



**บทคัดย่อ**

**การประชุมวิชาการระดับชาติ  
ทางศิลปศาสตร์ประยุกต์ ครั้งที่ 1**

**14-15 พฤษภาคม 2553**

**มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ**





พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล  
ในตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

Behavior and Marketing Mix Factors Affecting Decisions Making of Purchasing Lottery  
in Sampraya, Cha Am, Phetchaburi

ประสพชัย พสุนนท์<sup>1</sup> รุ่งรัตน์ สุวรรณนที<sup>2</sup> สุกรรณิกา ชาวโพธิ์หลวง<sup>2</sup> และอารีรัตน์ วงษ์เพ็ชร<sup>2</sup>

Prasopchai Pasunon<sup>1</sup> Rungrat Suwannate<sup>2</sup> Sukannika Chawpholoung<sup>2</sup> and Areerat Wongpetch<sup>2</sup>

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรในตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี การจัดเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากขนาดตัวอย่าง 370 ราย ตัวแปรที่ใช้ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป ข้อมูลพฤติกรรมผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยใช้แบบแผนการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้าตามสัดส่วนประชากร ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่สมรสแล้ว มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี ประกอบอาชีพเกษตรกรกรรม โดยมีค่าใช้จ่ายในการเล่นต่องวดต่ำกว่า 1,000 บาท และจะซื้อเพียงเดือนละครั้ง ซื้อเพียงครั้งละหนึ่งใบ โดยมักซื้อในราคา 101 – 120 บาท ซึ่งวันสำคัญต่างๆ ไม่ได้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแต่อย่างใด และในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา ผู้ซื้อส่วนใหญ่เคยถูกรางวัลเลขท้าย 2 ตัว และ 3 ตัวมากที่สุด และมักจะนำเงินที่ได้ไปใช้ในการจับจ่ายซื้อของที่อยากได้ โดยส่วนใหญ่จะให้เหตุผลในการซื้อว่าเป็นการเสี่ยงโชคเพื่อหวังรวยทางลัด ในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสูงที่สุด

คำสำคัญ สลากกินแบ่งรัฐบาล พฤติกรรม ส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

The purposes of this research are to study the behavior and to study marketing mix factors that affect the decision to buy lottery. The participants were the population in Sampraya, Cha Am district, Phetchaburi province. The population is 370 people. The variables used in the research are General information, Information about lottery buyer behavior and Information about marketing mix factors that affect behaviors. The sampling plan and the proportion to the population quota were applied. The research found that most of the population was female as married had during 51-61 years and occupation agriculture. The cost/expense was less than 1,000 baths for a time while they buy a lottery per month and purchased was about 101-120 baht. However, the important holidays are not influence on decision marketing. The most won price are an award- end of number 2 and 3, and most of the winners often spent money on a lot of things that they want to buy. The reason to buy a lottery is the hoping for suddenly money. To regard the marketing mix factors. The researcher found that distribution channels are the most affecting.

**Keyword** Lottery, Behavior, Marketing Mix

<sup>1</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

<sup>2</sup> นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

## 1. บทนำ

ความนิยมในการเล่นการพนันเป็นพฤติกรรมที่อยู่คู่กับสังคมไทยมาอย่างช้านาน แทกรวมอยู่ในทุกระดับชนชั้นในสังคม ในประวัติศาสตร์เคยมีเรื่องเล่ากันว่าสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ได้ทรงโปรดการตีไถ่มาแต่เยาว์วัย ทรงใฝ่หาความรู้ และเสาะหาไถ่มาเลี้ยงไว้ ครั้นเสด็จไปประทับที่พม่า ก็ทรงนำไถ่ชนไปด้วย เมื่อประมาณปี พ.ศ. 2110 สมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงชนไถ่กับพระมหาอุปราชา (มังกะยอชวา) ผลปรากฏว่าไถ่ชนของพระมหาอุปราชากลับเป็นฝ่ายแพ้ไถ่ชนของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ทำให้พระมหาอุปราชาทรงพิโรธมาก เกิดโมหะตรัสเสียดสีเหยียดหยามว่า “ไถ่เขลยตัวนี้เก่งจริงนะ” สมเด็จพระนเรศวรจึงตรัสโต้ตอบเป็นเชิงทำอยู่ในที่ว่า “ไถ่ตัวนี้อ่าว่าแต่ตีพนันชนเอาเคิมพันเลข ถึงชนเอาบ้านเอาเมืองกันเมื่อไรก็ได้” [1]

