

มูลเหตุและผลกระทบเชิงพฤติกรรมที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม
ระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ
พฤศจิกายน 2557

มูลเหตุและผลกระทบเชิงพฤติกรรมที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม
ระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ
พฤศจิกายน 2557
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

มูลเหตุและผลกระทบเชิงพฤติกรรมที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม
ระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ

พฤษภาคม 2557

วนิดา ศรีเหนียง. (2557). มूलเหตุและผลกระทบเชิงพฤติกรรมที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง. ปรินุญานิพนธ์ บธ.ม.

(การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษา ปรินุญานิพนธ์: อาจารย์ ดร.ธนภูมิ อติเวทิน.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษามูลเหตุและผลกระทบเชิงพฤติกรรมที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง โดยอาศัยระเบียบวิธีวิจัยเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 400 คนเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความถี่ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ แบบเพียร์สัน และระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จำนวน 42 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ พนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ และเป็นผู้ที่ซื้อหรือเคยซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลทั้งเพศชายและเพศหญิงที่อาศัยอยู่ในจังหวัดระยอง จำนวน 442 คน

จากการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีสถานภาพสมรสโสด สำเร็จการศึกษานุปริญญาหรือปวส. มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 12,001 - 14,000 บาท มีแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับสลากกินแบ่งรัฐบาลในด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ อยู่ในระดับน้อย และด้านความคิดเห็น อยู่ในระดับปานกลาง มีทัศนคติโดยรวมต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่า นิยมซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจำนวน 1-3 ฉบับ มีความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 1-6 ครั้งต่อปี ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง ประมาณ 100-500 บาท ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจากร้านค้าแผงลอยทั่วไป ซื้อในช่วงเวลาเช้าของวันที่ออกรางวัล สาเหตุหลักๆ คือ ต้องการถูกรางวัล และเป็นผู้ตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้วยตนเอง ในขณะที่ให้ความเห็นว่าผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยรวม อยู่ในระดับน้อย

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

1. ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านเหตุผลโดยรวม มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านอารมณ์โดยรวม มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำและไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

3. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจโดยรวม มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

4. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นโดยรวม มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ และความถี่ในการซื้อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5. ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึชอบโดยรวม และด้านความตั้งใจในการซื้อโดยรวม มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

6. พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและไปในทิศทางตรงกันข้ามกับผลกระทบด้านการใช้จ่ายของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ในส่วนของวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะผู้บริโภคมีความมั่นใจในสลากกินแบ่งรัฐบาล มีความสะดวกในการซื้อ เงินรางวัล และความสนุกสนานเพลิดเพลิน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งสอดคล้องกับผลวิธีวิจัยเชิงปริมาณ

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะผู้บริโภคมักจะมีกิจกรรม และให้ความสนใจ ในรูปแบบที่หลากหลายแตกต่างกันโดยส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับสิ่งใกล้ตัว เช่น การพูดคุยแลกเปลี่ยนกับคนรอบข้างหรือพ่อค้าแม่ค้า มีความสนใจในหลักการหรือวิธีการหาเลขเด็ด ซึ่งสอดคล้องกับผลวิธีวิจัยเชิงปริมาณ

ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะผู้บริโภครู้ถึงประโยชน์ของสลากกินแบ่งรัฐบาล ถึงแม้ว่าจะไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารของสลากกินแบ่งรัฐบาลมากนัก แต่ความสะดวกในการหาซื้อ และเหตุผลที่เป็นการเสี่ยงโชคแบบถูกกฎหมายก็ทำให้เกิดความรู้สึกชอบและตั้งใจที่จะเลือกซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับผลวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ในขณะที่ในด้านผลกระทบ พบว่าพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมีผลกระทบต่อการใช้จ่ายของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ซึ่งสอดคล้องกับผลวิธีวิจัยเชิงปริมาณ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสร้างความน่าเชื่อถือในการออกรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล เช่นการกำหนดมาตรฐานในการออกรางวัลอย่างโปร่งใส มีขั้นตอนที่สามารถตรวจสอบการออกรางวัลได้ทุกขั้นตอน การประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ประชาชนเข้าใจ

วัตถุประสงค์ของการจำหน่ายสลากถึงรายได้จากการจำหน่ายสลากสามารถนำไปทำประโยชน์ในการช่วยเหลือสังคมหรือเป็นการพัฒนาประเทศได้จริง และควรให้ความรู้ความเข้าใจกับประชาชนเกี่ยวกับการเสี่ยงโชคเพื่อให้ตระหนักถึงโทษของการพนันที่อาจเกิดขึ้นทั้งกับตนเองและผู้อื่น รวมถึงควรมีการรณรงค์เกี่ยวกับการออมเงินและการวางแผนการใช้จ่ายให้กับประชาชนควบคู่ไปด้วย



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



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration Degree in Management

At Srinakharinwirot University

November 2014

Wanida Srinang. (2014). *Causes and Effect of the Lottery Buying Behavior among the Factory Workers in Operation-level in Rayong Province*. Master thesis, M.B.A. (Management).
Bangkok: Graduate College, Srinakharinwirot University. Thesis Advisor:
Dr. Tanapoom Ativetin.

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

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

The results from statistical testing were shown as followed:

1. The factor regarding motivation in terms of overall reason positively correlated at a low level with lottery buying behavior in terms of frequency of purchase, at 0.05 statistical level of significance.
2. The factor regarding motivation in terms of overall emotion positively correlated at a quite low level with lottery buying behavior in terms of frequency of purchase, at 0.01 statistical level of significance.

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

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

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

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

For qualitative research methodology, it could be concluded that motivation factors had influenced lottery buying behaviors as most consumers have had confidence in lottery from the facts that they are easy to buy, prize attractiveness and fun. These are stimulants to lottery buying behaviors, could support the findings from the quantitative research methodology

The lifestyles factors have influenced lottery buying behaviors. Generally, consumers had different activities, opinions and interests, but they likely paid attention to things around them such as chatting with peers or vendors and are interested in ways of finding lucky numbers, could support the findings from the quantitative research methodology

The attitude factors have influenced lottery buying behaviors. Most consumers know the benefits of lottery although they do not get much information about it. However, the facts that lottery can be easily purchased and legally gambled still attracted people to buy it. In terms of impact, it was discovered that the behavior of buying lottery affected the spending of the factory workers in operation-level in Rayong province at a small level. So overall qualitative method findings are very useful for giving further explanation of lottery buying behaviors apart from quantitative methods.

The suggestion from this research stated that the involving agencies should build trust in the process of lottery prize drawing. For instance, they should set up a standard of transparent drawing process which could be verified in every step and give information to public so that they could understand the objective of the selling of lottery of which income can really be utilized for country development. Besides, they should inform public about the risk taking so that they realize

the bad effects of gambling which may happen to the gamblers themselves and to other people. Furthermore, there should create and launch a campaign which promoting saving and spending plans for people as well.



ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

มูลเหตุและผลกระทบเชิงพฤติกรรมที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล
ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

ของ

วนิดา ศรีเหนียง

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)
วันที่ เดือน พ.ศ. 2557

อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

.....ที่ปรึกษา
(อาจารย์ ดร.ชนภูมิ อติเวทิน)

.....ประธาน
(อาจารย์ ดร.ภูวเดช ไชราเรือง)

.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ชนภูมิ อติเวทิน)

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยดีเป็นเพราะผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างยั้งจากอาจารย์ ดร.ธนภูมิ อติเวทิน ที่ให้เกียรติเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ โดยให้ความรู้ คำแนะนำ และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการทำงาน ตลอดจนการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ รศ. สุพาดดา สิริกุตตา และ อาจารย์ ดร.กัลยกิตติ์ กীরติอังกูร ที่ให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ยิ่ง และให้ความกรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ได้กรุณาให้ความรู้ทั้งทฤษฎี รวมถึงการประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ ขอขอบพระคุณพี่ๆ เจ้าหน้าที่โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำต่างๆ และอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาการศึกษาของผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัย เพื่อการทำปริญญานิพนธ์

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อปิยะชาติ และคุณแม่เพ็ญพร ศรีเหนียง ที่ได้สนับสนุนด้านการศึกษา คอยให้กำลังใจ ห่วงใย และดูแลเอาใจใส่ผู้วิจัยเสมอมา และขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่มีความจริงใจ ความหวังดี และมิตรภาพที่ดีเสมอมา พร้อมทั้งให้คำแนะนำ คำปรึกษา รวมทั้งเป็นกำลังใจจนสามารถทำให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาการทำปริญญานิพนธ์ จนกระทั่งเสร็จสิ้นด้วยความเรียบร้อย

วนิดา ศรีเหนียง

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
สมมติฐานในการวิจัย.....	7
2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตั้งใจซื้อ.....	15
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	17
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ.....	30
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต.....	32
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลกระทบ.....	36
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออม.....	37
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้จ่าย.....	42
ความเป็นมาของสลากกินแบ่งรัฐบาล (ล็อตเตอรี่) ไทย.....	43
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	45
3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ.....	49
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	50

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 (ต่อ)	
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	58
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ.....	61
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	62
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	62
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	64
ข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึก.....	140
5. สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สังเขป ความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	164
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	165
อภิปรายผล.....	173
ข้อเสนอแนะ.....	183
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	184
บรรณานุกรม.....	185
ภาคผนวก.....	189
ภาคผนวก ก.....	196

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ภาคผนวก (ต่อ)	
ภาคผนวก ข.....	202
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	204



บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 คำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้บริโภค (7Os) โมเดลโครงสร้าง.....	28
2 ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle หรือ AIOs) และลักษณะด้าน ประชากรศาสตร์ (Demographics).....	36
3 ลักษณะการออมและผลของการออม.....	39
4 แสดงจำนวน (ความถี่) และคำร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	64
5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลาก กินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง.....	66
6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงาน โรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านกิจกรรม.....	67
7 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงาน โรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความสนใจ.....	68
8 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงาน โรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความคิดเห็น.....	68
9 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง.....	69
10 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่ง รัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง.....	72
11 แสดงค่าจำนวน และร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของ พนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง.....	73
12 แสดงจำนวนและคำร้อยละของข้อมูลผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของ พนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านการออม.....	75
13 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลผลกระทบจากการซื้อสลากกิน แบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านการ ใช้จ่าย.....	77
14 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง กับพฤติกรรม การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัด ระยอง ด้านปริมาณการซื้อ.....	78

บัญชีตาราง (ต่อ)

[illegible]

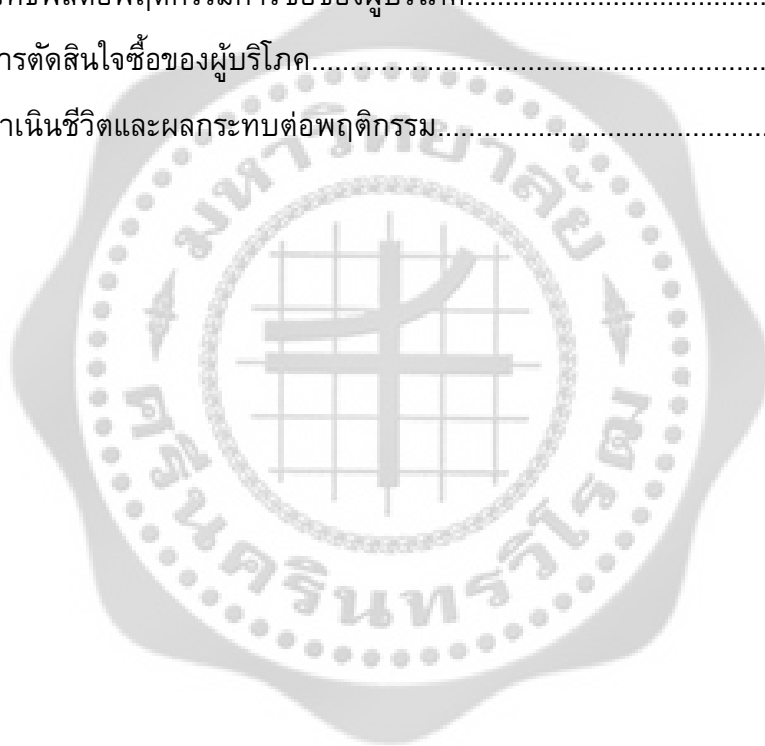
บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
24 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 1.....	130
25 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 2.....	130
26 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 3.....	130
27 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 4.....	131
28 แสดงสรุปพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่ง รัฐบาลของผู้บริโภคจำนวน 40 คนจากการสัมภาษณ์เชิงลึก.....	132



บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2 โมเดลโครงสร้างทัศนคติ.....	12
3 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ ความตั้งใจและพฤติกรรม.....	16
4 รูปแบบพฤติกรรมการซื้อขาย.....	19
5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค.....	26
6 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	27
7 แบบการดำเนินชีวิตและผลกระทบต่อพฤติกรรม.....	35



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การเลี้ยงโซคที่ถูกกฎหมายและได้รับความนิยมเป็นอันดับแรก ๆ ในประเทศไทย คือ สลากกินแบ่งรัฐบาล (ลอตเตอรี่) ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล การออกสลากกินแบ่งรัฐบาลในประเทศไทยเริ่มมีขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 โดยมีฝรั่งชาวอังกฤษชื่อ “ครูอัล บาสเตอร์” เป็นผู้นำลักษณะการออกรางวัลสลากแบบยุโรป มาเผยแพร่เป็นคนแรก เรียกว่า “ลอตเตอรี่” โดยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทาน พระบรมราชานุญาตให้กรมทหารมหาดเล็กลอตเตอรี่เป็นครั้งแรกในประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ. 2417 (สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล. 2555: ออนไลน์) ได้มีการออกพระราชบัญญัติสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลขึ้น กำหนดให้สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นนิติบุคคล และเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงการคลัง และตั้งแต่นั้นมา กิจการสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ได้มีการพัฒนารูปแบบการออกสลากกินแบ่งมาเรื่อย ๆ จนถึงปัจจุบัน สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลได้ออกสลากกินแบ่งรัฐบาล ทุกวันที่ 1 และ 16 ของทุกเดือนรวม 24 งวดต่อหนึ่งปี จำนวนสลากทั้งสิ้น 72 ล้านฉบับ แบ่งเป็นสลากกินแบ่งรัฐบาล 50 ล้านฉบับ และสลากกาชาดพิเศษ สลากกาชาดไทย 22 ล้านฉบับ

ในสังคมไทยการพนันหรือการเลี้ยงโซคนั้นถือเป็นส่วนหนึ่งของความบันเทิงแล้วยังจัดเป็นแหล่งสร้างรายได้ของรัฐบาลเพื่อสนับสนุนกิจการสาธารณะและเพื่อสังคม ในอดีตเคยมีการกำหนดให้การพนันเป็นสิ่งที่ถูกต้องตามกฎหมาย ตั้งแต่ในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น มีการสนับสนุนให้มีการพนันเพื่อการเก็บภาษีอากรบ่อนเบี้ย อากรหวย เป็นต้น ต่อมาการพนันมีพัฒนาการของรูปแบบที่มีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งผิดกฎหมายและถูกกฎหมาย ซึ่งสลากกินแบ่งรัฐบาลก็เป็นการพนันเลี้ยงโซคที่ถูกกฎหมายอย่างหนึ่งที่ได้รับคามนิยมในสังคมไทยอย่างมาก โดยวัตถุประสงค์ของสลากกินแบ่งฯ นำเงินที่ได้ไปช่วยเหลือสังคม นอกเหนือจากรายได้ที่แน่นอนที่ต้องส่งเข้ารัฐไม่ต่ำกว่า 28 เปอร์เซ็นต์ตามข้อกำหนดเพื่อเป็นงบประมาณแผ่นดินใช้ในการบริหารประเทศแล้ว ยังมีการแบ่งเงินช่วยเหลือสังคมในด้านการสาธารณสุขการพยาบาล การกีฬาและอื่น ๆ อีกมากมาย รวมทั้งเพื่อเป็นการคืนกำไรให้กับประชาชนที่ไม่ถูกสลากอีกด้วยในโครงการ “CSR หรือ Corporate Social Responsibility การดำเนินโครงการรับผิดชอบต่อสังคม” และจากผลสำรวจของเอแบคโพลล์ (นพดล กรรณิการ์. 2552: ออนไลน์) ในปี 2552 กรณี “หวย” ระบุว่า การเลี้ยงโซคและการพนันพบเห็นได้อย่างกว้างขวางในสังคมไทยทั้งในเขตชนบทและในเมือง โดยส่วนใหญ่ 90% เห็นว่าการซื้อหวยเป็นเรื่องปกติธรรมดาในสังคมไทย ในขณะที่เพียงร้อยละ 4.7 เท่านั้น ที่ไม่เห็นว่าเป็นเรื่องปกติ ถึงแม้ว่าในปัจจุบันราคาของสลากกินแบ่งรัฐบาลที่ขายตามท้องตลาดนั้นจะมีราคาเพิ่มสูงขึ้น ก็ยังพบว่าการซื้อสลากฯ กันอย่างต่อเนื่อง

ในส่วนของจังหวัดระยองเป็นจังหวัดหนึ่งที่เป็นแหล่งอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศ จึงทำให้เกิดการอพยพเข้ามาในโรงงานอุตสาหกรรมและส่งผลให้จำนวนประชากรของจังหวัดระยองมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามการเติบโตของอุตสาหกรรม โดยเฉพาะแรงงานภาคอุตสาหกรรม จากอัตราที่เพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรจึงทำให้เกิดความหลากหลายของชุมชน สังคม และระดับรายได้ที่หลากหลายมากขึ้น และ

จากสภาวะเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้มีการแข่งขันมากขึ้นจากสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป ประชาชนมีค่าครองชีพที่สูงขึ้น มีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มมากขึ้น แต่กลับมีรายได้ที่ลดน้อยลงหรือคงที่ การเสี่ยงโชคจึงเป็นทางเลือกหนึ่งของคนในสังคม และเป็นความคาดหวังที่จะทำให้พวกเขาเหล่านั้นมีรายได้มากขึ้น จากการลงทุนเพียงเล็กน้อย และจากทฤษฎีทางรายได้ของ Friedman และ Savage ยังเชื่อว่าการตัดสินใจเล่นการพนันจะมีความสัมพันธ์เชิงผกผันกับรายได้ คนที่มีรายได้น้อยจะเล่นมากกว่า ส่วนคนที่มีรายได้สูงจะไม่ซื้อสลาก คนที่มีรายได้น้อยจะนิยมเล่นการพนันที่มีความเสี่ยงสูง (โอกาสถูกรางวัลมีน้อย) แต่ใช้เงินลงทุนในการเสี่ยงโชคจำนวนน้อยแต่ได้รับเงินรางวัลจำนวนมาก (พรชัย ตระกูลวรานนท์ ทศนีย์ ลักษณะ กิชนัช และ ดิเรกเต็งจำรูญ. 2540)

