		Frequency	Parameter coding					
			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Amount for another	for 0 bath/month	152	1.000	.000	.000	.000		
	less than 100 bath/month	62	.000	1.000	.000	.000		
	100-500 bath/month	102	.000	.000	1.000	.000		
	more than 500-1,000 bath/month	43	.000	.000	.000	1.000		
	more than 1,000 bath/month	41	.000	.000	.000	.000		
Frequency Lottery	not buy lottery	127	.000	.000	.000	.000		
	not buy on monthly	105	1.000	.000	.000	.000		
	1-5 tickets/month	141	.000	1.000	.000	.000		
	6-10 tickets/month	16	.000	.000	1.000	.000		
	more than 10 tickets/month	11	.000	.000	.000	1.000		
Status	single	218	1.000	.000				
	married	163	.000	1.000				
	divorced/widow	19	.000	.000				

Block 0: Beginning Block

Iteration History^{a,b,c}

Iteration		Coefficients	
		-2 Log likelihood	Constant
Step 0	1	537.591	.410
	2	537.588	.416
	3	537.588	.416

- a. Constant is included in the model.
- b. Initial -2 Log Likelihood: 537.588
- c. Estimation terminated at iteration number 3 because parameter estimates changed by less than .001.

Classification Table^{a,b}

Observed			Predicted		Percentage Correct
			Lotto		
			not buy	buy	
Step 0	Lotto	not buy	0	159	.0
		buy	0	241	100.0
Overall Percentage					60.3

- a. Constant is included in the model.
- b. The cut value is .500

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 0	Constant	.416	.102	16.570	1	.000	1.516

Block 1: Method = Enter**Omnibus Tests of Model Coefficients**

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	90.357	32	.000
	Block	90.357	32	.000
	Model	90.357	32	.000

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	447.231 ^a	.202	.274

a. Estimation terminated at iteration number 5 because parameter estimates changed by less than .001.

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	6.818	8	.556

Contingency Table for Hosmer and Lemeshow Test

		Lotto = not buy		Lotto = buy		Total
		Observed	Expected	Observed	Expected	
Step 1	1	33	31.808	7	8.192	40
	2	24	28.117	16	11.883	40
	3	23	23.393	17	16.607	40
	4	24	18.846	16	21.154	40
	5	18	15.182	22	24.818	40
	6	11	12.608	29	27.392	40
	7	9	10.423	31	29.577	40
	8	9	8.629	31	31.371	40
	9	5	6.325	35	33.675	40
	10	3	3.669	37	36.331	40

Classification Table^a

			Predicted		Percentage Correct
			Lotto		
Observed		not buy	buy		
Step 1	Lotto not buy	84	75	52.8	
	buy	43	198	82.2	
	Overall Percentage			70.5	

a. The cut value is .500

Variables in the Equation

								95% C.I. for EXP(B)	
		B	Lower	Upper	df	Sig.	Exp(B)	Lower	Upper
Step 1 ^a	Gender	-.031	.585	1.607	1	.905	.970	.585	1.607
	Status		.038	1.044	2	.154		.038	1.044
	Status(1)	-1.611	.042	1.051	1	.056	.200	.042	1.051
	Status(2)	-1.557	.954	1.008	1	.058	.211	.954	1.008
	Age	-.020	.038	12.858	1	.165	.981	.038	12.858
	Education		.040	10.713	5	.829		.040	10.713
	Education(1)	-.353	.021	6.161	1	.812	.702	.021	6.161
	Education(2)	-.428	.034	8.493	1	.765	.652	.034	8.493
	Education(3)	-1.027	.041	12.474	1	.479	.358	.041	12.474
	Education(4)	-.628	.213	3.592	1	.657	.534	.213	3.592
	Education(5)	-.341	.186	3.030	1	.816	.711	.186	3.030
	Occupation		.178	4.126	6	.214		.178	4.126
	Occupation(1)	-.134	.178	3.110	1	.852	.874	.178	3.110
	Occupation(2)	-.288	.181	6.577	1	.686	.750	.181	6.577
	Occupation(3)	-.155	.589	11.450	1	.847	.857	.589	11.450
	Occupation(4)	-.296	.331	2.407	1	.685	.744	.331	2.407
	Occupation(5)	.087	.472	3.869	1	.924	1.091	.472	3.869
	Occupation(6)	.954	.460	4.576	1	.208	2.596	.460	4.576
	Income		.276	4.237	5	.852		.276	4.237
	Income(1)	-.114	.400	5.266	1	.822	.892	.400	5.266
	Income(2)	.301	1.106	24.505	1	.575	1.351	1.106	24.505
	Income(3)	.373	.126	2.712	1	.525	1.451	.126	2.712
	Income(4)	.079	.306	6.554	1	.910	1.082	.306	6.554
	Income(5)	.373	.328	23.086	1	.571	1.452	.328	23.086
	Lottery	1.650	.431	3.239	1	.037	5.207	.431	3.239
	Frequency Lottery		.226	1.471	3	.026		.226	1.471
	Frequency Lottery(1)	-.537	.268	1.965	1	.493	.584	.268	1.965
	Frequency Lottery(2)	.348	.191	2.238	1	.656	1.417	.191	2.238
	Frequency Lottery(3)	1.012	.095	1.409	1	.351	2.752	.095	1.409
	BAAC	.167	.222	1.625	1	.746	1.182	.222	1.625
	GSB	-.551	.478	3.207	1	.249	.576	.478	3.207
	Illgallotey	-.320	.246	2.120	1	.529	.726	.246	2.120
	Othertype	-.425	.628	.459	1	.498	.654		
	Notbuyanothergamble	-1.003	.687	2.133	1	.144	.367		
	Amountforanother			3.791	3	.285			
	Amountforanother(2)	-.509	.507	1.007	1	.316	.601		
	Amountforanother(3)	.213	.486	.193	1	.661	1.238		
	Amountforanother(4)	-.325	.549	.351	1	.554	.722		
	Constant	2.815	1.621	3.015	1	.082	16.688		