การพนัน (Gambling) ถือเป็นวิธีการเสี่ยงโชคอย่างหนึ่งที่คนไทยให้ความสนใจและนิยม โดยการเล่นการพนันนั้นมิได้อยู่ในหลายรูปแบบทั้งที่ถูกกฎหมายและไม่ถูกกฎหมาย ทั้งที่เปิดเผยและที่ยังแอบแฝงอยู่ในรูปแบบที่แตกต่างกัน ซึ่งการเล่นห่วยในประเทศไทยมีวิวัฒนาการเรื่อยมาเริ่มตั้งแต่สมัยสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 3 เรื่อยมาจนถึงรัชกาลที่ 6 ในปี พ.ศ. 2466 ได้พระราชทานพระบรมราชานุญาตให้ออกตลอดเตอรีเสียปลา ล้านบาทเพื่อหารายได้บำรุงกองเสียปลาอาสาสมัคร ซึ่งพิมพ์จำนวน 1 ล้านฉบับ จำหน่ายฉบับละ 1 บาท และในสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 7 จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2482 จึงถือเป็นยุคที่สลากกินแบ่งรัฐบาลเริ่มดำเนินการอย่างจริงจัง โดยคณะรัฐมนตรีได้มีมติให้โอนกิจการสลากกินแบ่งรัฐบาล และสลากบำรุงเทศบาลมาสังกัดกระทรวงการคลังและได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการออกสลากกินแบ่งรัฐบาลขึ้น โดยมีพระยาพรหมทัตศรีพิลาสเป็นประธานกรรมการ เมื่อวันที่ 5 เมษายน 2482 จึงถือเป็นวันสถาปนาสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลจนถึงปัจจุบัน [2] จากการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกิจการของสำนักงานสลาก-

กินแบ่งรัฐบาล พบว่าคนส่วนมากเห็นว่าเป็นสิ่งที่ไม่ดี เพราะเข้าข่ายเป็นการพนันและอบายมุข และไม่พอใจที่มีการขายสลากกินแบ่งรัฐบาลที่เกินราคา แต่คนเหล่านี้ก็ยังคงมีพฤติกรรมซื้อหรือเล่นห่วยต่อไปไม่เปลี่ยนแปลงทั้ง ๆ ที่รู้ว่าโอกาสที่จะถูกรางวัลนั้นมีน้อยมาก และกิจการสลากกินแบ่งรัฐบาลก็ยังดำรงอยู่กับสังคมไทยมาอย่างยาวนาน [3]

สลากกินแบ่งรัฐบาล แม้ว่าจะมีสถานะทางการตลาดเป็นสินค้าที่ถูกต้องตามกฎหมายไม่อาจสามารถระบุเรียกได้ว่าการพนัน เพราะเป็นพัฒนาการอีกระดับภายใต้นิยามของ “เกมส์” ชนิดหนึ่ง โดยข้อเท็จจริงพื้นฐานในมวลชนระดับล่าง สลากกินแบ่งรัฐบาลเองก็มีระดับของความเป็นการพนัน ไม่น้อยกว่าห่วยซึ่งรัฐก็ได้มีความพยายามที่จะแยกสลากกินแบ่งรัฐบาลออกจากการพนันที่ชั่วร้าย โดยการให้นิยาม “เกมส์” จึงเป็นความพยายามที่สื่ออย่างไร้ความหมายในหมู่ประชาชนโดยทั่วไป และสมมติฐานเดิมๆ ที่แยกกลุ่มผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลออกจากกลุ่มผู้ซื้อห่วยได้ดินและการพนันอื่นๆ โดยอ้างว่าผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นกลุ่มผู้ที่มีการศึกษาปานกลางมีฐานะการครองชีพพอควร จึงถูกปฏิเสธโดยงานวิจัยใหม่ ๆ ทุกชิ้น [4]

สามพระยา เป็นตำบลหนึ่งที่อยู่ในอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี มีพื้นที่ทั้งหมด 115.59 ตารางกิโลเมตร พื้นที่ส่วนใหญ่ทำการเกษตร 39,064 ไร่ มีประชากรทั้งหมด 4,579 คน ภายในตำบลมีการนับถือทั้งศาสนาพุทธและอิสลามในสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันและสามารถอยู่รวมกันได้อย่างปกติสุข นอกจากนี้ ยังพบว่ามีการประกอบอาชีพ ทำไร่สัปปะรด ฟาร์มโคนม ฟาร์มแพะรับจ้างทั่วไป และพื้นที่ตำบลสามพระยายังเป็นที่ตั้งของส่วนราชการต่างๆ หลายแห่ง อาทิเช่น ศูนย์กักกันสัตว์เพชรบุรี วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีเพชรบุรี และองค์การบริหารส่วนตำบลสามพระยา [5] รวมไปถึงเป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ซึ่งมีหน้าที่ให้ความรู้และบริการวิชาการแก่