ดังนั้นการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา มูลเหตุและผลกระทบเชิงพฤติกรรมที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ในด้านแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล รูปแบบการดำเนินชีวิต ทักษะการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพื่อให้รัฐบาลได้รับข้อมูลด้านผลกระทบต่อเงินออมของผู้บริโภคที่เกิดจากการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล เพื่อการตัดสินใจในการกำหนดนโยบายที่เหมาะสมมากยิ่งขึ้นเพื่อเป็นข้อมูลให้แก่วัฒนการสำหรับการพิจารณาการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพนันชนิดอื่นๆ ที่มีในประเทศไทย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลโดยรวม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจ ซึ่งประกอบด้วย ด้านเหตุผล และด้านอารมณ์ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ
3. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งประกอบด้วย กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ
4. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งประกอบด้วย ด้านประโยชน์ ด้านข้อมูลข่าวสารด้านความรู้สึกชอบ และด้านความตั้งใจในการซื้อพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ
5. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย สถานที่ซื้อ เวลาที่ซื้อ ปริมาณที่ซื้อ ความถี่ในการซื้อ จำนวนเงินในการซื้อต่อครั้งโดยประมาณ สาเหตุที่ซื้อ และมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ
6. เพื่อศึกษาผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ประกอบด้วย ด้านการออม และด้านการใช้จ่ายในชีวิตประจำวันพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อให้รัฐบาลได้รับข้อมูลด้านผลกระทบต่อเงินออมของผู้บริโภคที่เกิดจากการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล เพื่อการตัดสินใจในการกำหนดนโยบายที่เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

2. เพื่อให้บุคคลทั่วไปได้ทราบถึงปัจจัยในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล รวมทั้งผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อเป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้จ่าย
3. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับบุคคลอื่นที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และผลกระทบที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล
4. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ และเป็นผู้ที่ซื้อหรือเคยซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลทั้งเพศชายและเพศหญิงที่อาศัยอยู่ในจังหวัดระยอง

วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ และเป็นผู้ที่ซื้อหรือเคยซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลทั้งเพศชายและเพศหญิงที่อาศัยอยู่ในจังหวัดระยอง โดยได้กำหนดขนาดตัวอย่างจากการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างไม่ทราบจำนวนประชากร จากสูตร (กัลยา วาณิชย์ บัญชา. 2545: 26) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณไม่เกิน 5% จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน และเพิ่มจำนวนตัวอย่าง 15 คน รวมเป็นจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 400 คน การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยเลือกเขตการปกครอง 8 อำเภอ ใช้วิธีการจับฉลากเลือก 5 เขตและกำหนดตัวอย่าง ในแต่ละเขตพื้นที่ในสัดส่วนที่เท่า ๆ กัน เขตละ 80 คน

ขั้นที่ 2 ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) ในการเลือกตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามถามกลุ่มตัวอย่างที่ยินดีและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จนครบตามจำนวนที่ต้องการ จำนวน 400 คน

วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

ศึกษาจากการสัมภาษณ์โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย รวม 42 คน ประกอบด้วย พนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ และเป็นผู้ที่ซื้อหรือเคยซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลทั้งเพศชายและเพศหญิงที่อาศัยอยู่ในจังหวัดระยอง จำนวน 40 คน และตัวแทนจากผู้ขายสลากกินแบ่งรัฐบาลบริเวณโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 2 คน ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างเลือกโดยการสุ่มตามสะดวก (Convenience Sampling)

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาเรื่อง “มูลเหตุและผลกระทบเชิงพฤติกรรมที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง” ประกอบด้วย ลักษณะส่วนบุคคล แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล รูปแบบการดำเนินชีวิต ทักษะติดต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ประกอบด้วย ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล รูปแบบการดำเนินชีวิต ทักษะติดต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติงานในจังหวัดระยอง คือ

1.1 ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

1.1.1 ด้านเหตุผล

1.1.2 ด้านอารมณ์

1.2 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต

1.2.1 ด้านกิจกรรม

1.2.2 ด้านความสนใจ

1.2.3 ด้านความคิดเห็น

1.3 ปัจจัยทักษะติดต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล

1.3.1 ด้านประโยชน์

1.3.2 ด้านข้อมูลข่าวสาร

1.3.3 ด้านความรู้ลึกซึ้ง

1.3.4 ด้านความตั้งใจในการซื้อ

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง คือ

2.1 พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

2.1.1 ปริมาณที่ซื้อ

2.1.2 ความถี่ในการซื้อ

2.1.3 จำนวนเงินในการซื้อต่อครั้งโดยประมาณ

2.2 ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

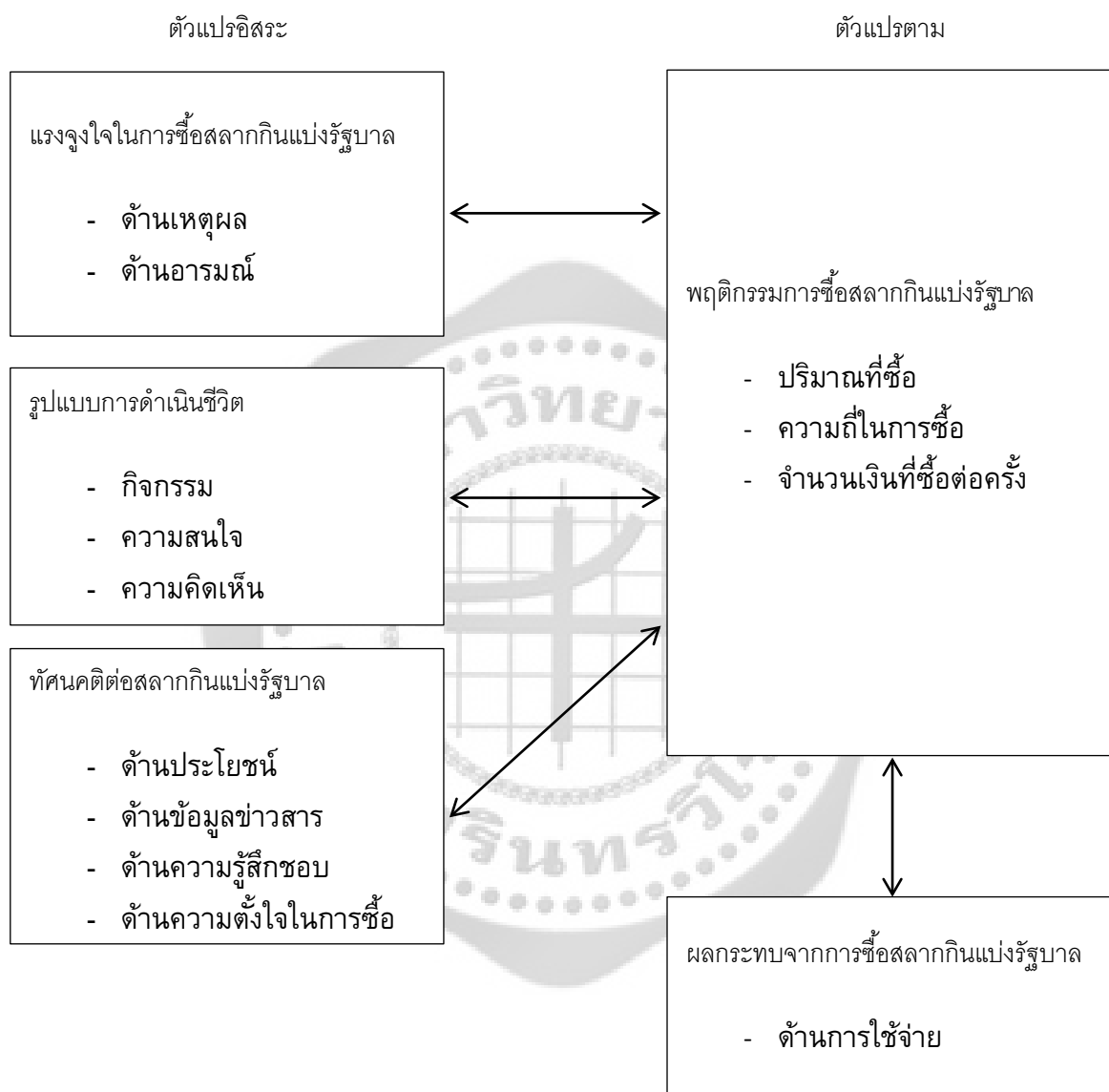
2.2.2 ด้านการใช้จ่าย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. สลากกินแบ่งรัฐบาล หมายถึง การพนันชนิดหนึ่งที่ถูกกฎหมาย หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าลอตเตอรี่ ที่ออกโดยสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ออกจำหน่ายเดือนละ 2 งวด คือวันที่ 1 และ 16 ของทุกเดือน โดยมีเงินรางวัลให้หากสลากินนั้นถูกรางวัล
2. ผู้บริโภควัยทำงาน หมายถึง กลุ่มคนที่ทำงานอย่างเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ ในที่นี้หมายถึงกลุ่มคนวัยทำงานทั้งเพศหญิงและเพศชาย ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป
3. พนักงานระดับปฏิบัติการ หมายถึง ผู้ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับงานโดยตรงกับตัวงาน ไม่มีอำนาจในการบริหาร การตัดสินใจ การวางแผน และไม่มีผู้ใต้บังคับบัญชา
4. แรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล หมายถึง สิ่งกระตุ้นที่ทำให้บุคคลเกิดการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ด้านเหตุผลและด้านอารมณ์
5. รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง รูปแบบในการดำเนินชีวิตหรือแบบแผนในการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่มีความสนใจที่จะตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งแสดงออกผ่านทางรูปแบบการทำการกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่าง ๆ ที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลตามมา
6. ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล หมายถึง ความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ทั้งทางบวกและทางลบ ในด้านประโยชน์ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านความรู้สึกชอบ ด้านความตั้งใจในการซื้อ ที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลตามมา
7. พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล หมายถึง รูปแบบหรือลักษณะของผู้บริโภคในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ได้แก่ สถานที่ซื้อ เวลาที่ซื้อ ปริมาณที่ซื้อ ความถี่ในการซื้อ จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง สาเหตุที่ซื้อ และผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ
8. ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล หมายถึง ผลประโยชน์ และ/หรือ ผลเสียหายอันเกิดขึ้นจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ในด้านการออมและการใช้จ่าย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

มูลเหตุและผลกระทบเชิงพฤติกรรมที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (ด้านปริมาณการซื้อ ความถี่ในการซื้อ และจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งโดยประมาณ) ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง
2. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (ด้านปริมาณการซื้อ ความถี่ในการซื้อ และจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งโดยประมาณ) ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง
3. ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (ด้านปริมาณการซื้อ ความถี่ในการซื้อ และจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งโดยประมาณ) ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง
4. พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (ด้านการใช้จ่าย) ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษา “มูลเหตุและผลกระทบเชิงพฤติกรรมที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตั้งใจซื้อ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต
7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลกระทบ
8. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออม
9. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้จ่าย
10. ความเป็นมาของสลากกินแบ่งรัฐบาล (ล็อตเตอรี่) ไทย
11. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ เป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากแนวทาง จิตวิทยาสังคม และการสื่อสาร และมีการใช้คำนี้กันอย่างแพร่หลาย สำหรับการนิยามคำว่า ทัศนคติ นั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ ดังนี้

โรเจอร์ (Roger, 1978: 208 – 209 อ้างอิงจาก สุพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533: 122) ได้กล่าวถึงทัศนคติว่า เป็นดัชนีชี้ว่า บุคคลนั้น คิดและรู้สึกอย่างไร กับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดย ทัศนคติ นั้นมีรากฐานมาจาก ความเชื่อที่อาจส่งผลถึง พฤติกรรม ในอนาคตได้ ทัศนคติ จึงเป็นเพียง ความพร้อม ที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็น มิติของการประเมินเพื่อแสดงว่า ชอบหรือไม่ชอบ ต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็น การสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจาก การรับสาร อันจะมีผลต่อ พฤติกรรมต่อไป

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2542: 44) ให้ความหมายทัศนคติ คือ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งผู้บริโภคเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีต โดยใช้เป็นตัวเชื่อมระหว่างความคิดและพฤติกรรม นักการตลาดนิยมใช้เครื่องมือการโฆษณา เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าและผลิตภัณฑ์

ศักดิ์ สุนทรเสนี (2531: 2) กล่าวถึง ทัศนคติที่เชื่อมโยงไปถึงพฤติกรรมของบุคคลว่า ทัศนคติ หมายถึง

1. ความสลับซับซ้อนของความรู้สึก หรือการมีอคติของบุคคล ในการที่จะสร้างความพร้อมที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตามประสบการณ์ของบุคคลนั้น ที่ได้รับมา

2. ความโน้มเอียง ที่จะมีปฏิกิริยาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือต่อต้านสิ่งแวดลอม ที่จะมาถึงทางหนึ่งทางใด

3. ในด้านพฤติกรรม หมายถึง การเตรียมตัว หรือความพร้อมที่จะตอบสนองจากคำจำกัดความต่าง ๆ เหล่านี้ จะเห็นได้ว่ามีประเด็นร่วมที่สำคัญดังนี้คือ

3.1 ความรู้สึกภายใน

3.2 ความพร้อมหรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมในทางใดทางหนึ่ง

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าทัศนคติเป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึก และความเชื่อหรือการรับรู้ของบุคคล กับแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมใดตอบในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายของทัศนคตินั้น

คำว่า Attitude ภาษาไทย มีคำหลายคำ เช่น ทัศนคติ เจตคติ ท่าทีความรู้สึก แต่ในความหมายของศัพท์ คือ ความพร้อมที่จะปฏิบัติ (Readiness to act) ถ้าเรามีท่าทีความรู้สึกหรือทัศนคติในเชิงบวก เราย่อมปฏิบัติออกมาในทางบวก แต่ถ้าเรามีท่าทีความรู้สึกในเชิงลบ เราก็ปฏิบัติออกมาในทางลบ ทัศนคติจึงมีลักษณะ

1. ทัศนคติเชิงบวก (Positive attitude) ทำให้เกิดการปฏิบัติออกมาในทางบวก (Act positively)

2. ทัศนคติเชิงลบ (Negative attitude) ทำให้เกิดการปฏิบัติออกมาในทางลบ (Act negatively)

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากทัศนคติ มีขั้นตอนดังนี้

K = Knowledge เป็นการเกิดความรู้ เช่น ทราบไหมว่าสินค้าตัวนี้ขายที่ใด ภาพยนตร์เรื่องนี้ฉายที่ใด เมื่อเราทราบแล้ว ขั้นตอนต่อไปของพฤติกรรมคือ

A = Attitude เป็นการเกิดทัศนคติ เมื่อเกิดความรู้ในขั้นต่อมาจะเกิดความรู้สึกชอบ หรือไม่ชอบ ทราบแล้วชอบหรือไม่ ซึ่งความรู้ (Knowledge) และทัศนคติ (Attitude) จะส่งผลไปที่การกระทำ (Practice)

P = Practice เป็นการเกิดการกระทำหลังจากที่เกิดความรู้และทัศนคติแล้ว ก็จะเกิดการกระทำ

ผู้บริโภคจะประเมินทัศนคติโดยการถามคำถามหรือการลงความเห็นจากพฤติกรรมกระบวนการของผู้บริโภคมีทัศนคติด้านบวกต่อผลิตภัณฑ์นั้น สิ่งนี้แสดงข้อเสนอว่าความเป็นสากลทั้งหมดของพฤติกรรมผู้บริโภคจะสอดคล้องกับการซื้อ การเสนอแนะกับบุคคลอื่น การจัดลำดับการประเมินผลความเชื่อถือและความตั้งใจที่สัมพันธ์กับทัศนคติ ลักษณะทัศนคติมีดังนี้

1. ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง คำว่า สิ่งหนึ่ง (Object) ในความหมายของทัศนคติที่มุ่งสู่ผู้บริโภคจะสามารถตีความอย่างกว้างว่า ประกอบด้วยแนวความคิดการบริโภคเฉพาะอย่างหรือแนวความคิดที่สัมพันธ์กับการตลาดเช่น ผลิตภัณฑ์ ชนิดของผลิตภัณฑ์ ตรายี่ห้อ บริการ ความเป็นเจ้าของการใช้ผลิตภัณฑ์ การโฆษณา ราคา สื่อกลาง หรือผู้ค้าปลีก

2. ทัศนคติมีความโน้มเอียงเกิดจากการเรียนรู้ (Attitudes are a learned predisposition)มีการตกลงกันว่า ทัศนคติมีการเรียนรู้ได้ ซึ่งหมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้ เป็นผลจากประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่นและการเปิดรับจากสื่อมวลชน เช่น การโฆษณาเป็นสิ่งสำคัญที่จะระลึกว่า ในขณะที่ทัศนคติอาจเกิดจากพฤติกรรม สิ่งนี้มีความหมายไม่

ตรงกับคำว่าพฤติกรรม แต่จะสะท้อนถึงการประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของทัศนคติ ซึ่งอาจจะเป็นการชักจูงผู้บริโภคมที่มีต่อพฤติกรรมเฉพาะอย่างหรือขับไล่ผู้บริโภคจากพฤติกรรมเฉพาะอย่าง

3. ทัศนคติไม่เปลี่ยนแปลง (Attitudes have consistency) ลักษณะของทัศนคติก็คือความสอดคล้องกับพฤติกรรมที่แสดงออกแม้ว่าจะมีแนวโน้มคงที่ แต่ทัศนคติไม่จำเป็นต้องถาวรสามารถเปลี่ยนแปลงได้ เป็นสิ่งสำคัญที่จะแสดงถึงความหมายของคำว่า ไม่เปลี่ยนแปลง (Consistency) โดยทั่วไปเราคาดหวังว่าพฤติกรรมผู้บริโภคที่จะตอบสนองต่อทัศนคติ ตัวอย่าง ผู้บริโภคมอญยนต์เยอรมันว่า เป็นรถที่มีความหรูหรา ภาพลักษณ์สูง มอญยนต์ญี่ปุ่นว่ามีคุณภาพดี ดังนั้นถ้าผู้บริโภคต้องการรถที่หรูหรา ภาพลักษณ์สูงก็จะเลือกมอญยนต์เยอรมัน ถ้าผู้บริโภคต้องการรถที่มีคุณภาพดีราคาต่ำก็จะซื้อมอญยนต์ญี่ปุ่น

4. ทัศนคติเกิดขึ้นในแต่ละสถานการณ์ (Attitude occur within a situation) ทัศนคติเกิดขึ้นภายในเหตุการณ์และถูกกระทบโดยสถานการณ์

สถานการณ์ (Situation) หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสซึ่งมีลักษณะเฉพาะช่วงเวลา มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม สถานการณ์เฉพาะอย่างอาจเป็นสาเหตุให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติก็ได้ แต่ละบุคคลจะมีทัศนคติต่อพฤติกรรมเฉพาะอย่างที่แตกต่างกันขึ้นกับสถานการณ์เฉพาะอย่างด้วย สิ่งสำคัญที่จะทำความเข้าใจถึงวิธีการที่ทัศนคติของผู้บริโภคแตกต่างกันในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งมีประโยชน์ที่จะรู้ถึงความพึงพอใจของผู้บริโภค

ประเภทของทัศนคติ

บุคคลสามารถแสดง ทัศนคติ ออกได้ 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ทัศนคติเชิงบวก เป็น ทัศนคติ ที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึก หรืออารมณ์จากสภาพจิตใจโต้ตอบในด้านดีของบุคคลอื่น หรือ เรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรอื่นๆ เช่น กลุ่มชาวบ้านการเกษตร ย่อมมีทัศนคติทางบวก หรือ มีความรู้สึกที่ดีต่อสหกรณ์การเกษตร และให้ความสนับสนุนร่วมมือด้วยการเข้าเป็นสมาชิก และร่วมในกิจกรรมต่างๆ อยู่เสมอ เป็นต้น

2. ทัศนคติเชิงลบ หรือ ไม่ดี คือ ทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสียไม่ได้รับความเชื่อถือ หรือ ไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงานองค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กร และอื่นๆ เช่น พนักงาน เจ้าหน้าที่บางคน อาจมีทัศนคติเชิงลบต่อบริษัทก่อให้เกิดอคติขึ้น ในจิตใจของเขา จนพยายามประพฤติ และปฏิบัติต่อต้าน กฎระเบียบของบริษัทอยู่เสมอ