a. Variable(s) entered on step 1: Gender, Status, Age, Education, Occupation, Income, Lottery, Frequency Lottery, BAAC, GSB, Illgallotey, Othertype, Notbuyanothergamble, Amountforanother.

ภาคผนวก ง

ตารางคำนวณโอกาสถูกรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลและสลากล็อตโต้

จำนวนรางวัลและโอกาสที่จะถูกรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อสลาก 1 ชุด (1 ล้านใบ)		
รางวัลที่	จำนวนรางวัล	โอกาสที่จะถูก
1	1	0.000001
2	5	0.000005
3	10	0.00001
4	50	0.00005
5	100	0.0001
รางวัลข้างเคียงรางวัลที่ 1	2	0.000002
เลขหน้า 3 ตัว	2,000	0.002
เลขท้าย 3 ตัว	2,000	0.002
เลขท้าย 2 ตัว	10,000	0.01
รวมรางวัลทั้งหมด	14,168	0.014168

ผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการซื้อสลากจำนวน 1 ใบ			
เหตุการณ์ (การถูกรางวัล)	มูลค่า	โอกาสถูกรางวัล	$x \cdot f(x)$
ถูกรางวัลที่ 1	6,000,000	0.000001	6.0
ถูกรางวัลที่ 2	2,000,000	0.000005	10.0
ถูกรางวัลที่ 3	80,000	0.00001	0.8
ถูกรางวัลที่ 4	40,000	0.00005	2.0
ถูกรางวัลที่ 5	30,000	0.0001	3.0
ถูกรางวัลข้างเคียงรางวัลที่ 1	10,000	0.000002	0.02
ถูกรางวัล เลขหน้า 3 ตัว	4,000	0.002	8.0
ถูกรางวัล เลขท้าย 3 ตัว	4,000	0.002	8.0
ถูกรางวัล เลขท้าย 2 ตัว	2,000	0.01	20.0
ไม่ถูกรางวัลเลย	-80	0.985832	-78.86656
$\sum_{all x} x f(x) = -30.68$			

การคำนวณโอกาสที่จะถูกรางวัลสลากล็อตโต้

$$1. \text{ 6 Winning Numbers (Jackpot)} = \frac{1}{13,983,816} = 0.00000007$$

$$2. \text{ 5 Winning Numbers} = \frac{\binom{6}{5}\binom{42}{1}}{\binom{49}{6}} = \frac{6 \cdot 42}{13983816} \approx \frac{1}{55491} \approx 0.00001802$$

$$3. \text{ 4 Winning Numbers} = \frac{\binom{6}{5}\binom{42}{1}}{\binom{49}{6}} = \frac{\frac{6 \cdot 5 \cdot 4 \cdot 3}{4 \cdot 3 \cdot 2 \cdot 1} \cdot \frac{43 \cdot 42}{2 \cdot 1}}{13983816} \approx \frac{1}{1033} \approx 0.000968053$$

$$4. \text{ 3 Winning Numbers} = \frac{\binom{6}{3}\binom{43}{3}}{\binom{49}{6}} = \frac{\frac{6 \cdot 5 \cdot 4}{3 \cdot 2 \cdot 1} \cdot \frac{43 \cdot 42 \cdot 41}{3 \cdot 2 \cdot 1}}{13983816} \approx \frac{1}{57} \approx 0.017543$$

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวสโรชา พิมพ์ชัย
วันเดือนปีเกิด	13 กุมภาพันธ์ 2536
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2558: ศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ตำแหน่ง	ลูกจ้างบริษัท สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล
ประสบการณ์ทำงาน	2559-ปัจจุบัน: ลูกจ้างบริษัท สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