ชุมชน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกพื้นที่ตำบลสามพระยาเป็นพื้นที่เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยมุ่งหวังว่าผลจากการวิจัยจะเกิดประโยชน์ในแง่การทำ ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อสลากกินแบ่ง รัฐบาล

## 2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการซื้อสลากกินแบ่ง รัฐบาลในตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลในตำบล สามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

## 3. อุปกรณ์และวิธีการวิจัย

รายละเอียดของอุปกรณ์และวิธีการวิจัย มีดังนี้

3.1 การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อสำรวจ พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ซื้อสลากกิน แบ่งรัฐบาล โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ 15 – 31 มกราคม 2553

3.2 ประชากรเป้าหมายในการวิจัย คือ ผู้ซื้อ สลากกินแบ่งรัฐบาลในตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งประกอบไปด้วย 8 หมู่บ้าน คือ 1) สาม พระยา 2) ช้างแท่งกระจาด 3) คอนมะกอก 4) หนอง ข้าวนก 5) หนองโสน 6) อ่างหิน 7) กระจุกพัฒนา และ 8) โครงการพัฒนา ผู้วิจัยใช้รายชื่อตามทะเบียนราษฎร จำนวน 4,579 คน เป็นกรอบตัวอย่างในการวิจัย

3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยประกอบไปด้วย 1) ตัวแปรด้านข้อมูลส่วนบุคคล 2) ตัวแปรด้านพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และ 3) ตัวแปรด้านส่วน ประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกิน แบ่งรัฐบาล ตามแนวทางของสินีนาฏ ธรรมณี (2547) [6]

3.4 ขนาดตัวอย่างใช้แนวทางของ Yamane (1967) [7] จะได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 370 คน โดยผู้วิจัย เลือกใช้แบบแผนการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sample) ตามสัดส่วนของขนาดประชากร และผู้วิจัย กำหนดให้โควตาแยกตามหมู่บ้าน รายละเอียดของขนาด ประชากรและตัวอย่างในแต่ละหมู่บ้าน แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ขนาดประชากรและตัวอย่างการวิจัย

| หมู่บ้าน          | ขนาด (จำนวนคน) |          |
|-------------------|----------------|----------|
|                   | ประชากร        | ตัวอย่าง |
| 1. สามพระยา       | 649            | 52       |
| 2. ช้างแท่งกระจาด | 734            | 59       |
| 3. คอนมะกอก       | 703            | 57       |
| 4. หนองข้าวนก     | 747            | 60       |
| 5. หนองโสน        | 487            | 39       |
| 6. อ่างหิน        | 712            | 58       |
| 7. กระจุกพัฒนา    | 289            | 24       |
| 8. โครงการพัฒนา   | 258            | 21       |
| รวม               | 4,579          | 370      |

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ 1) คำถามเกี่ยวกับ ข้อมูลส่วนบุคคล 2) คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อ สลากกินแบ่งรัฐบาล 3) คำถามเกี่ยวกับส่วนประสมทาง การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และ 4) ข้อเสนอแนะ โดยมีขั้นตอนในการพัฒนา แบบสอบถาม ดังนี้

ขั้นที่ 1 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการ ตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล จากหนังสือ วารสาร เอกสาร และบทความ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

ขั้นที่ 2 กำหนดโครงสร้างของแบบสอบถาม เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้น ออกแบบคำถาม และวิธีการตอบคำถาม โดยคำนึงถึง ลักษณะภาษาที่ใช้

ขั้นที่ 3 ประเมินแบบสอบถามโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านพฤติกรรม ด้านการตลาด และด้านสถิติเพื่อตรวจสอบ ความถูกต้อง (Validity) โดยพิจารณาเลือกเฉพาะข้อ คำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถามแต่ละข้อกับ วัตถุประสงค์ (Index of Item – Objective Congruence: IOC) มากกว่า 0.50

ขั้นที่ 4 ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะ ของผู้ทรงคุณวุฒิ และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้ ชื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ในตำบลห้วยทรายเหนือ อำเภอ ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 45 ชุด เพื่อวัดความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่าค่า สัมประสิทธิ์ที่ได้เท่ากับ 0.925 จะเห็นว่ามีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง [8]