3. ประเภทที่สาม ซึ่งเป็นประเภทสุดท้าย คือ ทัศนคติ ที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กร และอื่นๆ โดยสิ้นเชิง เช่น นักศึกษาบางคนอาจมี ทัศนคติ หนึ่งเฉยๆอย่างไม่มีความคิดเห็นต่อปัญหาใดใดเลย เรื่องกฎระเบียบว่าด้วยระเบียบของนักศึกษา

ทัศนคติ ทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประการเดียวหรือหลายประการก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ หรือค่านิยมอื่นๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำ หรือสถานการณ์

หน้าที่ของทัศนคติ

1. หน้าที่ในการปรับตัว (Adjustment function) เป็นหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับวิธีการที่ผู้บริโภคจะเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างไร ซึ่งหน้าที่ของการปรับตัวนี้บุคคลจะพยายามให้ได้รับความพอใจสูงสุด ขณะเดียวกันบุคคลก็จะพยายามให้ได้รับความเจ็บปวดหรือได้รับการลงโทษให้น้อยที่สุดจากสิ่งแวดล้อม
2. หน้าที่ในการป้องกันตนเอง (Ego-defensive function) คือการที่คนเราใช้เป็นเครื่องมือในการลดความกังวลหรือในการปกป้องตนเองจากสิ่งแวดล้อมที่เขาไม่ยอมรับ หรือจากแรงกดดันที่อยู่รอบ ๆ ตัวของเขา
3. หน้าที่ในการแสดงออกซึ่งค่านิยม (Value-expressive function) การแสดงออก ซึ่งค่านิยมที่มีของบุคคลคือการแสดงออกซึ่งทัศนคติ ซึ่งมีผลต่อการสะท้อนให้เห็นถึงประเภทของบุคคลที่เรา มองตัวของเราว่าเป็นบุคคลเช่นไร เราจะเห็นผู้บริโภคมีการแสดงออกซึ่งค่านิยมได้จากผลิตภัณฑ์ที่ ผู้บริโภคซื้อ
4. หน้าที่ในการแสดงออกซึ่งความรู้ (Knowledge function) หน้าที่ในการแสดงออกซึ่ง ความรู้ประกอบด้วยวิถีทางที่บุคคลจะให้ความหมายต่อสิ่งต่าง ๆ ที่กระจัดกระจายอยู่รอบตัวของบุคคล ภายในโลก

คุณสมบัติของทัศนคติ

1. ทัศนคติต้องมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเสมอ (The attitude object) เนื่องจากทัศนคติเป็นแง่คิดที่ บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ดังนั้น บุคคลจะไม่อาจมีทัศนคติได้ถ้าปราศจาก “สิ่งใดสิ่งหนึ่ง” ที่บุคคลจะเกิด ความรู้สึกต่อสิ่งนั้น
2. ทัศนคติมีลักษณะแสดงถึงความพร้อมที่จะแสดงออก (Readiness to act) ทัศนคติเป็น ตัวเริ่มของการแสดงออกของผู้บริโภค นอกจากนี้ทัศนคดียังเป็นเครื่องมือในการแสดงออกแบบง่ายของ พฤติกรรม
3. ทัศนคติต้องมีลักษณะเป็นขั้ว (Consumer attitudes have polarity) หมายถึงทัศนคติ ต้องแสดงทิศทางซึ่งจะเห็นได้จากการกระทำของผู้บริโภคต่อปัญหาทางการตลาดสามารถเกิดจากทัศนคติ ในลักษณะที่เป็นบวกหรือลบก็ได้
4. ทัศนคติของผู้บริโภคมีความเข้มข้นแตกต่างกัน (Consumer attitudes vary in intensity) ทัศนคติผู้บริโภคมีความเกี่ยวข้องกับระดับขั้นของความรู้สึก ไม่ว่าทัศนคติจะมีขั้วไปทางไหนก็ตาม ผู้บริโภคสามารถประเมินทัศนคติของตนที่มีต่อผลิตภัณฑ์ในแง่บวกแบบมากที่สุด ค่อนข้างมาก หรือในแง่ บวกเฉย ๆ เช่นเดียวกับการประเมินทัศนคติในแง่ลบด้วย
5. ทัศนคติมีรูปแบบในการแสดงออกเสมอ (Attitudes display structure) ทัศนคติของ ผู้บริโภคจะแสดงออกในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งเสมอ ซึ่งจะช่วยให้ง่ายต่อการเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค รูปแบบ (Structure) หมายถึง ข้อเท็จจริงที่มีแบบแผนหรือองค์ประกอบของความเชื่อมั่นที่มั่นคงและ ความรู้สึกที่บุคคลมีทัศนคติหนึ่งที่บุคคลมีต่อสภาพการซื้อหนึ่ง มักจะคล้ายกันกับความรู้สึกที่บุคคลมีต่อ สภาพการซื้ออื่นๆ ด้วย
6. ทัศนคติมีความสมบูรณ์ที่แตกต่างกัน (Completeness of attitude varies) ทัศนคติของ ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะแสดงคุณสมบัติอย่างหนึ่งที่เรียกว่า “ความสมบูรณ์” บางครั้งอาจเป็นไปได้ว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติเกิดขึ้นเนื่องจากข่าวสารที่ไม่สมบูรณ์

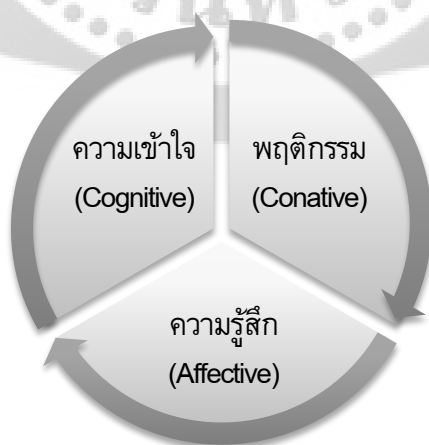
7. ทศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Attitudes are a learned predisposition) ทศนคติเกิดจากการเรียนรู้ ซึ่งก่อตัวขึ้นมาจากผลของประสบการณ์โดยตรงกับสินค้า ข่าวสารที่ได้มาจากผู้อื่น

8. ทศนคติมีลักษณะที่มั่นคงไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง (Attitude have consistency) ทศนคติมักจะมีลักษณะมั่นคงไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง และมีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมที่แสดงออกความมั่นคงของทศนคติไม่ได้หมายความว่าคงที่หรือถาวร ทศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ แต่สิ่งที่แสดงถึงความมั่นคงของทศนคติ คือเราคาดว่าพฤติกรรมผู้บริโภคจะเป็นไปในทางเดียวกันกับทศนคติที่เขามี

9. ทศนคติเกิดขึ้นภายในสถานการณ์ใด ๆ (Attitudes occur within a situation) ทศนคติของผู้บริโภคเกิดขึ้นภายในและถูกกระทบโดยสถานการณ์ คำว่าสถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์ต่างๆ หรือกรณีแวดล้อมต่างๆ ซึ่ง ณ เวลาหนึ่งมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติกับพฤติกรรม สถานการณ์เฉพาะเจาะจงใด ๆ อาจทำให้ผู้บริโภคก่อพฤติกรรมในทิศทางที่ไม่สอดคล้องกับทศนคติของเขา

โมเดลโครงสร้างทศนคติ

โมเดลโครงสร้างทศนคติ (Structural model of attitudes) การทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่าง ทศนคติและพฤติกรรม นักจิตวิทยาได้สร้างโมเดลเพื่อศึกษาถึงโครงสร้างของทศนคติ การกำหนดส่วนประกอบของทศนคติเพื่อจะอธิบายพฤติกรรมที่คาดคะเน ต่อมาจะสำรวจโมเดลทศนคติที่สำคัญหลายประการ แต่ละโมเดลมีทศนคติที่แตกต่างกันเกี่ยวกับส่วนประกอบของทศนคติ และวิธีการซึ่งส่วนต่างๆ เหล่านี้มีการจัดหรือมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยรายละเอียดดังต่อไปนี้



ภาพประกอบ 2 โมเดลโครงสร้างทศนคติ (Structural model of attitudes)

ที่มา : Schiffman; & Kanuk. 1994 : 658

โมเดลทศนคติ ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

1. ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive component) หมายถึง ส่วนหนึ่งของโมเดลองค์ประกอบทศนคติ 3 ประการ ซึ่งแสดงถึงความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) และความเชื่อถือ (Beliefs) ซึ่ง

ผู้บริโภคมีความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Schiffman; & Kanuk. 1994: 658) ส่วนของความเข้าใจเป็นส่วนประกอบส่วนแรก ซึ่งก็คือความรู้และการรับรู้ที่ได้รับ จากการประสมกับประสบการณ์โดยตรงต่อทัศนคติและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งข้อมูล ความรู้และผลกระทบต่อการรับรู้จะกำหนดความเชื่อถือ (Beliefs) ซึ่งหมายถึง สภาพด้านจิตใจ ซึ่งสะท้อนความรู้เฉพาะอย่างของบุคคล และมีการประเมินเกี่ยวกับความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งก็คือการที่ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่ง คุณสมบัติของสิ่งหนึ่ง หรือพฤติกรรมเฉพาะอย่างจะนำไปสู่ผลลัพธ์เฉพาะอย่าง

2. ส่วนของความรู้สึก (Affective component) หมายถึง ส่วนของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการซึ่งสะท้อนถึงอารมณ์ (Emotion) หรือความรู้สึก (Feeling) ของผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Schiffman; & Kanuk. 1994: 657) ส่วนของอารมณ์และความรู้สึกมีการค้นพบโดยผู้วิจัยผู้บริโภค ซึ่งมีการประเมินผลเบื้องต้นโดยธรรมชาติ ซึ่งมีการค้นพบโดยการวิจัยผู้บริโภคซึ่งประเมินทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยการให้คะแนนความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ดีหรือเลว เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย การวิจัยได้ระบุว่าสภาพอารมณ์จะสามารถเพิ่มประสบการณ์ด้านบวกหรือลบซึ่งประสบการณ์จะมีผลกระทบด้านจิตใจและวิธี ซึ่งบุคคลปฏิบัติการใช้การวัดการประเมินผลถึงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาศัยเกณฑ์ ดี-เลว ยินดี-ไม่ยินดี

3. ส่วนของพฤติกรรม (Conative component หรือ Behavior หรือ Doing) หมายถึง ส่วนหนึ่งของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ ซึ่งสะท้อนถึงความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งต่อทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึงความตั้งใจที่จะซื้อ (Intention to buy) (Schiffman; & Kanuk. 1994: 658) จากความหมายนี้ส่วนของพฤติกรรมจะรวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้น รวมทั้งพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค ด้วยคะแนนความตั้งใจของผู้ซื้อสามารถนำไปใช้เพื่อประเมินความน่าจะเป็นของการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค หรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง

การเกิดทัศนคติ (Attitude Formation)

ธงชัย สันติวงษ์ (2539, หน้า 166 – 167) กล่าวว่า ทัศนคติก่อตัวเกิดขึ้นมาและเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากปัจจัยหลายประการด้วยกันคือ

1. การจูงใจทางร่างกาย (Biological Motivation) ทัศนคติจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลใดบุคคลหนึ่งกำลังดำเนินการตอบสนองตามความต้องการหรือแรงผลักดันทางร่างกาย ตัวบุคคลจะสร้างทัศนคติที่ดีต่อบุคคลหรือสิ่งของที่สามารถช่วยให้เขามีโอกาสตอบสนองความต้องการของตนได้

2. ข่าวสารข้อมูล (Information) ทัศนคติจะมีพื้นฐานมาจากชนิดและขนาดของข่าวสารที่ได้รับรวมทั้งลักษณะของแหล่งที่มาของข่าวสารด้วยกลไกของการเลือกเฟ้นในการมองเห็นและเข้าใจปัญหาต่าง ๆ (Selective Perception) ข่าวสารข้อมูลบางส่วนที่เข้ามาสู่บุคคลนั้น จะทำให้บุคคลนั้นเก็บไปคิดและสร้างเป็นทัศนคติขึ้นมาได้

3. การเข้าเกี่ยวข้องกับกลุ่ม (Group Affiliation) ทัศนคติบางอย่างอาจมาจากกลุ่มต่าง ๆ ที่บุคคลเกี่ยวข้องอยู่ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม เช่น ครอบครัว วัด กลุ่มเพื่อนร่วมงานกลุ่มกีฬา กลุ่มสังคมต่าง ๆ โดยกลุ่มเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นแหล่งรวมของค่านิยมต่าง ๆ แต่ยังมีการถ่ายทอดข้อมูลให้แก่บุคคลในกลุ่ม ซึ่งทำให้สามารถสร้างทัศนคติขึ้นได้ โดยเฉพาะครอบครัวและกลุ่มเพื่อนร่วมงาน เป็นกลุ่มที่สำคัญที่สุด (Primary Group) ที่จะเป็แหล่งสร้างทัศนคติให้แก่บุคคลได้

4. ประสบการณ์ (Experience) ประสบการณ์ของคนที่มีต่อวัตถุสิ่งของย่อมเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้บุคคลต่าง ๆ ตีค่าสิ่งที่เขาได้มีประสบการณ์มาจนกลายเป็นทัศนคติได้

5. ลักษณะท่าทาง (Personality) ลักษณะท่าทางหลายประการต่างก็มีส่วนทางอ้อมที่สำคัญในการสร้างทัศนคติให้กับตัวบุคคล

ปัจจัยต่าง ๆ ของการก่อตัวของ ทัศนคติ เท่าที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ในความเป็นจริง จะมีได้มีการเรียงลำดับความสำคัญแต่อย่างใดเลย ทั้งนี้เพราะปัจจัยแต่ละทางเหล่านี้ ตัวไหนจะมีความสำคัญต่อการก่อตัวของ ทัศนคติมากหรือน้อย ย่อมสุดแล้วแต่ว่า การพิจารณาสร้างทัศนคติต่อสิ่งดังกล่าวจะเกี่ยวข้อง กับปัจจัยใดมากที่สุด

2. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

วิจิตร อวาทกุล (2534: 13) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์หมายถึงความพยายามของสถาบันที่จะแสวงหาความสัมพันธ์ ความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชนตลอดจนการชักจูงใจซึ่งทัศนคติของประชาชนต่อสถาบันให้คงอยู่ต่อไป เพื่อให้ประชาชนยอมรับ สนับสนุน ให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามกระบวนการนโยบาย วัตถุประสงค์และความเคลื่อนไหวของสถาบันหรือหน่วยงานนั้น ๆ

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 148) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นการกระทำทั้งสิ้น ทั้งหลาย ทั้งปวง ที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้า ในการที่จะสร้างความเข้าใจกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดการสนับสนุนและความร่วมมือกันอย่างดี

1. การประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย การใช้สื่อมวลชน (Mass media) และการไม่ใช้สื่อมวลชน (Non mass media)

2. การประชาสัมพันธ์เป็นทั้งสิ่งที่จ่ายเงิน (Paid media) และสื่อที่ไม่ต้องจ่ายเงิน (Free media)

3. การประชาสัมพันธ์มีกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่ม (Multiple target groups)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541: 501) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ (Public Relations (PR)) หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชนต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารที่ดี การสร้างภาพพจน์ที่ดี การเป็นบริษัทที่ดี (Good corporate image) โดยการสร้างเหตุการณ์และเรื่องราวที่ดี การประชาสัมพันธ์ที่สำคัญประกอบด้วย สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Press relations) การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ (Product publicity) การประชาสัมพันธ์เพื่อสิ่งต่อไปนี้ (1) สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับประชาชนทั่วไป (2) เผยแพร่ผลิตภัณฑ์ เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท (3) การติดต่อสื่อสารจะรวมการติดต่อสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท (4) คุ้มครองประชาชน เป็นความพยายามที่จะต่อต้านสิ่งที่ผิดกฎหมายและส่งเสริมการกินดีอยู่ดีของประชาชน (5) การแนะนำ เป็นการจัดหาคำแนะนำทั่ว ๆ ไปแก่บริษัทถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม สิ่งที่บริษัทควรทำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือการปรับปรุงการติดต่อสื่อสาร (6) การทำประโยชน์ให้กับสังคม

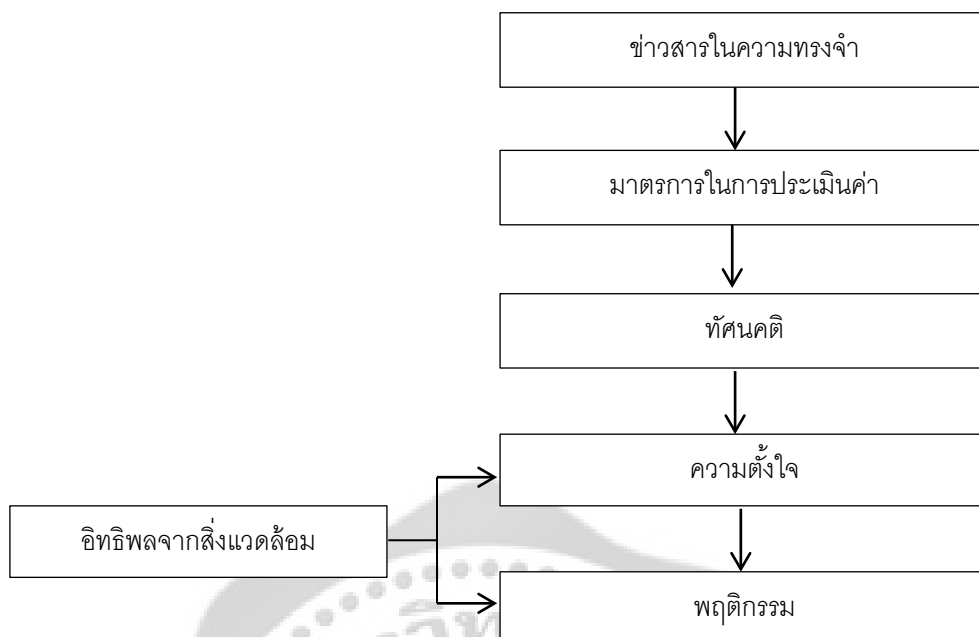
3. แนวคิดเกี่ยวกับการตั้งใจซื้อ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543: 169) กล่าวว่า องค์ประกอบเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อ (Behavior element) เป็นแนวโน้มที่ก่อปฏิกิริยาหรือความตั้งใจก่อพฤติกรรมผู้บริโภค ความโน้มเอียงที่จะซื้อ เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับวงจรการซื้อปกติของผลิตภัณฑ์ ดังนั้น ถ้าผู้บริโภคแสดงความตั้งใจจะซื้อมอเตอร์ไซด์ยามาฮา เราก็คาดหมายเขาจะซื้อตรายี่ห้อดังกล่าวในคราวต่อไปที่เขาซื้อมอเตอร์ไซด์

แอสแซล (Assael. 1995: 267) กล่าวว่า ความตั้งใจที่จะซื้อ (Intention to Buy) เป็นแนวโน้มของผู้บริโภคที่จะกระทำต่อวัตถุ ซึ่งโดยทั่วไปเป็นการวัดความตั้งใจที่จะซื้อ การวัดความตั้งใจนี้มีความสำคัญต่อการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นอย่างมาก