ขั้นที่ 5 นำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูล ภาคสนามในตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัด เพชรบุรี จำนวน 370 ชุด เพื่อสอบถามผู้ซื้อสลากกินแบ่ง รัฐบาลเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้ คือ 1) สถิติพรรณนา คือ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ในการบรรยายลักษณะ ข้อมูลทั่วไป พฤติกรรม และปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และ 2) สถิติอนุมาน คือ ตัวสถิติ t (t-test for Independent Samples) และตัวสถิติ F (One-way ANOVA) เพื่อใช้ เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล แยกตามลักษณะ ข้อมูลทั่วไปที่แตกต่างกัน ในกรณีที่ปฏิเสธสมมติฐาน หลัก ผู้วิจัยจะทำการทดสอบรายคู่โดยการเปรียบเทียบพหุ (Multiple Comparison Test) ด้วยวิธีค่าแตกต่างนัยสำคัญ น้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) ที่ระดับ นัยสำคัญ 0.05 และ สำหรับโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้ใน การคำนวณ คือ โปรแกรม SPSS

3.7 การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของ ประเด็นคำถามเป็นข้อในแต่ละด้านในแบบสอบถาม ใช้ เกณฑ์การแปลความหมายตามแนวทางของวัน เดชพิชัย [9] คือ 1) ค่าระหว่าง 4.51 – 5.00 หมายความว่ามีความ สำคัญมากที่สุด 2) ค่าระหว่าง 3.51 – 4.50 หมายความว่ามีความ สำคัญมาก 3) ค่าระหว่าง 2.51 – 3.50 หมายความว่ามีความ สำคัญปานกลาง 4) ค่า ระหว่าง 1.51 – 2.50 หมายความว่ามีความ สำคัญ น้อย และ 5) ค่าระหว่าง 1.00 – 1.50 หมายความว่ามีความ สำคัญน้อยที่สุด

#### 4. ผลการวิจัย

เมื่อสำรวจข้อมูลตามแบบแผนการสุ่มตัวอย่าง แล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จาก แบบสอบถามทั้ง 370 ชุด พบว่า ข้อมูลมีความถูกต้อง สมบูรณ์จากนั้นนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม สำเร็จรูป SPSS และสามารถแสดงผลการคำนวณ ดังนี้

4.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วน ใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.90 และอยู่ในช่วงอายุ 51 – 60 ปี โดยสมรสแล้ว ร้อยละ 58.15 ด้านระดับการศึกษา พบว่า ร้อยละ 38.40 อยู่ในระดับประถมศึกษา ประกอบ อาชีพเกษตรกร ร้อยละ 24.35 และมีสมาชิกใน ครอบครัว 4 – 6 คน ร้อยละ 51.13 มีรายได้ส่วนตัวต่อ เดือน 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 56.75 และมีรายจ่าย หลักคือค่าอุปโภคบริโภค ร้อยละ 61.35

4.2 ลักษณะพฤติกรรมเกี่ยวกับการซื้อสลากกิน แบ่งรัฐบาลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ จะซื้อสลาก ในราคา 101-120 บาท ร้อยละ 78.12 จะซื้อสลากเดือนละ หนึ่งครั้ง และจะซื้อเพียงครั้งละหนึ่งใบ ร้อยละ 67.02 มักจะเลือกสถานที่ซื้อจากแผงขายสลากทั่วไป ร้อยละ 51.89 และซื้อสลากโดยไม่สนใจวันสำคัญต่างๆ ร้อยละ 62.16 และร้อยละ 44.6 มักจะมีพฤติกรรมการเลือกเลขบน สลากที่ตนซื้ออยู่ประจำ รวมทั้งถ้าไม่มีเลขที่ต้องการก็

มักจะเลือกเลขที่ใกล้เคียงกัน ร้อยละ 26.21 และมีประสบการณ์ในการซื้อขายมานานมากกว่า 5 ปีขึ้นไป ร้อยละ 42.16

4.3 สำหรับด้านพฤติกรรมกรรมการถูกรางวัลของกลุ่มตัวอย่างในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาพบว่า ร้อยละ 59.45 ไม่เคยถูกรางวัลเลย แต่พบว่าส่วนใหญ่เคยถูกรางวัลเลขท้าย 2 ตัว จำนวน 1 ครั้ง ร้อยละ 22.16 และถูกรางวัลเลขท้าย 3 ตัว จำนวน 1 ครั้ง ร้อยละ 15.13 โดยยังจะซื้อในสัดส่วนเท่าเดิมร้อยละ 34.59 และมักให้เหตุผลในการซื้อว่าอยากเสี่ยงโชคเพื่อหวังความร่ำรวยทางลัด ร้อยละ 89.72 สำหรับด้านความรู้สึกเมื่อถูกรางวัลส่วนใหญ่มักจะรู้สึกดีใจมาก ร้อยละ 47.45 และรู้สึกเสียค่าเงินเมื่อไม่ถูกรางวัล ร้อยละ 31.10 นอกจากนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่าจากพฤติกรรมกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะไม่เล่นพนันในรูปแบบอื่นๆ ร้อยละ 80.82 และเล่นพนันในรูปแบบอื่นๆ ร้อยละ 19.18 โดยที่คิดจะเสี่ยงโชครูปแบบอื่นร้อยละ 3.52 และไม่คิดเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่นร้อยละ 96.48

4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล รายละเอียดของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแสดงดังตารางที่ 2 โดยเรียงลำดับตามความสำคัญ ดังนี้

ลำดับที่ 1 ด้านช่องทางการจำหน่าย ( $\bar{X}=3.56$ ,  $SD=0.67$ ) โดยมีข้อมูลที่สำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1) ความพึงพอใจในการจำหน่ายของคนพิการ 2) การเดินทางไปซื้อมีความสะดวก และ 3) ความพึงพอใจในการจำหน่ายแบบเดินขายเร็ว ตามลำดับ

ลำดับที่ 2 ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X}=3.11$ ,  $SD=0.56$ ) โดยมีข้อมูลที่สำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1) การบริการที่ดีของผู้ขาย 2) สลากกินแบ่งรัฐบาลมีขนาดเล็กง่ายต่อการนำไปขึ้นเงิน และ 3) จำนวนเงินรางวัลที่ปรากฏหน้าร้านมีความโดดเด่น ตามลำดับ

ลำดับที่ 3 ด้านการส่งเสริมการขาย ( $\bar{X}=3.05$ ,  $SD=0.99$ ) โดยมีข้อมูลที่สำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1) ความพึงพอใจในการแนะนำเลขเด็ดของผู้ขาย 2) ความพึง

พอใจในการลดราคาก่อนออกรางวัล (แบบชุด) และ 3) ความพึงพอใจในการลดราคาก่อนออกรางวัล (แบบใบเดียว) ตามลำดับ

ลำดับที่ 4 ด้านราคา ( $\bar{X}=2.97$ ,  $SD=0.77$ ) โดยมีข้อมูลที่สำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1) ราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับการจัดจำหน่ายในช่องทางอื่น 2) การแจ้งราคาและเงินรางวัลก่อนซื้อ และ 3) ราคาสลากกินแบ่งรัฐบาลมีความเหมาะสมในการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

4.5 เมื่อตรวจสอบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ปัจจัย คือ ด้านสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ตามปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ด้วยตัวสถิติ t และตัวสถิติ F พบว่าส่วนประสมทางการตลาดไม่มีความแตกต่างกันเมื่อเพศ อายุ รายจ่ายต่อเดือน รายได้หลัก รายได้ต่อเดือน และรายจ่ายหลัก แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดให้มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั้น สามารถทดสอบรายคู่โดยการเปรียบเทียบพหุได้ผลลัพธ์ ดังนี้

4.5.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาแตกต่างกัน เมื่อจำนวนสมาชิกที่เล่นการพนัน มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ครอบครัวที่ไม่มีสมาชิกเล่นการพนัน และครอบครัวที่มีสมาชิกเล่นการพนันตั้งแต่ 4 คนขึ้นไป มีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.5.2 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน เมื่ออาชีพ มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่ว่างงาน และผู้ที่ประกอบอาชีพอื่นๆ มีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.5.3 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายแตกต่างกัน เมื่อสถานะภาพระดับการศึกษาและอาชีพมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ 1) สมรสกับ โสดและหย่าหม้าย 2) ปริญญาตรีกับต่ำกว่าประถมศึกษา ประถมศึกษา มัธยมต้นและมัธยมปลาย และ 3) ว่างงานกับรับจ้างรายวัน เจ้าของกิจการ ค้าขาย รับจ้างทั่วไป นักเรียน/นักศึกษา และเกษตรกรมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