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2538: 193) กล่าวว่า ส่วนของพฤติกรรม (Conative component หรือ Behavior หรือ Doing) เป็นส่วนหนึ่งของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ ซึ่งสะท้อนถึงความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งต่อทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึงความตั้งใจที่จะซื้อ (Intention to buy) (Schiffman; & Kanuk.: 1994: 658) จากความหมายส่วนนี้ของพฤติกรรมจะรวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นทั้งพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคด้วยคะแนนความตั้งใจของผู้ซื้อสามารถนำไปใช้เพื่อประเมินความน่าจะเป็นของการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคหรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2526: 197) กล่าวว่า เราสามารถคาดคะเนความตั้งใจก่อพฤติกรรมได้จากทัศนคติรวมกับข้อพิจารณาอื่น ๆ ที่อาจจะเข้ามาเกี่ยวข้องในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งโดยเฉพาะ และแล้วเราก็สามารถทำการคาดคะเนพฤติกรรมได้จากความตั้งใจ ดังนั้นจึงเป็นที่ยอมรับกันว่าความตั้งใจเป็นตัวแปรคั่นกลาง (Intervening Variables) ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรม แนวความคิดอันนี้เหมาะสมมากที่สุดเนื่องจากว่า ทัศนคติซึ่งเป็นองค์ประกอบของพฤติกรรมจะมีบทบาทก็ต่อเมื่อมีการเล็งหรือตระหนักถึงปัญหาและมีกิจกรรมในการแก้ปัญหาเกิดขึ้น ดังนั้นทัศนคติในแง่ขององค์ประกอบของพฤติกรรมจะแสดงบทบาทออกมาในรูปแบบของความตั้งใจของผู้บริโภค ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ ความตั้งใจ และพฤติกรรม แสดงให้เห็นได้ในภาพประกอบ



ภาพประกอบ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ ความตั้งใจและพฤติกรรม

ที่มา: อุดลย์ จาตุรงค์กุล (2526) พฤติกรรมผู้บริโภค : 222

จากภาพจะเห็นว่าทัศนคติของผู้บริโภคอาจจะคาดคะเนได้จากผลการประเมินของเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการประเมินค่า เมื่อมีการกำหนดปัจจัยเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกันเช่น บรรทัดฐานทางสังคม หรือรายได้ที่แท้จริงไว้อย่างชัดเจนแล้ว เราก็อาจจะคาดคะเนความตั้งใจที่จะก่อพฤติกรรมได้จากทัศนคติ เช่น ผู้บริโภคคาดการณ์ว่าเงินเดือนจะขึ้นอาจจะวางแผนซื้อรถยนต์ใหม่ อย่างไรก็ตามถ้าเงินเดือนที่คาดว่าจะขึ้นไม่เป็นผลตามมาอย่างที่คาดการณ์ไว้ การซื้อที่คาดหมายไว้ก็ไม่เกิดขึ้น ข้อกำหนดของเงินเดือนจะขึ้นตามที่คาดการณ์ไว้หรือสถานะอื่น ๆ ในทำนองนี้จะไปปรับปรุงความถูกต้องของการใช้ทัศนคติในการทำนายความตั้งใจซื้อให้เหมาะสม ลงท้ายที่สุดข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมชั่วคราวที่มีได้คาดหมายไว้ก่อน

เราอาจจะสรุปได้ว่าทัศนคติจะใช้ทำนายพฤติกรรมได้อย่างถูกต้องก็ต่อเมื่อมีความตั้งใจซื้อเป็นตัวแปรคั่นกลาง ต่อจากนั้นความตั้งใจซื้อก็อาจใช้ทำนายพฤติกรรมภายในขอบเขตที่ว่าไม่มีอิทธิพลอื่น (เช่น สถานการณ์การผันแปรทางเศรษฐกิจหรือข่าวสารจากคู่แข่ง เป็นต้น) เข้ามาเกี่ยวข้องหรือมีแต่ก็น้อยมากในการที่อิทธิพลดังกล่าวมีบทบาทขึ้นมาเราก็จะต้องนำไปพิจารณาในการทำนายพฤติกรรมด้วย ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติจึงเป็นกลยุทธ์ที่จะทำให้การตลาดเกิดความสัมฤทธิ์ผลเนื่องจากว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติซึ่งแสดงออกมาผ่านความตั้งใจที่จะก่อพฤติกรรมโดยปกติมักจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมขึ้นด้วย

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (Schiffman; & Kanuk, 1994)

คอลแลต และแบลคเวลล์ (Kollat; & Blackwell, 1968) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการรวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

เจมส์; และ คนอื่นๆ (ธงชัย สันติวงษ์. 2540: 29; อ้างอิงจาก James; and Others.n.d.) กล่าวว่าพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดให้ได้มา และการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ตลอดจนรวมถึงกระบวนการตัดสินใจ และทำให้เป็นส่วนร่วมในการกำหนดให้มีการกระทำ

ชิฟแมน และคานุก (Schiffman; & Kanuk, 1987) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่าเป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเงิน เวลาและกำลังเพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ อันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ซื้อเมื่อไรอย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 32) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) เป็นการศึกษาเรื่องการตอบสนองความต้องการและความจำเป็น (Needs) ของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจ (Satisfaction)

จากความหมายข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ การแสดงออกของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเพื่อให้ได้มาและใช้สินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้นโดยผ่านกระบวนการต่าง ๆ อันได้แก่ การค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการใช้จ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการ ในงานวิจัยนี้ได้แก่ การแสดงออกของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลในเรื่องของจำนวนครั้งที่ซื้อ ปริมาณที่ซื้อ สถานที่จำหน่าย สาเหตุที่ซื้อ เวลาที่ซื้อ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

ตัวแบบหรือโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) จึงเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) (Kotler, Philip, 1997: 172) จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546: 198.)

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้ซื้อสินค้า (Buying motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผล และใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอก ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาด สามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม เพื่อกระตุ้นความต้องการ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาลูกค้าเป้าหมาย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย (Distribution หรือ place) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณา สัมภาษณ์ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับ บุคคลทั่วไป เหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ ภายนอกองค์กรซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของ ผู้บริโภคเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านฝาก- ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) สามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and political) เช่น กฎหมาย เพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยใน เทศกาลต่างๆ จะมีผลกระทบให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหา ความนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการ ตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจาก ปัจจัยต่างๆคือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer decision process) ประกอบด้วย ขั้นตอนต่างๆ คือ การรับรู้ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจ ซื้อ และพฤติกรรมภายหลังจากการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

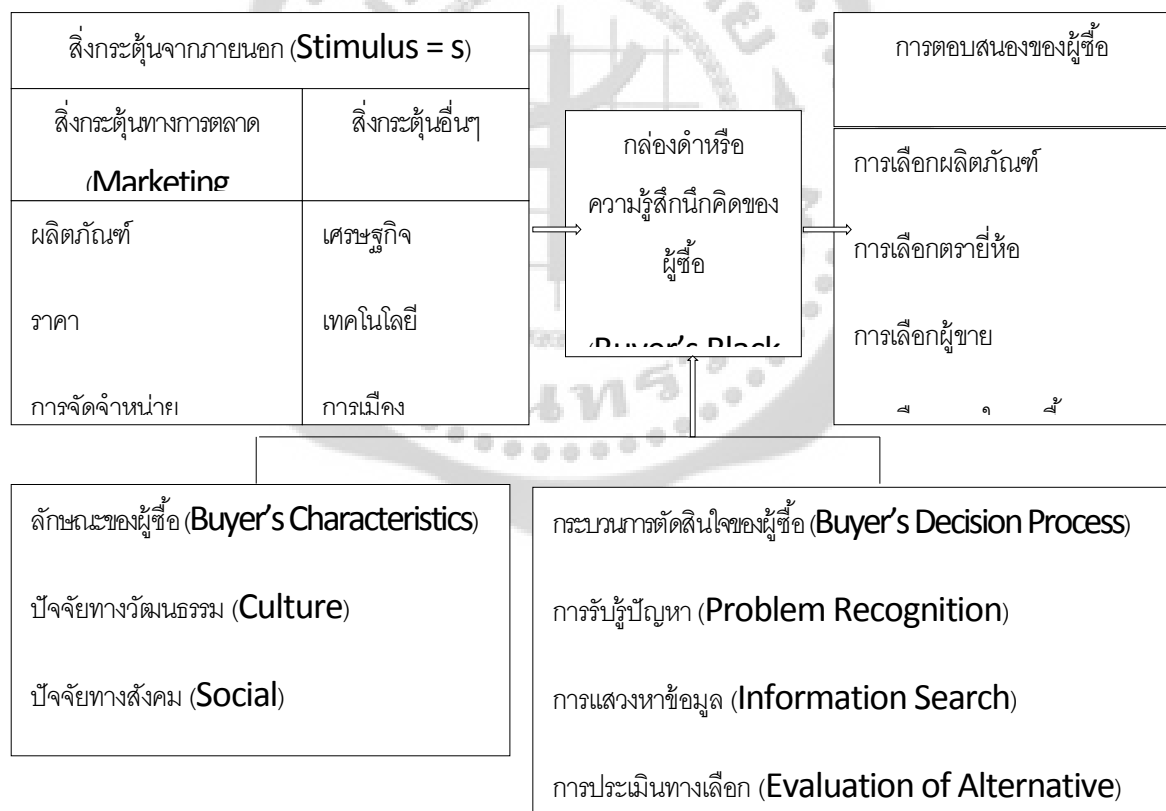
3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice) ตัวอย่าง การเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเข้ามืทางเลือก คือ นมสดกล่อง บะหมี่สำเร็จรูป ขนมอบัง

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand choice) ตัวอย่าง ถ้าผู้บริโภคเลือกนมสดกล่อง จะเลือกยี่ห้อโฟร์โมสต์ เมจิ ฯลฯ

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer choice) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกจากห้างสรรพสินค้าใดหรือร้านค้าใกล้บ้านร้านใด

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกเวลาเข้ากลางวัน หรือเย็นในการซื้อนมสดกล่อง

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกกว่าจะซื้อหนึ่งกล่องหรือหนึ่งโหล



ภาพประกอบ 4 รูปแบบพฤติกรรมกรรมการซื้อ (ผู้บริโภค) [Model of Buyer (Consumer) Behavior] ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการซื้อของผู้บริโภค (Factor Influencing Consumer's Buying Behavior)

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. หน้า 198. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านต่าง ๆ และเพื่อที่จะจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสม เมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดหรือสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ งานของผู้ขายและนักการตลาด คือ ค้นหาว่าลักษณะของผู้ซื้อและความรู้สึกนึกคิดได้รับอิทธิพลสิ่งใดบ้าง การศึกษาถึงลักษณะของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายจะมีประโยชน์สำหรับนักการตลาด คือทราบความต้องการและลักษณะของลูกค้ เพื่อที่จะจัดส่วนประสมทางการตลาดต่าง ๆ กระตุ้นและสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้อง

วัฒนธรรม				
วัฒนธรรม	สังคม	บุคคล		
(Culture)	กลุ่มอ้างอิง	อายุและวงจรชีวิต อาชีพ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ รูปแบบการดำเนินชีวิต บุคลิกภาพ การมองตนเอง	จิตวิทยา	ผู้บริโภค
วัฒนธรรมย่อย (Subculture)	(Reference Group)		การจูงใจ	
ชนชั้นทางสังคม (Social Class)	ครอบครัว		การรับรู้	
	(Family)		การเรียนรู้	
	บทบาทและสถานะ (Role & Statuses)		ความเชื่อ ทัศนคติ	

ภาพประกอบ 5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

ที่มา : Kotler, Philip. (1997). Marketing Management: analysis, planning, implementation, and control. 9th ed. New Jersey: A Simon & Schuster company.

จากภาพ แสดงถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคซึ่งมี 4 ประการได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture factor) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง (Stanton; & Futrell, 1987) ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่าง

ของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งนักการตลาดต้องคำนึงถึงความเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม และนำลักษณะการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้น ไปใช้กำหนดโปรแกรมการตลาด ตัวอย่าง การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในสังคมไทย (1) สตรีมีบทบาทในสังคม เช่น บทบาททางการเมืองและทำงานมากขึ้น และมีอำนาจทางเศรษฐกิจมากขึ้น (2) มนุษย์คำนึงถึงคุณภาพชีวิต (3) บุคคลมีความห่วงใยในสุขภาพของตนเอง (4) มีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องที่อยู่อาศัย (5) ทัศนคติต่อเรื่องเพศเปลี่ยนแปลง (6) บุคคลต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น (7) บุคคลต้องการความเพลิดเพลินและพักผ่อนเนื่องจากการทำงานหนัก ในปัจจัยด้านวัฒนธรรมนี้ นักการตลาดต้องศึกษาถึงค่านิยมในวัฒนธรรม (Cultural value) ซึ่งหมายถึงความรู้สึกรู้จักคิดของบุคคลในสังคมประกอบด้วย (1) ค่านิยมของบุคคลที่มีต่อสังคม (People's views of themselves) (2) ค่านิยมของบุคคลที่มีต่อสังคมอื่น (People's views of others) (3) ค่านิยมของบุคคลที่มีต่อองค์กร (People's views of organization) (4) ค่านิยมของบุคคลต่อสังคม (People's views of society) (5) ค่านิยมของบุคคลต่อธรรมชาติ (People's views of nature) (6) ค่านิยมของบุคคลต่อมวลมนุษยชาติ (People's views universe) นักการตลาดต้องศึกษาค่านิยมในวัฒนธรรมต่าง ๆ แล้วกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับค่านิยมในวัฒนธรรม กลยุทธ์ที่นำไปใช้มากคือ กลยุทธ์การโฆษณา

วัฒนธรรมแบ่งออกเป็น วัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมย่อย และชั้นของสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคม เช่น ลักษณะนิสัยของคนไทยซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมพฤติกรรมของสังคมไทย ทำให้มีลักษณะพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน

1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture) หมายถึง วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะและแตกต่างกันซึ่งมีอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่และสลับซับซ้อน วัฒนธรรมย่อยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ ลักษณะวัฒนธรรมย่อยประกอบด้วย

1.2.1 กลุ่มเชื้อชาติ (Nationality groups) เชื้อชาติต่าง ๆ ได้แก่ ไทย จีน อังกฤษ อเมริกัน แต่ละเชื้อชาติมีการบริโภคสินค้าที่แตกต่างกัน

1.2.2 กลุ่มศาสนา (Religious groups) กลุ่มศาสนาต่าง ๆ ได้แก่ ชาวพุทธ ชาวคริสต์ ชาวอิสลาม ฯลฯ แต่ละกลุ่มมีประเพณีและข้อห้ามที่แตกต่างกัน จึงมีผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

1.2.3 กลุ่มสีผิว (Racial groups) กลุ่มสีผิวต่าง ๆ เช่น ผิวดำ ผิวขาว ผิวเหลืองแต่ละกลุ่มจะมีค่านิยมในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดทัศนคติที่แตกต่างกัน

1.2.4 พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ (Geographical areas) หรือท้องถิ่น (Region) พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ ทำให้เกิดลักษณะการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันและมีอิทธิพลต่อการบริโภคที่แตกต่างกัน

1.2.5 กลุ่มอาชีพ (Occupational) เช่น กลุ่มเกษตรกร กลุ่มผู้ใช้แรงงาน กลุ่มพนักงาน กลุ่มนักธุรกิจและเจ้าของกิจการ กลุ่มวิชาชีพอื่น ๆ เช่น แพทย์ นักกฎหมาย ครู

1.2.6 กลุ่มย่อยด้านอายุ (Age) เช่น ทารก เด็ก วัยรุ่น ผู้ใหญ่วัยทำงานและผู้สูงอายุ

1.2.7 กลุ่มย่อยทางเพศ (Sex) ได้แก่ เพศหญิง และเพศชาย

1.3 ชั้นของสังคม (Social Class) มีดังนี้ (1) บุคคลภายในชั้นสังคมเดียวกันมีแนวโน้มจะประพฤติเหมือนกัน และบริโภคคล้ายคลึงกัน (2) บุคคลจะถูกจัดลำดับสูงหรือต่ำตามตำแหน่งที่ยอมรับในสังคมนั้น (3) ชั้นของสังคมแบ่งตามอาชีพ รายได้ฐานะตระกูล ตำแหน่งหน้าที่ หรือบุคลิกลักษณะ (4) ชั้น

สังคมเป็นลำดับขั้นตอนที่ต่อเนื่องกัน และบุคคลสามารถเปลี่ยนชั้นของสังคมให้สูงขึ้น หรือต่ำลงได้ ลักษณะชั้นของสังคมแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ได้ 3 ระดับและเป็นกลุ่มย่อยได้ 6 ระดับ นักการตลาดพบว่า ชั้นของสังคมมีประโยชน์มากสำหรับการแบ่งส่วนตลาดสินค้า การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ การโฆษณา การให้บริการ และกิจการทางการตลาดต่าง ๆ แต่ละชั้นของสังคมจะแสดงความแตกต่างกันในด้านการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ และการบริโภคผลิตภัณฑ์

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference groups) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับตัว กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง กลุ่มอ้างอิงแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

2.1.1 กลุ่มปฐมภูมิ (Primary groups) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนบ้าน

2.1.2 กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary groups) ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมอาชีพและร่วมสถาบัน บุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม กลุ่มอ้างอิง จะมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่มทางด้านการเลือกพฤติกรรมและการดำรงชีวิต รวมทั้งทัศนคติ และแนวความคิดของบุคคลเนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่ม จึงต้องปฏิบัติตาม และยอมรับความคิดเห็นต่างจากกลุ่มอิทธิพล นักการตลาดควรทราบว่ากลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างไร เช่นการเผยแพร่ศาสนาคริสต์แก่กลุ่มวัยรุ่น จะใช้นักร้องชั้นนำของไทยที่วัยรุ่นโปรดปรานร้องเพลงเผยแพร่ศาสนา

2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว การขายสินค้าอุปโภคจะต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภคของครอบครัวคนไทย จีน ญี่ปุ่น หรือยุโรปซึ่งจะมีลักษณะแตกต่างกัน

2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัวกลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่าง ๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เช่น ในการเสนอขายวิธีโอของครอบครัวหนึ่ง จะต้องวิเคราะห์ว่าใครมีบทบาทเป็นผู้คิดริเริ่ม ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้มีอิทธิพล ผู้ซื้อ และผู้ใช้

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อ ได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล ดังนี้

3.1 อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุประกอบด้วย ต่ำกว่า 6 ปี, 6-11 ปี, 12-19 ปี, 20-34 ปี, 35-49 ปี, 50-64 ปี และ 65 ปี ขึ้นไป เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่ และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น และรายการพักผ่อนหย่อนใจ

3.2 วงจรชีวิตครอบครัว (Family life cycle stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มีความอิทธิพลต่อความต้องการทัศนคติและค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน วัฏจักรชีวิตครอบครัวประกอบด้วยขั้นตอน แต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคแตกต่างกันที่แตกต่างกัน เช่น ข้าราชการจะซื้อชุดทำงานและสินค้าจำเป็น ประธานกรรมการบริษัทและภรรยาจะซื้อเสื้อผ้าราคาสูง หรือ

ตัวเครื่องบิน ซึ่งนักการตลาดจะศึกษาว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัท มีบุคคลในอาชีพไหนสนใจ เพื่อที่จะจัดกิจกรรมทางการตลาดให้สนองความต้องการให้เหมาะสม

3.4 โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic circumstances) หรือ รายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วยรายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาดต้องสนใจในแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล การออม และอัตราดอกเบี้ย ถ้าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ คนมีรายได้ต่ำกิจการต้องปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การตั้งราคา ลดการผลิตและสินค้าคงคลัง และวิธีการต่างๆเพื่อป้องกันการขาดแคลนเงินหมุนเวียน

3.5 การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

3.6 ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และ รูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคล หรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หมายถึงอัตราส่วนของผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า ส่วนรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หมายถึงรูปแบบของการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูป (1) กิจกรรม (Activities) (2) ความสนใจ (Interests) (3) ความคิดเห็น (Opinions) หรือ AIOs