| ปัจจัย   | ระดับความสำคัญ (ร้อยละ) |       |         |       |            | $\bar{X}$   | SD          | ความหมาย          |
|--|-------------------------|-------|---------|-------|------------|-------------|-------------|-------------------|
|  | มากที่สุด               | มาก   | ปานกลาง | น้อย  | น้อยที่สุด |             |             |                   |
| <b>1. ด้านผลิตภัณฑ์</b>                                      |                         |       |         |       |            | <b>3.11</b> | <b>0.56</b> | <b>มาก</b>        |
| 1.1 การบริการที่ดีของผู้ขาย                                  | 7.83                    | 49.45 | 33.78   | 7.29  | 1.65       | 3.55        | 0.80        | มาก               |
| 1.2 สลากกินแบ่งรัฐบาลมีขนาดเล็กง่ายต่อการนำไปขึ้นเงินรางวัล  | 6.75                    | 38.64 | 45.67   | 7.05  | 1.89       | 3.41        | 0.79        | ปานกลาง           |
| 1.3 ตัวเลขมีความดึงดูดใจน่าซื้อ                              | 3.53                    | 19.18 | 31.35   | 34.32 | 11.62      | 2.69        | 1.02        | ปานกลาง           |
| 1.4 สลากกินแบ่งรัฐบาลมีการจัดพิมพ์ลวดลายตามเทศกาลต่าง ๆ      | 2.70                    | 13.27 | 28.63   | 35.13 | 20.27      | 2.43        | 1.03        | น้อย              |
| <b>2. ด้านราคา</b>   |                         |       |         |       |            | <b>2.97</b> | <b>0.77</b> | <b>น้อยที่สุด</b> |
| 2.1 ราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับการจัดจำหน่ายในช่องทางอื่น | 4.34                    | 30.27 | 40.54   | 18.64 | 6.21       | 3.08        | 0.95        | ปานกลาง           |
| 2.2 มีการแจ้งราคาและเงินรางวัลก่อนซื้อ                       | 5.40                    | 24.86 | 41.89   | 20.56 | 7.29       | 3.01        | 0.98        | ปานกลาง           |
| 2.3 ราคาสลากกินแบ่งรัฐบาลมีความเหมาะสมในการจัดจำหน่าย        | 3.00                    | 17.56 | 47.02   | 24.86 | 7.56       | 2.84        | 0.90        | น้อย              |
| <b>3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>                           |                         |       |         |       |            | <b>3.56</b> | <b>0.67</b> | <b>มากที่สุด</b>  |
| 3.1 ฟังพอใจในการจำหน่ายของคนพิการ                            | 20.81                   | 40.54 | 27.83   | 7.85  | 2.97       | 3.68        | 0.98        | มาก               |
| 3.2 การเดินทางไปซื้อมีความสะดวก                              | 11.08                   | 44.05 | 38.37   | 6.23  | 0.27       | 3.59        | 0.77        | มาก               |
| 3.3 สถานที่จำหน่ายมีเพียงพอ                                  | 12.43                   | 40.00 | 39.45   | 7.02  | 1.10       | 3.56        | 0.83        | มาก               |
| 3.4 ฟังพอใจในการจำหน่ายแบบเดินขายเร็ว                        | 10.83                   | 38.91 | 41.62   | 7.83  | 0.81       | 3.51        | 0.82        | มาก               |
| <b>4 ด้านการส่งเสริมการขาย</b>                               |                         |       |         |       |            | <b>3.05</b> | <b>0.99</b> | <b>ปานกลาง</b>    |
| 4.1 ฟังพอใจในการแนะนำเลขเด็ดของผู้ขาย                        | 12.43                   | 34.32 | 31.10   | 14.86 | 7.29       | 3.30        | 1.09        | ปานกลาง           |
| 4.2 ฟังพอใจในการลดราคาสลากกินแบ่งรัฐบาล (แบบเป็นชุด)         | 12.16                   | 25.94 | 24.35   | 19.45 | 18.10      | 2.95        | 1.29        | ปานกลาง           |
| 4.3 ฟังพอใจในการลดราคาสลากกินแบ่งรัฐบาล (แบบใบเดียว)         | 12.70                   | 24.35 | 24.05   | 19.72 | 19.18      | 2.92        | 1.30        | ปานกลาง           |



## 5. สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาโดยภาพรวม พบว่า โดยส่วนมากผู้ซื้อสลากจะเป็นเพศหญิงที่ประกอบอาชีพเกษตรกร มีระดับการศึกษาไม่เกินกว่าระดับประถมศึกษา มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท สำหรับพฤติกรรมการซื้อสลาก พบว่า ส่วนใหญ่จะซื้อเดือนละครั้ง และเพียงครั้งละหนึ่งใบ โดยมีเหตุผลส่วนตัวในการซื้อคือต้องการเสี่ยงโชคเพื่อหวังความร่ำรวยทางลัด จึงสรุปได้ว่าผู้ซื้อที่มีพฤติกรรมการเสี่ยงโชคในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลในจำนวนที่ไม่มากนักและชอบเสี่ยงโชคอย่างถูกกฎหมาย

จากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่ดีต่อช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจำหน่ายโดยผู้พิการ เนื่องจากผู้ซื้อส่วนใหญ่เกิดการตัดสินใจซื้อได้รวดเร็วกว่าปัจจัยอื่น และจากความเชื่อมโยงระหว่างพฤติกรรม ความคาดหวัง ความต้องการด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด แสดงให้เห็นถึงปัจจัยภายใต้ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) [10] ซึ่งกล่าวไว้ว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยวิเคราะห์จากผลการวิจัยและเหตุผล แต่ผู้ซื้อก็มีได้มีพฤติกรรมที่ลุ่มหลงมกยที่มากเกินไปจนละทิ้งหน้าที่การงานของตนและภายใต้จิตสำนึกที่ดีก็ยังไม่ให้ความช่วยเหลือและอุดหนุนสินค้าของผู้พิการโดยไม่ลังเลใจ ในขณะที่ช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้พิการมีไม่มากนัก ผู้ซื้อส่วนใหญ่จึงต้องเดินทางไปซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจากแผงขายทั่วไป หากภาครัฐสามารถอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มผู้พิการให้สามารถเข้าถึงบริการของรัฐ โดยเฉพาะในส่วนของบริการคมนาคมสำหรับผู้พิการให้มีความสะดวกจะช่วยในการลดช่องว่างทางสังคม

สลากกินแบ่งรัฐบาล ถือได้ว่าเป็นสินค้าที่มีความอ่อนไหวง่าย โดยมีความหมายทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ทั้งนี้ยังมีคุณค่าในแง่การหารายได้เข้ารัฐเพื่อใช้ในการพัฒนาประเทศ แต่ในอีกแง่หนึ่งหากประชาชนผู้บริโภคหมกมุ่นในการซื้อสลากมากเกินไปอาจส่งผลเสียในแง่ของการมอมเมาประชาชนของประเทศ

ปัจจุบันมีผู้จำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นจำนวนมากขึ้นเป็นลำดับ อันเนื่องมาจากการขยายตัวของชุมชน ดังนั้น จึงมีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้นในเรื่องของการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งผู้จำหน่ายแต่ละคนจะมีวิธีการที่แตกต่างกันไป อาทิ การนำเลขเด็ดจากสำนักต่างๆ มาแนะนำ หรือแม้กระทั่งการถือเลขจากการคำนวณจากบุคคลที่มีชื่อเสียงต่างๆ อย่างไรก็ตาม ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นแล้วนั้น ผู้จำหน่ายควรมีจริยธรรมในการขาย คือ ในการซื้อขายควรให้เป็นวิจรรย์ญาณของผู้ซื้อเอง ไม่ควรชี้แนะแนวทางที่เกินความเป็นจริงหรือพูดโน้มน้าวมากเกินไป อีกทั้งในส่วนองราคาที่เป็นปัญหาในปัจจุบัน คือ การขายเกินราคาที่กำหนดในสถานการณ์ที่ผู้ซื้อหาซื้อเลขดังกล่าวจากที่ใดไม่ได้หรือเป็นเลขที่ได้รับความนิยมถือว่าเป็นการเอาเปรียบผู้ซื้ออย่างยิ่ง ผู้ขายควรตระหนักถึงความรู้สึกของผู้บริโภคที่อาจนำไปสู่การซื้อขายกันในครั้งต่อไป ผู้บริโภคจะซื้อซ้ำอีกหรือไม่ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการปฏิบัติของผู้ขายเป็นสำคัญ

นอกจากนี้ ทางรัฐบาลควรมีการปรับเปลี่ยนตัวสินค้าเพื่อความสะดวกในการจำหน่าย อาทิ ปรับขนาดของสลากฯ ให้เล็กลงและเพิ่มความหนาของหนอกกับเนื้อกระดาษเพื่อป้องกันการปลอมแปลง เป็นต้น อีกทั้งทางรัฐบาลควรปรับจำนวนของเงินรางวัลให้มีสัดส่วนที่น้อยลงอีกเพื่อเป็นทางเลือกที่มีให้ผู้บริโภคซื้อในปริมาณที่เกินความต้องการในการเสี่ยงโชคของตน