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological factor) การเลือกซื้อของบุคคล ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภค ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า ปัจจัยภายในประกอบด้วย (1) การสนใจ (2) การรับรู้ (3) การเรียนรู้ (4) ความเชื่อถือ (5) ทัศนคติ (6) บุคลิกภาพ (7) แนวความคิดของตนเอง โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 138 - 144)

4.1 การสนใจ (Motivation) หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้น (Drive) ที่อยู่ในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ (Stanton; & Futrell, 1987, p. 649) การสนใจเกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจจะถูกกระตุ้นจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม ชนทางสังคม หรือสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดใช้เครื่องมือการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการ

4.2 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความหมายข้อมูลเพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมาย หรือหมายถึงกระบวนการความเข้าใจ (การเปิดรับ) ของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่ จากความหมายนี้จะเห็นว่าการรับรู้ เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการและอารมณ์ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายนอก คือ สิ่งกระตุ้น การรับรู้ จะพิจารณาเป็นกระบวนการกลั่นกรอง การรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้เห็น ได้กลิ่น ได้ยิน ได้รสชาติ และได้รู้สึก ขั้นตอนการรับรู้มี 4 ขั้นตอน คือ (1) การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective exposure) (2) การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective attention) (3) ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective comprehension) (4)การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective retention)

4.3 การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และ (หรือ) ความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อ บุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และจะเกิดการตอบสนอง (Response) ซึ่งก็คือ ทฤษฎี สิ่งกระตุ้น - การตอบสนอง

(Stimulus– Response (SR) theory) นักการตลาดได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้ ด้วยการโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีก หรือจัดการส่งเสริมการขาย (ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้น) เพื่อทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อและใช้สินค้าเป็นประจำ (เป็นการตอบสนอง) การเรียนรู้เกิดจากอิทธิพลหลายอย่าง เช่น ทักษะ ความเชื่อถือ และประสบการณ์ ในอดีตอย่างไรก็ตามสิ่งกระตุ้นนั้น จะมีอิทธิพลที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ต้องมีคุณค่าในสายตาลูกค้า ตัวอย่างการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปการแจกของตัวอย่าง จะมีอิทธิพลทำให้เกิดการเรียนรู้ คือ การทดลองใช้ได้ดีกว่าการจัดกิจกรรมการแถม เพราะการแถมนั้นลูกค้าต้องเสียเงินเพื่อซื้อสินค้า ถ้าลูกค้าไม่ซื้อสินค้า ก็จะไม่เกิดการทดลองใช้สินค้าที่แถม

4.4 ความเชื่อ (Beliefs) เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต เช่น เอสโซ่ สร้างให้เกิดความเชื่อถือว่าน้ำมันเอสโซ่ มีพลังสูง โดยใช้สโลแกนว่าจับเสือใส่ถังพลังสูง เป๊ปซี่ สร้างให้เกิดความเชื่อถือว่า เป็นรสชาติของคนรุ่นใหม่ น้ำมันไร้สารตะกั่วในช่วงแรกผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือว่า การใช้น้ำมันไร้สารตะกั่ว มีปัญหากับเครื่องยนต์ซึ่งเป็นความเชื่อในด้านลบ ที่นักการตลาดต้องรณรงค์ เพื่อแก้ไขความเชื่อที่ผิดพลาด

4.5 ทักษะ (Attitudes) หมายถึง การประเมินความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์ และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler, 1997, p. 188) หรือหมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคล ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Stanton; & Futrell, 1987, p. 126) ทักษะ เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อ ในขณะที่เดียวกันความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทักษะ จากการศึกษพบว่า ทักษะของผู้บริโภคกับการตัดสินใจซื้อสินค้าจะมีความสัมพันธ์กันนักการตลาดจึงต้องศึกษาว่าทักษะนั้นเกิดขึ้นมาได้อย่างไร และเปลี่ยนแปลงอย่างไร การเกิดทักษะนั้นเกิดจากข้อมูลที่แต่ละคนได้รับ กล่าวคือเกิดจากประสบการณ์ที่เรียนรู้ในอดีตเกี่ยวกับสินค้า หรือความนึกคิดของบุคคล และเกิดจากความสัมพันธ์ที่มีต่อกลุ่มอ้างอิง เช่น พ่อ แม่ เพื่อนบุคคลชั้นนำในสังคม เป็นต้น ถ้านักการตลาดต้องการให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าของเขา นักการตลาดมีทางเลือก คือ

4.5.1 สร้างทักษะของผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสินค้าของธุรกิจ

4.5.2 พิจารณาว่าทักษะของผู้บริโภคเป็นอย่างไร แล้วจึงพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับทักษะของผู้บริโภค โดยทั่วไปการพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับทักษะ ทำให้ได้ง่ายกว่าการเปลี่ยนแปลงทักษะของผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในสินค้า เพราะต้องใช้เวลาและใช้เครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร จึงจะสามารถเปลี่ยนแปลงทักษะของบุคคลได้ นักการตลาดต้องยึดหลักองค์ประกอบของการเกิดทักษะ ซึ่งมี 3 ส่วน คือ

4.5.2.1 ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive component) ประกอบด้วยความรู้หรือความเชื่อถือเกี่ยวกับตราสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

4.5.2.2 ส่วนของความรู้สึก (Affective component) หมายถึง สิ่งที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ซึ่งเป็นความพอใจและไม่พอใจเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

4.5.2.3 ส่วนของพฤติกรรม (Behavior component) หมายถึง แนวโน้มของการกระทำที่เกิดจากทักษะ หรือ เป็นการกำหนดพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้า เช่น กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการแลกซื้อตามที่เสนอเงื่อนไข

4.6 บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยา ที่แตกต่างกันของบุคคลซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มเหมือนเดิม และสอดคล้องกับทฤษฎีการจูงใจของ ฟรอยด์

(Freud's theory of motivation) มีข้อสมมติว่า อิทธิพลด้านจิตวิทยา ซึ่งกำหนดพฤติกรรมมนุษย์แรงจูงใจ (Motives) และบุคลิกภาพ (Personality) ส่วนใหญ่เป็นจิตใต้สำนึก(Unconscious) ซึ่งเป็นส่วนกำหนดบุคลิกภาพของมนุษย์ อันประกอบด้วย อิด (Id) อีโก้ (Ego) ซุปเปอร์อีโก้ (Superego) ทฤษฎีนี้ได้นำไปใช้ในการกำหนดบุคลิกภาพของผู้บริโภคด้วย พรอยด์พบว่าบุคลิกภาพและพฤติกรรมของมนุษย์ถูกควบคุมโดยความนึกคิดพื้นฐาน ทั้ง 3 ระดับนี้

4.7 แนวคิดของตนเอง (Self-concept) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองหรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่น (สังคม) มีความคิดเห็นต่อตนเองอย่างไร มี 4 กรณี ดังนี้

4.7.1 แนวคิดของตนเองที่แท้จริง (Real self) หมายถึง ความคิดที่บุคคลมองตนเองที่แท้จริง

4.7.2 แนวคิดของตนเองในอุดมคติ (Ideal self) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลใฝ่ฝันอยากให้เป็นเช่นนั้น บุคคลจึงมักทำให้พฤติกรรมของเขาสอดคล้องกับความคิดในอุดมคติ

4.7.3 แนวคิดของตนเองที่ต้องการให้บุคคลอื่น (สังคม) มองตนเองที่แท้จริง (Real other) หมายความว่า บุคคลนึกเห็นภาพลักษณ์ว่าบุคคลอื่น (สังคม) มองตนเองที่แท้จริงว่าเป็นอย่างไร

4.7.4 แนวคิดของตนเองที่ต้องการให้บุคคลอื่น (สังคม) คิดเกี่ยวกับตนเองในอุดมคติ (Ideal other) หมายถึง การที่บุคคลต้องการให้บุคคลอื่น (สังคม) คิดถึงเขาในแง่ใด ดังนั้น นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาหลักเกณฑ์การตัดสินใจซื้อ คือ ปัจจัยภายนอก อันเป็นผลมาจากปัจจัยด้านวัฒนธรรมและสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายใน รวมทั้งลักษณะส่วนบุคคลปัจจัยเหล่านี้มีประโยชน์ต่อการพิจารณาถึงลักษณะความสนใจของผู้ซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์ โดยจะนำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ตัดสินใจด้านราคา การจัดช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดเพื่อสร้างให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และบริษัท

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการศึกษาถึงแนวคิดและทฤษฎีนี้จะช่วยให้ทราบถึงพื้นฐานและความต้องการของพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการ เพื่อให้ได้รับความต้องการตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในเรื่องที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาได้

ขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

คอตเลอร์ และ อาร์มสตรอง (Kotler; & Armstrong. 2001: 198-201) กล่าวว่า ในปัจจุบันเรามองปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อผู้ซื้อ เราจะทำอย่างไรให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ เพื่อให้เกิดความเข้าใจจึงได้แบ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ

1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) หมายถึง กระบวนการเริ่มต้นเมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ โดยเกิดจากการกระตุ้นภายในของบุคคล ความต้องการโดยทั่วไปได้แก่ ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ เมื่อความต้องการดังกล่าวเพิ่มขึ้นในระดับสูงจนกลายเป็นแรงขับแล้วเปลี่ยนความต้องการดังกล่าวมาเป็นแรงขับภายนอก

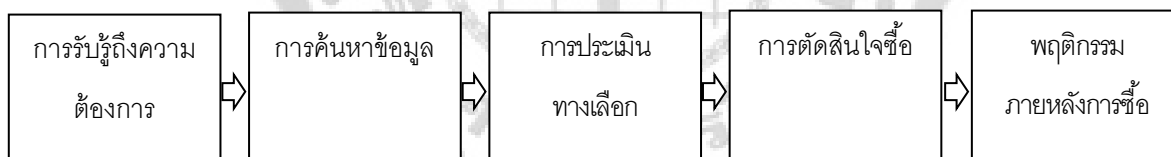
2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) หมายถึง ความสนใจของผู้บริโภค หรืออาจไม่ต้องการที่ค้นหาข้อมูลเลย แต่ถ้าแรงขับของผู้บริโภคสูง และผลิตภัณฑ์ที่ต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภคก็จะซื้อสินค้านั้น หรือไม่ผู้บริโภคอาจต้องการค้นหาว่าร้านที่ต้องการจากความจำเป็นหรือทำการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ ผู้บริโภคจะทำการค้นหาข้อมูลจากตัวบุคคล เช่น ครอบครัวเพื่อน เพื่อนบ้าน หรือคนรู้จัก เป็นต้น ค้นหาจากแหล่งข้อมูลทางการค้า เช่น การโฆษณา จากพนักงานขาย จากผู้จัด

จำหน่าย การบรรจุหีบห่อ เป็น หรืองานแสดงสินค้า การค้าหาจากแหล่งสาธารณะต่าง ๆ เช่น จากสื่อต่าง ๆ จากการจัดอันดับผู้บริโภคจากองค์กรต่าง ๆ เป็นต้น และจากประสบการณ์ เช่น จากการสัมผัสด้วยมือ การทดสอบ การใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเอง เป็นต้น

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เป็นขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคใช้ข้อมูลข่าวสารที่มีเพื่อประเมินทางเลือกในตราสินค้าและเพื่อใช้เป็นตัวกำหนดทางเลือก

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ในขั้นตอนการประเมินผู้บริโภคจะจัดอันดับตราสินค้าและจุดมุ่งหมายของการซื้อ โดยทั่วไปการตัดสินใจของผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าที่มีตราห้อย โดยมีปัจจัยระหว่างความต้องการที่จะซื้อกับการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยแรกเป็นทัศนคติที่คำนึงถึงราคา รายได้ ประโยชน์ของสินค้า เป็นต้น ส่วนปัจจัยที่สองคือปัจจัยที่ได้คาดหวังว่าจะซื้อแต่เปลี่ยนความตั้งใจที่จะซื้อ เช่น เมื่อเจอสินค้าที่ถูกใจ เป็นต้น

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) ภายหลังจากที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าไปแล้ว จะเกิดความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ และต้องการการรับประกันสินค้า นักการตลาดต้องค้นหาว่าอะไรเป็นเหตุให้ผู้ซื้อเกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในการซื้อ คำตอบคือความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภค และการรับรู้ถึงวิธีการใช้ของสินค้า เช่น ถ้าสินค้านั้นอายุการใช้งานที่สั้นผู้บริโภคก็จะไม่พึงพอใจ โดยความพึงพอใจของผู้บริโภคเกิดจากความคาดหวังที่สูงในตัวสินค้าและสินค้านั้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ผู้บริโภคก็จะเกิดความยินดี



ภาพประกอบ 6 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ที่มา : Kotler. (2000). Marketing Management, p. 179

บทบาทพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior role)

บทบาทพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior role) หมายถึง บทบาทของ ผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ จากการศึกษาบทบาทพฤติกรรมของผู้บริโภค นักการตลาดได้นำมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด โดยเฉพาะกลยุทธ์การโฆษณาและผู้แสดงโฆษณา (Presenter) ให้บทบาทใดบทบาทหนึ่ง เช่น ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้โดยทั่วไปมี 5 บทบาท คือ

1. ผู้ริเริ่ม (Initiator) บุคคลที่รับรู้ถึงความจำเป็นหรือความต้องการ ริเริ่มซื้อ และเสนอความคิดเกี่ยวกับความต้องการผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่ง

2. ผู้มีอิทธิพล (Influence) บุคคลที่ใช้คำพูดหรือการกระทำตั้งใจหรือไม่ตั้งใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ การซื้อ และการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ
3. ผู้ตัดสินใจ (Decision) บุคคลผู้ตัดสินใจหรือมีส่วนในการตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ซื้ออะไร ซื้ออย่างไร หรือซื้อที่ไหน
4. ผู้ซื้อ (Buyer) บุคคลที่ซื้อสินค้าจริง
5. ผู้ใช้ (User) บุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการบริโภค การใช้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ

รูปแบบที่สำคัญของสถานการณ์การซื้อ

ความยุ่งเหยิงของสถานการณ์การซื้อจะเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์การซื้อซึ่งโฮเวิร์ดเสนอว่าการซื้อของผู้บริโภคเป็นกิจกรรมในการแก้ปัญหาในสถานการณ์การซื้อ 3 ระดับด้วยกัน คือ

1. สถานการณ์ที่มีพฤติกรรมตอบสนองแบบประจำ (Habitual Response Behavior) จะเป็นการซื้อที่ไม่ต้องอาศัยการตัดสินใจที่ซับซ้อน เป็นแบบธรรมดาที่สุดของพฤติกรรมซื้อ มักจะเกิดขึ้นในกรณีที่สินค้าราคาต่ำและมีการซื้อบ่อย ๆ ผู้บริโภคสามารถที่จะซื้อตราหือเดิมที่พอใจ หรือเปลี่ยนไปทดลองตราใหม่ได้โดยไม่ต้องตัดสินใจมากมาย เพราะมีความเสี่ยงในการซื้อไม่มากนัก งานของนักการตลาดมี 2 ประการคือ ในกรณีที่ลูกค้าเป็นลูกค้าเดิมที่เคยใช้อยู่แล้วควรจะมีการโฆษณาช่วยเพื่อย้ำความมั่นใจและเตรียมความจำให้ผู้บริโภค รวมถึงการต้องรักษาระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และความสะดวกในด้านสถานที่จัดจำหน่ายให้สม่ำเสมอ สำหรับลูกค้าใหม่ต้องพยายามเรียกร้องให้เกิดความสนใจในตรา และพยายามเสนอผลิตภัณฑ์ในลักษณะใหม่ รวมทั้งการจัดแสดง ณ จุดซื้อ การลดราคา การแจกแถม และการชิงรางวัลเพื่อกระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้

2. สถานการณ์ที่ต้องมีการแก้ไขปัญหามองจำกัด (Limited Problem Solving) เป็นสถานการณ์การซื้อที่ยุ้งยากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคต้องเผชิญกับสินค้าที่รู้จักประเภทของสินค้าดี แต่ไม่รู้จักตราหือเกิดขึ้นกับสินค้าที่ผู้บริโภครู้จัก แต่ไม่ได้ซื้อบ่อยและเป็นสินค้าที่มีราคาสูงพอสมควร หรือเป็นสินค้าที่จะมีผลต่อบุคลิกของผู้ใช้ เช่น ไม้เทนนิส นาฬิกา กางเกงยีนส์ โทรศัพท์ และกล้องถ่ายรูป เป็นต้น นักการตลาดจะต้องออกแบบแผนของการติดต่อสื่อสารที่จะเพิ่มความเข้าใจและสามารถสร้างความเชื่อมั่นในตราหือให้ผู้บริโภค และอาจมีการให้การรับประกัน การรับคืนสินค้า เพื่อสร้างความมั่นใจและลดความเสี่ยงให้แก่ผู้บริโภคด้วย

3. สถานการณ์การซื้อที่มีการแก้ปัญหามาก (Extensive Problem Solving) การซื้อของผู้บริโภคจะเกิดความยุ่งยากมากที่สุด และจะต้องผ่านกระบวนการซื้อครบทุกขั้นตอน เมื่อผู้ซื้อเผชิญหน้ากับการซื้อสินค้าที่ไม่รู้จัก ไม่คุ้นเคย ไม่ทราบขอบเขตของการใช้งาน ตัวอย่างเช่น แม่บ้านที่ไม่เคยใช้เครื่องซักผ้าเลยแต่ต้องการที่จะซื้อเครื่องซักผ้าไว้แบ่งเบาภาระในบ้าน จะต้องมีการเสาะแสวงหาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับความคุ้นเคยของการใช้เครื่องซักผ้า ข้อดีข้อเสีย ของการซักด้วยเครื่อง นอกจากนี้จะต้องเสาะหาข้อมูลเฉพาะของเครื่องซักผ้าแต่ละยี่ห้ออีกด้วย ดังนั้นนักการตลาดจะต้องให้ข้อมูลทั้งทางด้านการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior)

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค ทั้งที่เป็นบุคคล กลุ่ม หรือองค์กร เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อ การใช้ การเลือกบริการ แนวคิด หรือประสบการณ์ที่จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ คำตอบที่ได้จะช่วยให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546: 193 - 194)

คอตเลอร์ (Kotler. 1997, p. 105) ได้วิเคราะห์ว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาหรือวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและบริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้สามารถจัดกลยุทธ์ การตลาด ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ดังรายละเอียดนี้

คำถามที่ใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมการเลือกซื้อผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who What Why When Where และ How เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os ซึ่งประกอบด้วย OCCUPANTS, OBJECTS, OBJECTIVES, ORGANIZATIONS, OCCASIONS, OUTLETS and OPERATIONS

ตาราง 1 คำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os)

คำถาม (6Ws และ 1Hs)	คำตอบที่ต้องทราบ (7Os)
1. Who is in the target market? ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย	Occupants ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย 1. ด้านประชากรศาสตร์ 2. ด้านภูมิศาสตร์ 3. ด้านจิตวิทยา 4. ด้านพฤติกรรมศาสตร์
2. What does the consumer buy? ผู้บริโภคซื้ออะไร	Objects สิ่ง que ผู้บริโภคต้องการซื้อ 1. คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ 2. องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์
3. Why does the consumer buy? ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ	Objectives เพื่อสนองตอบความต้องการของ ผู้บริโภคด้านร่างกาย หรือด้านจิตวิทยา
4. Who participates in buying? ใครมีส่วนร่วมในการเลือกตัดสินใจซื้อ	Organizations บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มี อิทธิพล 1. ผู้ริเริ่ม 2. ผู้มีอิทธิพล 3. ผู้ตัดสินใจ 4. ผู้ซื้อ 5. ผู้ใช้
5. When does the consumer buy? ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด	Occasions โอกาสในการซื้อ เช่น ช่วงเดือน หรือฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวันโอกาสพิเศษหรือเทศกาลวัน สำคัญต่าง ๆ

ตาราง 1 (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1Hs)	คำตอบที่ต้องทราบ (7Os)
6. Where does the consumer buy? ผู้บริโภคซื้อที่ไหน	ช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคไปซื้อ หรือใช้ บริการ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้าน ขายของชำ เป็นต้น
7. How does the consumer buy? ผู้บริโภคซื้ออย่างไร	Operation ขั้นตอนการเลือกตัดสินใจซื้อ 1. การรับรู้ปัญหา 2. การค้นหาข้อมูล 3. การประเมินผลทางเลือก 4. การตัดสินใจซื้อ 5. ความรู้ภายหลังการซื้อ

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่ : 193 – 194.