## 6. ข้อเสนอแนะ

สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยนี้ มีดังนี้

6.1 ข้อเสนอแนะด้านการตลาด พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นอันดับแรก โดยผู้ซื้อให้ความสนใจในความพึงพอใจต่อการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจากคนพิการ แต่กลับพบว่า การจำหน่ายโดยคนพิการกับการเดินขายเร่ยังมีจำนวนที่น้อยมาก ทำให้ผู้ซื้อต้องเดินทางไปซื้อตามพื้นที่ที่มีแผงขายสลาก ดังนั้นสำนักงานสลากกินแบ่ง



รัฐบาล ควรกระจายสลากฯ ให้ทั่วถึง และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อความสะดวกสบายของผู้ซื้อสลากฯ และด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากฯ น้อยที่สุด โดยผู้ซื้อให้ความสนใจราคาที่มีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับช่องทางอื่น ปัญหาที่พบจากการวิจัย คือ ผู้บริโภคเห็นว่าราคาของสลากมีราคาที่สูงเกินไป เนื่องจากวงจรการขายสลากกินแบ่งรัฐบาลมีความซับซ้อนในการกระจายผลิตภัณฑ์จนทำให้ผู้ขายรายย่อยสามารถดึงราคาสลากกินแบ่งรัฐบาลให้สูงขึ้นได้ก่อนที่จะนำออกขายไปยังผู้บริโภค ดังนั้น สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลควรมีมาตรการควบคุมราคาในการจัดจำหน่ายให้เป็นมาตรฐาน

6.2 ข้อเสนอแนะด้านสังคม สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลควรเปิดโอกาสให้กับผู้จำหน่ายที่เป็นผู้พิการในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยคนพิการที่ได้รับความนิยมนมากที่สุด โดยมีการอำนวยความสะดวกในการไปรับสลากกินแบ่งรัฐบาลมาจำหน่าย ควรพัฒนาหรือสร้างศูนย์จำหน่ายในแต่ละจังหวัดที่ผู้พิการสามารถเดินทางได้อย่างสะดวก ทั้งนี้เป็นการช่วยลดปัญหาการว่างงานของผู้พิการ และสร้างรายได้ให้ผู้พิการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

6.3 การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการสำรวจเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในตำบลสามพระยาเท่านั้น ขอบเขตการศึกษาอาจทำให้ได้ผลการศึกษาที่แตกต่างจากผลการศึกษาอื่นๆ ดังนั้น ควรที่จะศึกษาในเรื่องสลากกินแบ่งรัฐบาลในแง่ของพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในพื้นที่อื่นๆ หรือขยายขอบเขตการวิจัยให้กว้างกว่านี้ทั้งในส่วนระดับอำเภอ จังหวัด ภาค หรือระดับประเทศ

## 7. เอกสารอ้างอิง

- [1] วิเชียร สันติศิริ. (2542). ประวัติการชนไก่. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: บริษัท เพื่อนเกษตรกร จำกัด.

- [2] อนุรัตน์ ไคว่คาย. (2551). *the Lottery*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: บริษัท สำนักพิมพ์ แสงแดดจำกัด.
- [3] ทศนีย์ ลักขณาภิชนชัช. (2537). ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล. วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [4] นิตกร ค่านภาคภูมิ. (2543). พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเกี่ยวกับสภาพของผู้ซื้อในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [5] องค์การบริหารส่วนตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี. (2552). [ออนไลน์]. สืบค้นได้จาก <http://www.sampraya.go.th/home.php> (20 มกราคม 2553).
- [6] สินีนาฏ ธรรมณี. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อหวยบนดินของประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [7] Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis*. New York: Harper and Row.
- [8] สรชัย พิสารบุตร เสาวรส ใหญ่สว่าง และปรีชา อัครเดชาบุตร. (2549). การสร้างและประมวลผลข้อมูลจากแบบสอบถาม. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วิทย์พัฒน์ จำกัด.
- [9] วัน เดชพิชัย. (2535). คู่มือการวิจัยและประเมินโครงการทางการศึกษาและพฤติกรรมศาสตร์ (เกณฑ์การแปลความหมาย). ปัตตานี: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.
- [10] ธงชัย สันติวงษ์. (2517). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.