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) โดยอาศัยเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด 4 ด้านเพื่อนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งได้แก่ ด้านประชากรศาสตร์ ด้านภูมิศาสตร์ ด้านจิตวิทยา และด้านพฤติกรรมศาสตร์

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงสิ่งที่ตลาดต้องการผลิตภัณฑ์ (Objects) เป็นการกำหนดสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ได้แก่ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคด้านร่างกาย หรือด้านจิตวิทยา

4. ใครมีส่วนร่วมในการเลือกตัดสินใจซื้อ (Who participates in buying?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตัดสินใจซื้อ (Organizations) ประกอบด้วยผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจ ผู้ซื้อ และผู้ใช้

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงโอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใด หรือฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวันโอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ เป็นต้น

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคไปซื้อ หรือใช้บริการ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ เป็นต้น เพื่อนำไปใช้กำหนดกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงขั้นตอนการเลือกตัดสินใจซื้อหรือกระบวนการซื้อ (Operation) ที่ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และความรู้ภายหลังการซื้อ

จากทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ผู้วิจัยได้นำมาประกอบในการกำหนดแนวคิดตัวแปรตามแบบสอบถาม และการอภิปรายผลต่อไป

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ในทางการตลาดนั้นแนวทางที่ทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจได้นั้นย่อมเกิดมาจากการตอบสนองความต้องการได้ตรงจุด แต่การตอบสนองต่าง ๆ ก็ยังไม่สามารถสนองตอบความต้องการได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากบุคคลมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป สิ่งหนึ่งที่ทำให้บุคคลแต่ละคนมีความต้องการและลักษณะพฤติกรรมแตกต่างกันก็คือ “แรงจูงใจ” ที่ต่างกัน

ความหมายของการจูงใจ(Motivation)

การจูงใจ (Motivation) หมายถึง แรงผลักดัน ความมุ่งประสงค์หรือความต้องการต่าง ๆ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของพฤติกรรม โดยสิ่งจูงใจ (Motives) เป็นสิ่งผลักดันให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ โดยมีผู้ให้ความหมายของการจูงใจไว้ ดังนี้

เชิฟแมน (Schiffman. 2000: 63) ได้ให้ความหมายของการจูงใจว่า แรงขับภายในตัวบุคคลแต่ละคนที่กระตุ้นในเขาแสดงพฤติกรรมออกมา

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2546: 141) อธิบายว่าการจูงใจ หมายถึง บางสิ่งบางอย่างภายในตัวบุคคล ซึ่งเป็นต้นเหตุให้เขาถือปฏิบัติ เคลื่อนไหว หรือประพฤติในลักษณะที่จะมุ่งไปสู่จุดหมายปลายทาง

ดังนั้น การจูงใจ อาจหมายถึง สิ่งกระตุ้นภายในตัวบุคคลที่มีอำนาจมากเพียงพอที่จะผลักดันบุคคลนั้นแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่เป็นอยู่ ทั้งนี้ก็เพื่อที่จะตอบสนองซึ่งจุดหมายที่ตั้งไว้

สาเหตุการเกิดแรงจูงใจ

สาเหตุการเกิดแรงจูงใจมีหลายกรณี พิบูล ที่ปะปาล (2545: 156-159) กล่าวถึงสาเหตุของการเกิดแรงจูงใจไว้ ดังนี้

1. แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ (Product Buying Motives) ได้แก่ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคที่ต้องการจะซื้อสินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่งมา เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองให้ได้รับความพอใจ เนื่องจากสินค้าและบริการที่นำมาสนองความต้องการนั้นมากมาย แต่เงินที่จะนำมาซื้อสินค้าเหล่านั้นมีจำกัด ผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องตัดสินใจซื้อสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่งตามกำลังอำนาจซื้อของเขา

2. แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล (Rational Buying Motives) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการใคร่ครวญพิจารณาของผู้ซื้อที่มีเหตุผลก่อนว่า ทำไมจึงซื้อสินค้าชนิดนั้น แรงกระตุ้นประเภทนี้ได้แก่

- 2.1 ความประหยัด (Economy) หมายถึง ความประหยัดในการซื้อและใช้ เช่น ในปัจจุบันนิยมใช้รถยนต์ที่มีขนาดเล็กมากกว่ารถยนต์ขนาดใหญ่ เนื่องจากรถยนต์ขนาดเล็กมีราคาถูกกว่าและประหยัดค่าน้ำมันได้มากกว่า

- 2.2 ประสิทธิภาพและสมรรถภาพในการใช้ (Efficiency and Capacity) เช่น ผู้บริโภคนิยมซื้อยางรถยนต์ Energy Tire หรือยางประหยัดน้ำมัน ก็เพราะเป็นยางรถยนต์ที่มีแรงต้านการเคลื่อนที่ของรถต่ำจึงส่งผลให้ประหยัดน้ำมันมากกว่ายางรถยนต์ทั่วไป

- 2.3 ความเชื่อถือได้ (Dependability) เป็นแรงจูงใจในการซื้อที่มีความสำคัญมากอย่างหนึ่ง ปกติผู้ผลิตหรือผู้ขายมักจะมีสัญญาประกันสินค้าให้ เช่น รับประกันภายใน 4 ปี หรือ 100,000 กิโลเมตร

- 2.4 ความทนทาน (Durability) บางคนนิยมใช้รถยนต์ที่ผลิตจากทวีปยุโรปมากกว่ารถยนต์ที่ผลิตจากประเทศจีน เพราะคิดว่าประเทศจีนผลิตสินค้ามักไม่ค่อยทนทานถาวร

2.5 ความสะดวกในการใช้ (Convenience) เป็นการซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยคำนึงถึงความสะดวกสบายและประหยัดเวลาในการใช้

3. แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ (Emotion Buying Motive) แบ่งออกได้ ดังนี้

3.1 การเอาอย่างแข่งดีกัน (Emulation) เช่น เมื่อเห็นเพื่อนหรือญาติมิตร มีอะไรที่โดดเด่น ตนเองก็จะพยายามไปชวนชวหาซื้อบ้างเพื่อไม่ให้หน้าเขา เป็นต้น

3.2 ต้องการจุดเด่นเป็นเอกเทศ (Individuality) เช่น ต้องการแต่งตัวด้วยเสื้อผ้าที่มีระดับหรือทันสมัย เพื่อแสดงเป็นจุดเด่นไม่ซ้ำใคร เป็นต้น

3.3 ต้องการอนุโลมคล้ายตามผู้อื่น (Conformity) เป็นลักษณะตรงข้ามกับพวกที่ต้องการจุดเด่นเป็นเอกเทศ พวกนี้จะรอยคยคนอื่นซื้อกัน หรือซื้อตามบุคคลที่มีชื่อเสียงที่ชื่นชอบ

3.4 ต้องการความสะดวกสบาย (Comfort) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากผู้ซื้อต้องการความสะดวกสบายในการทำงานที่เป็นอยู่ การผ่อนแรง

3.5 ต้องการความสำราญเพลิดเพลินใจ (Entertainment and Pleasure) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากผู้ซื้อต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน เช่น การซื้อซีดีภาพยนตร์มารับชม เป็นต้น

3.6 ความทะเยอทะยานมักใหญ่ใฝ่สูง (Ambition) เป็นความหยิ่ง ถือดี หรือความปรารถนาเกี่ยวกับศักดิ์ศรีเกียรติคุณ เช่น ชอบซื้อรถเบนซ์ เพื่อให้สังคมยอมรับว่าเป็นคนมีเกียรติ เป็นต้น

4. แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ร้านค้า (Patronage Buying Motive) เกิดจากสาเหตุดังต่อไปนี้

4.1 ให้บริการดีเป็นที่พอใจ (Satisfactory Services)

4.2 ราคาย่อมเยาสมเหตุผล (Reasonable Prices)

4.3 ทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกในการที่จะไปซื้อ (Good Access to Location)

4.4 มีสินค้าให้เลือกได้หลายอย่าง (Abundant of Assortment)

4.5 ชื่อเสียงของร้าน (Goodwill Image) ดีเป็นที่เชื่อถือได้

4.6 ความเคยชินเกี่ยวกับนิสัยการซื้อ (Buying Habits) เช่น การเคยซื้อสินค้าจากร้านใดร้านหนึ่งเป็นเวลานานแล้ว เป็นต้น

ธรรมชาติของแรงจูงใจ

แรงจูงใจเป็นสิ่งที่อยู่เบื้องหลังการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ธรรมชาติของแรงจูงใจ (Nature of Motive) ของมนุษย์ (เสรี วงษ์มณฑา. 2542: 54) ประกอบด้วย

1. แรงจูงใจที่มีพื้นฐานมาจากความต้องการ (Based on needs) คือ มีแรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากความต้องการ ซื้อความต้องการแบบนี้มีก็ได้หรือไม่มีก็ได้ ซึ่งไม่จัดเป็นแรงจูงใจ เมื่อไหร่ที่ความต้องการมีความรุนแรงขึ้น จนเกิดความตึงเครียดและกลายเป็นแรงจูงใจขึ้นมา

2. แรงจูงใจเป็นความหงุดหงิด หรือความตึงเครียด (Frustration)

3. การมุ่งหมายความสำคัญไปที่เป้าหมาย (Goal-Directed) คือ การพยายามที่จะแก้ไขปัญหาต่างๆ ซึ่งจะต้องมีทิศทางที่แน่ชัดและทิศทางที่วุ่นนั้น จะต้องมุ่งตรงสู่เป้าหมายของชีวิตเป็นการรวมพลัง

4. การรวบรวมความพยายาม (Muster Up all the Efforts) เมื่อพยายามรวมความพยายามต่าง ๆ เพื่อจะบรรลุเป้าหมายที่เราต้องการจะแก้ไขให้ได้ การจูงใจเป็นสิ่งกระตุ้นให้บุคคลเกิดพฤติกรรม การแสดงออก

6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

ความหมายของคำว่ารูปแบบการดำเนินชีวิต

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543: 254-255) ได้กล่าวว่า การดำรงชีวิตของมนุษย์จะอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม แต่ละกลุ่มมีกฎเกณฑ์ที่ทุกคนในกลุ่มพึงถือปฏิบัติ พฤติกรรมของแต่ละคนในกลุ่มจึงเป็นไปในทำนองเดียวกัน ไม่เพียงแต่เท่านั้น เมื่อกลุ่มสังกัดชั้นทางสังคมและวัฒนธรรม พฤติกรรมของบุคคลในวัฒนธรรมเดียวกันก็จะมีรูปแบบที่เรียกว่า “ทำนองเดียวกัน” เช่นกัน บุคคลซึ่งเป็นสมาชิกของกลุ่ม ชั้นทางสังคมและวัฒนธรรมจะพัฒนาแบบแผนของการดำรงชีพหรือใช้ชีวิต ตลอดจนแบบแผนของการบริโภคขึ้นมาเพื่อมาใช้ในสังคม แบบแผนดังกล่าวเราเรียกว่า แบบของการใช้ชีวิต (Lifestyle)

การจำแนกลักษณะของการใช้ชีวิต

แบบของการใช้ชีวิตสามารถจำแนกตามลักษณะได้ดังนี้ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543: 261)

1. ดิ้นตัวกับไม่ดิ้นตัว (Active Versus Passive) เช่น ผู้บริโภคเข้าร่วมในการเล่นกีฬาหรือเข้าดูคอนเสิร์ตรายการสด ส่วนแบบไม่ดิ้นตัวนั้นผู้บริโภคริโศกดูโทรทัศน์หรือฟังวิทยุอยู่กับบ้าน
2. การโอ้อวดหรือการส่วนตัว (Ostentatious Versus Private) แบบแรกแสวงหาสัญลักษณ์แห่งความสำเร็จที่ปวงชนยอมรับ ซึ่งตรงข้ามกับแบบหลังแสวงหาสินค้าที่ใช้เฉพาะตัว
3. ครอบครัวกับอาชีพ (Family Versus Career) แบบแรกมีบุตรและใช้เวลาไปกับกิจกรรมของครอบครัว แต่แบบหลังไม่มีบุตรและใช้เวลาเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ
4. ท้องถิ่นกับนครหลวง (Local Versus Cosmopolitan) แบบแรกเข้าร่วมกับชมรมท้องถิ่นกับแบบหลังเข้าร่วมกับโลกที่กว้างกว่า

สุปัญญา ไชยชาญ (2543: 132-133) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หมายถึง พฤติกรรม การใช้ชีวิต ใช้เงิน และใช้เวลาของบุคคลนั้น ซึ่งแสดงออกมาให้ปรากฏชัด ๆ กันในสี่มิติต่อไปนี้ คือ

1. ด้านลักษณะประชากรที่ประกอบกันเข้าเป็นตัวคนคนนั้น (Demographics)
2. กิจกรรมที่เข้าไปมีส่วนร่วม (Activities)
3. ความสนใจที่เขามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Interest)
4. ความคิดเห็นที่เขามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Opinion)

และได้กล่าวถึง AIO ว่ามิติทั้งสาม มักนิยมเรียกว่า AIO variables (variables แปลว่า ตัวแปรหลายตัว) และเมื่อจะกล่าวถึงมิติทั้งสี่รวมกัน มักจะเรียกว่า AIO Demographics ซึ่งหากนำมาประกอบไขว้กันเข้าให้ครบทั้งสามมิติ จะทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลมากมายหลายรูปแบบ

เอ็นเจอร์, แบคเวล และมินิเยด (Engel, James F. Blackwell, Roger D.; & Miniard, W, Paul. 1993) ให้คำจำกัดความของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นไว้ว่า

กิจกรรม หมายถึง การแสดงออกอย่างเด่นชัดเช่นการซื้อสินค้า หรือการคุยกับเพื่อนบ้านเกี่ยวกับบริการใหม่ ๆ ซึ่งแม้การแสดงออกเหล่านี้จะสามารถสังเกตเห็นได้ แต่ก็เป็นเรื่องยากที่จะวัดถึงเหตุผลของการกระทำได้โดยตรง

ความสนใจ เป็นความสนใจในบางวัตถุประสงค์ บางสถานการณ์หรือบางเรื่อง ซึ่งหมายถึงระดับความตื่นตัวที่เกิดขึ้นพร้อมกับความเอาใจใส่เป็นพิเศษ หรือความเอาใจใส่แบบต่อเนื่อง ความคิดเห็น เป็น “คำตอบ” ของแต่ละบุคคลในการตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นซึ่งเปรียบเสมือนเป็น “คำถาม” ในลักษณะของการตีความ ความคาดหวัง และการประเมินผล เช่น ความหวังเหตุการณ์ในอนาคต และการประเมินผลดีและผลเสียของการเลือกที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

กล่าวโดยสรุป รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หมายถึง พฤติกรรมที่บุคคลนั้นแสดงออกมาในรูปของ (1) กิจกรรม (Activities) (2) ความสนใจ (Interests) (3) ความคิดเห็น (Opinions) ซึ่งบุคคลจะมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 135) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หมายถึง รูปแบบของการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูปแบบของ (1) กิจกรรม (Activities) (2) ความสนใจ (Interests) (3) ความคิดเห็น (Opinions) ซึ่งรูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นกับวัฒนธรรม ชั้นของสังคมและกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล นักการตลาดเชื่อว่า การเลือกผลิตภัณฑ์ของบุคคลขึ้นอยู่กับค่านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิต ตัวอย่าง รูปแบบการดำรงชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้า สำหรับผู้ที่ชอบเที่ยวกลางคืนหรือผู้ที่ชอบอยู่บ้านจะแตกต่างกัน

ตัวอย่างแบบของการใช้ชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน ดังนี้ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล.2543: 255-257)

1. บทบาททางสังคม (Social Roles) โครงสร้างของความสัมพันธ์ของบทบาทภายในครอบครัวของไทยเปลี่ยนไปจากเดิมมาก แต่เดิมสตรีอยู่กับบ้าน และทำหน้าที่ตัดสินใจกับเรื่องต่าง ๆ ภายในบ้านของตน สามีมักจะทำหน้าที่ในการตัดสินใจซื้อและซื้อของมาให้ ในปัจจุบันสตรีได้รับการศึกษาที่สูงขึ้น ออกไปทำงานนอกบ้าน จึงทำให้สตรีมีบทบาทสำคัญในการซื้อ และมีอำนาจในการซื้อในอัตราส่วนสูงทีเดียวในตลาด ซึ่งก็เป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่แก่แบบการใช้ชีวิตของครอบครัวไทย ในปัจจุบันนี้สมาชิกแต่ละคนในครอบครัวต่างก็มีบทบาท และอิทธิพลต่อการซื้อสิ่งของให้กับครอบครัวมากทีเดียว เมื่อมีการตัดสินใจเลือกตราหือของสินค้าใหญ่ ๆ ก็มักจะมีการร่วมกันตัดสินใจ

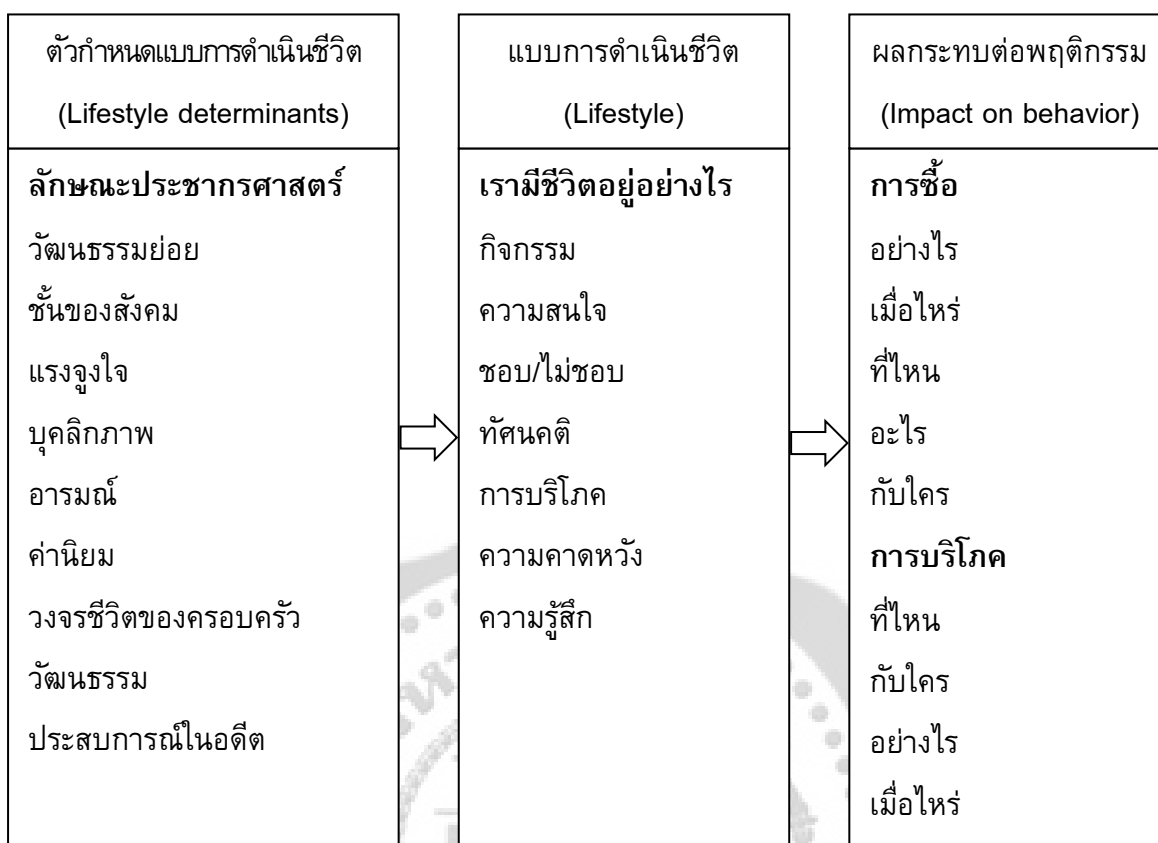
2. เวลาสำหรับการพักผ่อน (Leisure Time) ในปัจจุบันเราทำงานน้อยลงเหลือสัปดาห์ละ 5 วัน ดังนั้น “ปรัชญาของการใช้เวลาพักผ่อน” จึงมีบทบาทเป็นส่วนหนึ่งของแบบของการใช้ชีวิต เราเห็นได้ว่า ทุกวันนี้คนไทยตื่นตัวในเรื่องของกิจกรรมและกีฬาเพื่อการพักผ่อนมากขึ้น เช่น ไปเที่ยวชายหาด เล่นสกีเล่นกีฬา สนใจดนตรี สนใจเกี่ยวกับดอกไม้ การแสดง มหรสพ การออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน เป็นต้น การเพิ่มเวลาพักผ่อนจะนำไปสู่แบบของการใช้ชีวิตที่แตกต่างกันไปจากเดิม ตั้งแต่การดำรงชีพในครอบครัวไปจนถึงการแต่งกาย การใช้เครื่องทุ่นแรง

3. ช่วงเวลาของชีวิต (Pace of Living) ในขณะนี้มีการเร่งช่วงระยะเวลาของชีวิตมากขึ้น บุคคลจะไม่ใคร่เต็มใจที่จะรอเวลาที่จะตอบสนองความต้องการสำหรับสินค้าหรือบริการต่าง ๆ แม้ว่าเขาจะไม่มีเงินพอที่จะซื้อก็ตาม แนวโน้มทางสังคมและจิตวิทยาดังกล่าวนี้ จะเพิ่มพูนความสำคัญในการให้สินเชื่อในการขายของนักการตลาด ตลอดจนขายผ่อนส่งของบริษัทต่าง ๆ และสถาบันการเงิน นอกจากนี้ยังทำให้บริษัทต่าง ๆ ต้องมีเครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในรูปเครื่องจักรและระบบอัตโนมัติ มีเครื่องสำหรับขายสินค้า ตลอดจนเครื่องยนต์กลไกในการบรรจุสินค้า ผลิตภัณฑ์สินค้า ประทับตราสินค้าไว้ เพื่อให้ทันกับความต้องการของสิ่งแวดล้อมทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ราคาที่อาจจะต่ำลง แต่บริการดีขึ้น

นอกจากเรื่องที่กำลังกล่าวมานี้ แบบของการใช้ชีวิตของผู้บริโภคยังเกี่ยวข้องกับต้นทุน ในเรื่องของเวลาและความพยายามที่จะลงไปในการจ่ายของการบริโภคและการใช้ของผู้ซื้อด้วย ปัจจุบันการซื้อแต่ละครั้งก็รวดเร็วเร็วกว่าแต่ก่อนมาก เนื่องจากการเพิ่มสำคัญของการปฏิบัติการของนักการตลาดมากขึ้น เช่น การใช้ตราयीห่อและหีบห่อที่ดึงดูดใจ การโฆษณาและการส่งเสริมการขายที่เร้าใจ ยิ่งในยุคจรรวดยุคนี้ด้วยแล้วทุกสิ่งทุกอย่างที่ผลิตออกขายนั้น นักการตลาดพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ “ใช้ได้โดยฉับพลัน” (Instant-use) เราจะได้เห็นได้จากผลิตภัณฑ์ นม น้ำส้ม กาแฟ โจ๊ก ข้าวต้ม น้ำปลา ผงเครื่องแกงสำเร็จรูป เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคในการอำนวยความสะดวกและความง่ายแก่การบริโภคผลิตภัณฑ์ และเพื่อให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของแบบของการใช้ชีวิต

4. การเคลื่อนที่ทางสังคม (Social Mobility) การเคลื่อนที่ทางสังคมเป็นลักษณะที่สำคัญอย่างหนึ่งของแบบของการใช้ชีวิตของผู้บริโภค ซึ่งหมายถึงสิ่งต่าง ๆ เช่น การเปลี่ยนงาน รายได้เพิ่ม และการแยกจากบุคคลยุคก่อนหน้าตน เป็นต้น การศึกษาที่เพิ่มขึ้น ได้ยกระดับสนิยมและกลายเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มการเคลื่อนที่ทางสังคม นอกจากนั้นการศึกษาได้ทำให้การเคลื่อนย้ายภายในชั้นของสังคมง่ายขึ้น และเป็นต้นเหตุให้บุคคลหวังที่จะหารายได้ที่สูงขึ้นในอนาคต ปรากฏว่าในปัจจุบันนี้นิสัยของการใช้จ่าย และแบบแผนของครอบครัวได้เปลี่ยนไป โดยขึ้นอยู่กับความปรารถนาและความคาดหวังมากกว่าที่จะขึ้นอยู่กับรายได้ปัจจุบัน เราจะได้เห็นว่ามีการใช้สินเชื่อกว้างขวางขึ้นและการเคลื่อนที่ก็เพิ่มมากขึ้นชนชั้นกลางมีมากขึ้น การเคลื่อนที่ทางภูมิศาสตร์ก็มีมากขึ้นด้วย บุคคลย้ายจากท้องถิ่นเข้าไปอยู่ในเมืองใหญ่โดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร จนแน่นไปหมด

แบบของการใช้ชีวิตของเราแต่ละคน นำไปสู่การแสดงออกของสถานการณ์ ประสบการณ์ชีวิต ค่านิยม ทศนคติและความคาดหวัง แบบของการใช้ชีวิตได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ มากมาย บุคคลและครอบครัวต่างก็มีแบบของการใช้ชีวิต แบบของการใช้ชีวิตของครอบครัว ถูกกำหนด (ส่วนหนึ่ง) โดยแบบของการใช้ชีวิตของตัวบุคคล และในทำนองกลับกันแบบของการใช้ชีวิตของตัวบุคคลก็จะถูกกำหนด(ส่วนหนึ่ง) โดยครอบครัว



ภาพประกอบ 7 แบบการดำเนินชีวิตและผลกระทบต่อพฤติกรรม

ที่มา : Hawkins and Kenneth (1998). Consumer Behavior: Building Marketing Strategy: 434

การจัดกลุ่มผู้บริโภคตามรูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นรูปแบบหนึ่งของการวิเคราะห์ ทางจิตนิสัย (Psychographic Analysis) ของผู้บริโภคใช้การวิจัย AIO (Activities, Interests, Opinions) ซึ่งเป็นการวิจัยที่ได้รับความนิยมอย่างมากในการแบ่งผู้บริโภคออกเป็นกลุ่ม ที่แต่ละกลุ่มมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน และผู้บริโภคที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันจะมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมือนกัน โดยการจัดทำประเด็นเพื่อทำการสำรวจที่แบ่งออกได้เป็น 3 ประเด็น คือ

A หมายถึง รูปแบบการทำกิจกรรม (Activities) เช่น งานที่ทำ งานอดิเรก กีฬาที่ชอบ และการเข้าสังคม ฯลฯ

I หมายถึง ความสนใจ (Interests) เช่น ครอบครัว ชุมชน อาหาร แฟชั่น ฯลฯ

O หมายถึง ความคิดเห็น (Opinions) เช่น เรื่องการเมือง ประเด็นทางสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ฯลฯ

AIO เป็นเครื่องมือที่ออกแบบมาเพื่อใช้วัดรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่แสดงออกมา โดยการตั้งประเด็นคำถามถึงความบ่อยครั้งในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ความสนใจในเรื่องต่าง ๆ รอบตัว ว่ามีความสนใจมากน้อยแค่ไหน และการตั้งคำถามถึงการเห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยแค่ไหนในประเด็นต่าง ๆ

ที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับผู้บริโภค คณะคนที่ผู้ตอบกรอกในคำถามต่าง ๆ นั้นมาจัดกลุ่มเพื่อแยกส่วนผู้บริโภคตามรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน

ตาราง 2 ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle หรือ AIOs) และลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographics)

กิจกรรม (Activities)	ความสนใจ (Interests)	ความคิดเห็น (Opinions)
การทำงาน (Work)	ครอบครัว (Family)	ต่อตัวเอง (Themselves)
งานอดิเรก (Hobbies)	บ้าน (Home)	ปัญหาสังคม
กิจกรรมสังคม (Social event)	งาน (Job)	(Social issues)
การใช้เวลาว่าง (Vacation)	การร่วมกิจกรรม	การเมือง (Politics)
การพักผ่อน (Entertainment)	ชุมชน (Community)	ธุรกิจ (Business)
สมาชิกคลับ (Club membership)	การพักผ่อน(Recreation)	เศรษฐกิจ (Economics)
การร่วมกิจกรรม	ความนิยม (Fashion)	การศึกษา (Education)
ชุมชน (Community)	อาหาร (Food)	ผลิตภัณฑ์ (Products)
การเลือกซื้อ (Shopping)	สื่อ (Media)	อนาคต (Future)
กีฬา (Sports)	ความสำเร็จ(Achievement)	วัฒนธรรม (Culture)

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์, (2541), การบริหารการตลาดยุคใหม่ : 135

รูปแบบการดำเนินชีวิตจะถูกกำหนดด้วยปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งประกอบไปด้วย ประสบการณ์ที่ผ่าน มา ลักษณะที่ติดมาตั้งแต่เกิด และสถานการณ์ในปัจจุบัน สิ่งดังกล่าวเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การบริโภคทุกคนจะมีการดำเนินชีวิตเป็นของตนเองและจะได้รับการปรุงแต่งขัดเกลาโดยผ่านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ไปตามลำดับขั้นตอนของวงจรชีวิต

7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลกระทบ

ผลกระทบ หมายถึง ผลประโยชน์ และ/หรือ ผลเสียหายอันเกิดขึ้นจากการกระทำเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยตรง (เสถียร เหลืองอร่าม. 2527: 1)

ผลกระทบ หมายถึง ผลในชั้นมัธยม (Secondary effects) และผลกระทบในชั้นต่อ ๆ ไปของการเปลี่ยนแปลง (บันลือ สุทธารมณ. 2527: 2)

ผลกระทบ หมายถึง ผลที่ตามมาจากผลงาน ผลผลิต หรือผลประโยชน์ในระดับปฐม (Primary effects) ของแผนหรือโครงการ ผลกระทบอาจเป็นทั้งทางบวกและทางลบ และอาจเกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายและมีใช้กลุ่มเป้าหมายทั้งในปัจจุบันและอนาคตด้วย (อนันต์ เกตุวงศ์. 2532: 26)

ผลกระทบเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้เสมอ ด้วยเหตุหลายอย่างหลายประการ โดยทั่วไปแล้วผลกระทบเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ที่เป็นเหตุเป็นผลต่อการเปลี่ยนแปลงระดับประณไปสู่อะไรก็ตาม (Murphy & Others. 1981: 253)

ผลกระทบ โดยทั่วไปหมายถึง ผลของการเปลี่ยนแปลงในลักษณะต่าง ๆ ซึ่งแบ่งได้ดังนี้

1. ผลกระทบด้านบวก เป็นการเปลี่ยนแปลงในลักษณะที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในเรื่องต่าง ๆ ที่กระทำ
2. ผลกระทบด้านลบ เป็นการเปลี่ยนแปลงในทางตรงกันข้ามกับผลกระทบด้านบวก หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่ทำให้เกิดปัญหา
3. ผลกระทบทางตรง เป็นการเปลี่ยนแปลงจากเรื่องหนึ่งไปยังอีกเรื่องหนึ่งโดยมาจำเป็นต้องมีเหตุการณ์หรือตัวกลางในการเชื่อมต่อ
4. ผลกระทบทางอ้อม เป็นการเปลี่ยนแปลงจากการกระทำที่เกิดจากผลกระทบทางตรง

8. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออม

ความหมายของการออม

วันวิสาข์ จำรัส (2552: 7) ได้อธิบายว่า การออมหมายถึง รายได้เมื่อหักค่าใช้จ่ายในการบริโภคแล้วมีส่วนที่เหลืออยู่ ส่วนของรายได้ที่เหลืออยู่ซึ่งไม่ได้ถูกใช้สอยไปเรียกว่าเงินออม หรือสามารถนิยามคำว่าเงินออมว่าเป็น รายได้ส่วนเกิน (กวีนิติ กลั่น-ไพฑูริย์. 2546: 6; อ้างอิงจาก ปราณี. 2529: 5)

กันตินันท์ ยืนยง (2551: 26) ได้ให้ความหมายของ เงินออม (Saving) ว่าหมายถึง ส่วนหนึ่งของรายได้ปัจจุบันที่ไม่ได้ใช้จ่ายไปเพื่อการบริโภค แต่เก็บไว้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้จ่ายในอนาคต ซึ่งการใช้เงินออมทำได้หลายรูปแบบ เช่น การถือไว้เป็นเงินสด การนำเงินออมไปฝากธนาคาร การนำเงินออมไปซื้อหลักทรัพย์ เป็นต้น โดยขนาดของเงินออมขึ้นอยู่กับ รายได้ การคาดการณ์รายได้ และอัตราดอกเบี้ย (กันตินันท์ ยืนยง. 2551: 27; อ้างอิงจาก คู่มือศูนย์ส่งเสริมการบริหารเงินออมครอบครัว กรุงเทพมหานคร. 2548: 4)

สรุปแล้ว การออม คือ การใช้จ่ายให้น้อยกว่าสิ่งที่หามาได้ เพื่อทำให้เกิดส่วนที่เหลือจากการใช้จ่าย กลายเป็นเงินออม ซึ่งเงินออมสามารถเปลี่ยนให้เป็นการออมได้หลายรูปแบบ เช่น การออมในรูปแบบทรัพย์สินถาวร และการออมในรูปแบบทรัพย์สินทางการเงิน เป็นต้น

เหตุผลของการออม

การตัดสินใจที่จะออมมีเหตุผลหลายประการ (กวีนิติ กลั่น-ไพฑูริย์. 2546: 7-8; อ้างอิงจาก วิไลลักษณ์ ไทยอุดตาสาร; และวลัยภรณ์ อัดตะนันท์. 2531: 33-35; โสภณ โรจน์ธำรง. 2529: 1-2) ได้สรุปไว้หลายประเด็นดังนี้

1. เพื่อไว้ใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันขึ้น ซึ่งจำเป็นต้องใช้จ่ายอย่างกะทันหัน เช่น ประสบอุบัติเหตุ เจ็บไข้ได้ป่วย ต้องเข้าโรงพยาบาล เป็นต้น

2. เพื่อไว้สำหรับการศึกษา ซึ่งอาจจะเป็นการศึกษาของตนเอง หรือการศึกษาของบุตรหลานก็ได้ โดยการเพิ่มพูนความรู้เป็นสิ่งสำคัญ โดยผู้ที่รู้จักวางแผนที่ดีจะเห็นความจำเป็นส่วนนี้มาก

3. เพื่อซื้อเครื่องมือเครื่องใช้ในการประกอบอาชีพ ซึ่งการประกอบอาชีพจำเป็นต้องมีอุปกรณ์ เครื่องมือต่าง ๆ มาอำนวยความสะดวกเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการประกอบอาชีพมากขึ้น

4. ไว้ใช้จ่ายในการซื้อที่อยู่อาศัย ซึ่งเป็นปัจจัยจำเป็นต่อการดำรงชีวิต ซึ่งผู้ที่ยังไม่มีบ้านเป็นของตนเอง อาจตั้งเป้าหมายว่าอยากจะมีบ้าน ซึ่งเงินออมถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เป็นหมายที่วางไว้เป็นจริง

5. เพื่อไว้ใช้จ่ายยามชรา เป็นเหตุผลสำคัญในการเก็บออมของคนทั่วไป ดังนั้นในขณะที่ยังมีรายได้อยู่คนมักจะออมเงินไว้เพื่อใช้ในยามที่ไม่สามารถหารายได้แล้ว

6. เพื่อไว้ใช้จ่ายในการซื้อสินค้าถาวร ซึ่งในปัจจุบันสินค้าถาวรจะอยู่ในรูปของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น รถยนต์ เครื่องเสียง สิ่งอำนวยความสะดวกภายในบ้าน เป็นต้น

7. เพื่อให้ได้มาสำหรับหลักประกันบางอย่าง ซึ่งได้แก่ การประกันชีวิต การประกันภัย ประกันอุบัติเหตุต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยให้บุคคลเกิดความมั่นใจว่าจะมีเครื่องช่วยบรรเทาความเดือดร้อนและลำบากเมื่อเกิดอันตรายต่อชีวิตหรือทรัพย์สิน การออมในรูปแบบการส่งเบี้ยประกันเพื่อให้ได้หลักประกันส่วนใหญ่จะเป็นการออมในระยะยาว ซึ่งในปัจจุบันจะให้ความคุ้มครองในด้านสุขภาพร่วมด้วย

8. เพื่อหาผลประโยชน์ ผลประโยชน์ที่จะเกิดจากการออม คือผลตอบแทนที่ได้จากการนำเงินออมไปลงทุน ซึ่งจะได้ผลตอบแทนเป็นดอกเบี้ย เงินปันผล ส่วนลดหรือสิทธิพิเศษต่าง ๆ เป็นต้น โดยทั่วไปการออมในลักษณะนี้จะต้องเป็นผู้มีรายได้สูงในระดับหนึ่ง

9. เพื่อจัดตั้งหรือขยายงานธุรกิจ เพราะปัจจัยสำคัญสำหรับการทำธุรกิจคือ เงินทุน ซึ่งเงินทุนที่ได้นั้นอาจมาจากเงินออม ดังนั้นคนที่พบอุปสรรคในการประกอบธุรกิจจึงมักจะเริ่มสะสมเงินออมไว้เพื่อการจัดตั้งหรือขยายงานธุรกิจของตน

10. เพื่อใช้จ่ายในการซื้อเครื่องประดับ ซึ่งเป็นเหตุผลการออมของผู้ที่มีรสนิยมในการประดับตกแต่งร่างกายด้วยเครื่องประดับ หรือสะสมเครื่องประดับที่มีมูลค่า เช่น ทองคำ เพชร มุก ซึ่งสามารถทำให้เกิดเป็นเงินนำกลับมาใช้จ่ายอีกโดยการนำเครื่องประดับไปขายต่อ

11. เพื่อใช้จ่ายในกิจกรรมด้านสังคม ซึ่งในสังคมไทยมีวัฒนธรรม ประเพณีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้จ่ายเงิน เช่น การให้ของขวัญวันเกิด วันแต่งงาน ขึ้นบ้านใหม่ หรือการไปร่วมงานบวช งานศพ งานบุญงานกุศลต่าง ๆ ดังนั้นผู้ที่วางแผนการใช้จ่ายเงินอย่างรอบคอบจะคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ และมีการออมเงินเก็บไว้ใช้จ่ายสำหรับส่วนนี้ด้วย

12. เพื่อเก็บไว้เป็นมรดกของบุตรหลาน โดยค่านิยมของสังคมไทย บิดา มารดา ปู่ ย่า ตา ยาย มักจะมีมรดกตกทอดเก็บไว้ให้ลูกหลานในอนาคต ทำให้ผู้ที่มีความสามารถในการหารายได้และการออมสะสมเงินและสินทรัพย์ต่าง ๆ ไว้เพื่อเป็นมรดกให้ลูกหลาน

13. เพื่อไว้ใช้จ่ายในกิจกรรมอื่น ๆ เช่น ออมไว้เพื่อใช้จ่ายในการแต่งงาน เพื่อการท่องเที่ยว เพื่อทำบุญ เป็นต้น

เงินออมถือเป็นปัจจัยที่ช่วยให้บุคคลบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ในอนาคต เช่น การตั้งเป้าหมายไว้ว่าต้องมีบ้านเป็นของตนเอง ก็จะต้องมีเงินออมที่เป็นปัจจัยช่วยให้เป้าหมายที่วางไว้เป็นจริง นอกจากนี้เงินออมยังใช้สำหรับการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนทางการเงินของบุคคลด้วย

การออมส่วนบุคคล เป็นพื้นฐานของการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล เพื่อป้องกันรายจ่ายฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการสะสมเงินไว้เพื่อใช้จ่ายในยามที่สมาชิกในครอบครัวประสบปัญหาเกี่ยวกับรายได้ จำเป็นต้องใช้เงินยามเร่งด่วน หรือการออมเพื่อไว้ใช้จ่ายในช่วงที่มีรายได้ลดลง รายได้ไม่เพียงพอต่อรายจ่ายในสภาวะเงินเฟ้อ หรือเมื่อบุคคลนั้นต้องออกจากงาน รวมถึงผู้ที่อยู่ในวัยเกษียณแล้ว ถ้ามีเงินออมเก็บไว้ก็จะไม่ประสบกับความเดือดร้อนมากนัก ซึ่งการออมจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อบุคคลสามารถหารายได้มากกว่ารายจ่าย เกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีความสามารถในการหารายได้เพิ่มเติม หรือรายได้พิเศษต่าง ๆ ในขณะที่รายจ่ายยังเท่าเดิม หรือในกรณีที่สามารถลดรายจ่ายต่าง ๆ ที่จำเป็นก็ทำให้ผู้นั้นสามารถออมเงินส่วนที่เหลือได้ โดยจำนวนเงินที่ออมนั้นไม่มีการกำหนดตายตัวว่าควรมีมูลค่าเท่าไร เพราะรายได้และรายจ่ายของแต่ละบุคคลหรือครอบครัวไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อม ความเป็นอยู่รวมถึงนโยบายการวางแผนการเงิน (กันตพันธ์ ยืนยง. 2551: 27)

โดยสรุปแล้วการออมจึงแบ่งเป็น 3 ส่วนใหญ่ ๆ คือ การออมเพื่อปัจจุบัน เช่นออมเพื่อใช้สำหรับปัจจัย 4 ที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิต การออมเพื่ออนาคต เช่น การหาผลตอบแทนทางธุรกิจ หรือค่าใช้จ่ายในยามชรา หรือเพื่อเป็นมรดกให้ลูกหลาน และการออมเพื่อการฉุกเฉินต่าง ๆ (กวิณวุฒิ กลั่นไพฑูรย์. 2546: 8)

ลักษณะการออมและผลของการออมในลักษณะต่าง ๆ

การออมสามารถทำได้หลายลักษณะ ตั้งแต่การเก็บเงินสดไว้กับตนเอง การฝากเงินกับธนาคาร และสถาบันการเงินต่าง ๆ ซึ่งการออมแต่ละรูปแบบจะเกิดผลแตกต่างกัน ดังนี้ (บุญเสริม หุตะแพทย์. 2538: 34)

ตาราง 3 ลักษณะการออมและผลของการออม

ลักษณะการออม	ผลของการออม
1. เก็บเงินสดไว้กับตัว	ไม่เกิดประโยชน์เพิ่มขึ้น เงินเสื่อมค่าลงเรื่อยเมื่อต้องซื้อสินค้าราคาสูงขึ้น
2. ฝากเงินกับธนาคารหรือสถาบันการเงินต่าง ๆ	ได้เงินเพิ่มจากดอกเบี้ยและขณะเดียวกันเงินก็เสื่อมค่าลงเมื่อต้องซื้อสินค้าทั่วไปไปราคาที่สูงขึ้น
3. ซื้อทองคำ	ไม่ได้ดอกเบี้ย แต่อาจได้เงินเพิ่มขึ้นอีกเมื่อราคาทองคำสูงขึ้นและอาจสูญเสียเงินไปส่วนหนึ่งเมื่อราคาทองคำลดลงหรือคาดว่าจะสามารถแลกเปลี่ยนเป็นเงินยามฉุกเฉิน

ดังนั้นการที่บุคคลจะตัดสินใจเลือกรูปแบบการออม จะต้องคิดว่าการออมโดยวิธีใดจะให้ผลประโยชน์และทำให้เงินออมเพิ่มค่าได้มากที่สุด หลายคนอาจเลือกการออมหลาย ๆ วิธี ซึ่งการออมแต่ละวิธีจะมีข้อดีข้อเสียที่ส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของเงินหรือสูญเสียเงินออมส่วนหนึ่งได้

รูปแบบการออม

ความหมายการออมนั้นมิได้หมายถึงเพียงรายได้ที่เป็นตัวเงินมาจากเงินส่วนที่เหลือจากการใช้จ่ายในการบริโภคเท่านั้น แต่หมายรวมถึงรายได้ส่วนที่เหลือที่แปลงสภาพการเก็บออมในรูปของสินทรัพย์ต่าง ๆ ด้วย โดยรูปแบบการออมมีหลายประเภทสามารถแบ่งได้ดังนี้ (วิไลลักษณ์ ไทยอุตสาหะ; และวลัยภรณ์ อัดตะนันท์. 2531: 33-35)

1. การออมในรูปทรัพย์สินถาวร เป็นการออมโดยนำรายได้ส่วนที่เหลือจากการบริโภคไปใช้จ่ายโดยการซื้อสินทรัพย์ถาวรมาถือไว้ โดยเป้าหมายในการถือสินทรัพย์ถาวรอาจแตกต่างกันไป เช่น ถือไว้เพราะความจำเป็น ถือไว้เป็นหลักประกันในอนาคต ถือไว้เพื่อความสวยงามและทำให้ดูว่าเป็นผู้มีฐานะมั่นคง ซึ่งชนิดของสินทรัพย์ถาวร ได้แก่

1.1 ที่ดิน ซึ่งคร่าว ๆ ส่วนใหญ่จะมีไว้ครอบครองเป็นสินทรัพย์อย่างหนึ่ง อาจเป็นที่ดินที่ใช้ปลูกที่พักอาศัย โดยคาดว่ามูลค่าของที่ดินจะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในอนาคตและจะช่วยเพิ่มหลักประกันความมั่นคงให้กับครัวเรือนได้ด้วย

1.2 อาคารและสิ่งก่อสร้างเพื่ออยู่อาศัย เป็นลักษณะการออมอย่างหนึ่งของครัวเรือนไทยที่มักจะมีที่พักอาศัยเป็นของตนเอง ซึ่งเมื่อมีรายได้มากกว่ารายจ่ายเพื่อการบริโภค ก็จะนำรายได้ส่วนที่เหลือไปซื้อที่อยู่อาศัย ที่อาจชำระเป็นเงินสดหรือผ่อนชำระก็ได้ขึ้นอยู่กับว่าผู้นั้นมีเงินออมมากน้อยเพียงใด

1.3 ทรัพย์สินประเภททุนที่ใช้ในการผลิต เป็นการซื้อทรัพย์สินประเภททุน เช่น เครื่องจักร เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ สำหรับการผลิต เพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นการออมอย่างหนึ่ง เพราะรายได้ที่เหลือจากการบริโภค เมื่อนำไปซื้อสินทรัพย์ดังกล่าวก็เท่ากับเป็นการสะสมการออมไว้ประเภทหนึ่งเช่นกัน

1.4 การเพิ่มขึ้นของสินค้ำคงเหลือ ถือเป็นการออมประเภทหนึ่ง เนื่องจากสินค้ำคงเหลือก็คือส่วนหนึ่งของรายได้ที่ไม่ได้ใช้จ่ายนั่นเอง เมื่อสินค้ำคงเหลือเพิ่มขึ้น ก็เท่ากับว่ารายได้ที่ไม่ได้ใช้จ่ายก็เพิ่มขึ้นด้วย

1.5 การซื้อโลหะมีค่าและอัญมณี ซึ่งเป็นการออมในรูปแบบหนึ่งที่สามารถให้ความสุขทางใจแก่ผู้อมและถือเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับเงินออมได้ เมื่อนำโลหะหรืออัญมณีมีค่าไปขาย

ทั้งนี้มูลค่าของการออมในรูปแบบสินทรัพย์ถาวรจะต้องหักค่าเสื่อมราคาออกด้วย

2. การออมในรูปทรัพย์สินทางการเงิน โดยเหตุผลในการออมในรูปของทรัพย์สินทางการเงินแตกต่างกันไป เช่น การออมลักษณะนี้มีสภาพคล่องสูงสามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ง่าย ให้ผลตอบแทน และมีความเสี่ยงน้อย ซึ่งการออมในรูปแบบนี้มีหลายวิธี ได้แก่

2.1 การออมในรูปทรัพย์สินทางการเงินในระบบ หมายถึง การออมโดยถือสินทรัพย์ทางการเงินที่สร้างขึ้นภายใต้ขอบเขตที่กฎหมายคุ้มครอง ประกอบด้วย

2.1.1 เงินสด ซึ่งมีทั้งในรูปของสกุลเงินบาทและสกุลเงินตราต่างประเทศ

2.1.2 เงินฝากที่สถาบันการเงินต่าง ๆ เช่นเงินฝากธนาคารพาณิชย์ รวมถึงเงินฝากที่เป็นเงินตราต่างประเทศ ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สหกรณ์ออมทรัพย์ เป็นต้น

2.1.3 การซื้อหลักทรัพย์ทางการเงินต่าง ๆ ของทั้งรัฐบาลและเอกชน เช่น ตั๋วเงินคลัง ตั๋วสัญญาใช้เงิน ตั๋วการค้า พันธบัตร หุ้นสามัญ สลากออมสิน เป็นต้น

2.1.4 การให้กู้ยืมทั้งระยะสั้นและระยะยาวที่มีสัญญากู้ยืมถูกต้องตามกฎหมาย

2.1.5 เบี้ยประกันตามกรมธรรม์ประกันชีวิต และกองทุนเลี้ยงชีพของหน่วยงานต่าง ๆ

2.1.6 ในรูปแบบอื่นๆ เช่น เงินค่าหุ้นสมาชิกสหกรณ์ เงินค่าฌาปนกิจสงเคราะห์ เป็นต้น

2.2 การออมในรูปแบบทรัพย์สินทางการเงินนอกระบบ หมายถึง การถือทรัพย์สินทางการเงินที่ไม่ได้อยู่ในขอบเขตของกฎหมาย ซึ่งกฎหมายจะคุ้มครองไปถึงได้ยาก การออมในรูปแบบนี้ ได้แก่

2.2.1 การเล่นแชร์

2.2.2 การให้กู้ยืมเป็นการส่วนตัวโดยไม่มีสัญญากู้ยืม

ปัจจัยที่กำหนดการออม

วิไลลักษณ์ ไทยอุตสาหะ และวลัยภรณ์ อัดตะนันท์ (2531: 33-35) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการออมของครัวเรือนซึ่งเป็นการออมส่วนบุคคลนั้น จะประกอบด้วยปัจจัยทางสังคมที่เป็นตัวแปรกำหนดพฤติกรรมออม อันได้แก่

1. จำนวนผู้มีเงินได้ในครอบครัว เป็นตัวกำหนดว่าจะสามารถออมเงินได้หรือไม่ เพราะถ้าจำนวนผู้มีเงินได้ในครอบครัวสูง โอกาสที่จะสามารถออมเงินได้ก็จะเป็นไปได้มากกว่าครอบครัวที่มีจำนวนผู้มีเงินได้น้อย

2. เป้าหมายการออม หรือเหตุผลในการออม ซึ่งผู้ที่มีเป้าหมายหรือเหตุผลในการออมชัดเจนมักจะมีแนวโน้มที่จะออมสูงกว่าผู้ที่ไม่มีความหมายการออม

3. รสนิยมในการบริโภค จะมีอิทธิพลต่อการออม เนื่องจากถ้าบริโภคมากก็จะส่งผลให้เกิดการออมน้อย

4. อายุ จะมีอิทธิพลต่อการออมตามทฤษฎีการบริโภคตามช่วงอายุขัย คือ ผู้ที่มีอายุในวัยกลางคนจะมีการออมสูงกว่าคนในวัยหนุ่มสาวหรือวัยสูงอายุ

5. การศึกษา ซึ่งมีความเชื่อว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีการออมมากกว่าผู้ที่มีศึกษาน้อย อาจมีสาเหตุจากผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะมีรายได้สูง จึงสามารถเหลือเงินสำหรับการออมได้มาก รวมทั้งยังมีความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการออมมากกว่าผู้มีการศึกษาน้อยกว่า

6. อาชีพ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการออม เพราะการมีอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการมีรายได้ที่แตกต่างกันด้วย นอกจากนี้อาชีพบางอาชีพยังจำเป็นต้องมีการออมไปในตัวด้วย เช่น ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน เป็นต้น

7. ขนาดของครอบครัว หรือจำนวนสมาชิกในครอบครัว จะมีผลต่อการออม เพราะครัวเรือนขนาดใหญ่ที่มีสมาชิกต้องดูแลมาก ก็มักจะมีเงินเหลือสำหรับการออมน้อยลง

8. กรรมสิทธิ์ในบ้านและที่ดิน เป็นสาเหตุหนึ่งที่กระทบต่อการออม เพราะผู้มีสิทธิ์ในบ้าน และที่ดินเรียบร้อยแล้ว ย่อมอยู่ในฐานะที่จะเก็บออมได้ดีกว่าผู้ที่ยังเป็นหนี้เกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

9. สภาพภูมิศาสตร์และเขตที่อยู่อาศัย ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการออมโดยเฉพาะการ ออมกับสถาบันการเงิน เพราะเป็นปัจจัยเกี่ยวกับเรื่องความสะดวกในการเข้าถึงหน่วยงานที่ให้บริการด้าน การออม ดังนั้นถ้าแหล่งที่อยู่อาศัยสะดวกต่อการไปยังแหล่งออม การออมก็จะเพิ่มขึ้น

10. ความพร้อมของสถาบันการเงิน ที่ให้ความสะดวกทั้งระบบการออมและการติดต่อ จะเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการออม

11. การโฆษณาและสิ่งจูงใจ ที่ส่งผลให้ผู้ออมตื่นตัวและมีความต้องการที่จะออมเพิ่มมากขึ้น ตามความสามารถในการจูงใจ

9. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้จ่าย

ความหมายของการใช้จ่าย

การใช้จ่ายหรือการบริโภค เป็นกลไกหนึ่งของระบบเศรษฐกิจที่ทำให้เกิดการหมุนเวียน ของเงินจำนวนหนึ่ง หรือนำกลับไปใช้ในการผลิต หรือการลงทุน การใช้จ่ายจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับ รายได้และการออม

ค่าใช้จ่าย หมายถึง จำนวนเงินที่ใช้เพื่อการบริโภคสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อสนองตอบความ ต้องการของบุคคล โดยปัจจุบันมีวิธีการชำระค่าใช้จ่ายได้หลายวิธี เช่น ชำระด้วยเงินสด ชำระด้วยบัตรเครดิต ชำระด้วยเช็คธนาคาร และการโอนเงิน เป็นต้น

ประเภทของการใช้จ่าย

นักเศรษฐศาสตร์ได้แบ่งการใช้จ่ายออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่

1. การใช้จ่ายเพื่อสินค้าบริโภค หรือ Consumer goods ซึ่งประกอบไปด้วยสินค้าที่ซื้อ มาเพื่อการอุปโภคบริโภค สามารถแยกย่อยได้อีกเป็น

1.1 สินค้าคงทน ที่มีอายุการใช้งานนาน เช่น รถยนต์ ตู้เย็น โทรทัศน์ เป็นต้น

1.2 สินค้ากึ่งคงทน ที่มีอายุการใช้งานระยะสั้น แต่ใช้ได้หลายครั้ง เช่น เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เป็นต้น

1.3 สินค้าใช้แล้วสิ้นเปลืองหมดไป เช่น อาหาร เครื่องดื่ม ยารักษาโรค เป็นต้น

2. สินค้าทุน (Capital goods) คือ สินค้าที่ใช้ผลิตสินค้าอื่นต่อ เช่น โรงงาน เครื่องจักร อุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ สามารถแยกย่อยได้เป็น

2.1 สิ่งก่อสร้าง เช่น โรงงาน ตึก อาคาร เป็นต้น

2.2 เครื่องมือเครื่องจักร เช่น เครื่องจักรสำหรับผลิตสินค้า เครื่องมือเครื่องใช้ในการ ประกอบหรือผลิตสินค้า รถยนต์ เป็นต้น

โดยจะเห็นว่าสินค้าบางอย่างสามารถจัดให้อยู่ได้ทั้งในประเภทสินค้าบริโภคและสินค้าทุน เช่น รถยนต์ ดังนั้นการแบ่งสินค้าออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ตามเกณฑ์ดังกล่าวนี้จะพิจารณาจาก วัตถุประสงค์ของการใช้งานเป็นหลัก เช่น ถ้ารถยนต์ใช้เพื่ออำนวยความสะดวกส่วนตัว ก็ถือเป็นสินค้า บริโภค แต่ถ้ารถยนต์นั้นใช้เพื่อการขนส่งสินค้าเพื่อจำหน่ายก็จะถือเป็นสินค้าทุน เป็นต้น

และจากงานวิจัยของ อภิขญา จีวพัฒน์กุล (2553: 64-65) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมและการใช้จ่ายของผู้สูงอายุ ผู้วิจัยเห็นว่าการใช้จ่ายของผู้บริโภควัยทำงานและผู้สูงอายุมีความคล้ายคลึงกัน จึงได้นำการแบ่งค่าใช้จ่ายนี้มาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยนี้ โดยได้ทำการแบ่งค่าใช้จ่ายออกเป็น

1. ค่าใช้จ่ายเพื่อการดำรงชีวิต ซึ่งประกอบด้วยสินค้าและบริการที่จำเป็นจะต้องใช้สำหรับอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน โดยมีพื้นฐานมาจากปัจจัย 4 ประกอบด้วย อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค แต่ด้วยรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ปัจจัยที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของคนได้เพิ่มขึ้น เป็นปัจจัยที่ 5 ได้แก่ ยานพาหนะ และปัจจัยที่ 6 ได้แก่ การสื่อสาร ซึ่งเป็นปัจจัยที่ปฏิเสธไม่ได้ว่าไม่มีความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตในปัจจุบันค่าใช้จ่ายเพื่อการดำรงชีวิตประกอบด้วย

1.1 ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับอาหาร เครื่องดื่ม การออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน เป็นต้น

1.2 ค่าใช้จ่ายด้านเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เช่น ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เครื่องประดับ เป็นต้น

1.3 ค่าใช้จ่ายด้านที่พักอาศัย เช่น ค่าเช่าบ้าน ค่าผ่อนชำระบ้าน ค่าดูแลทำความสะอาดบ้าน ค่าน้ำ ค่าไฟ เป็นต้น

1.4 ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ เช่น ค่ารักษาพยาบาล ค่ารักษาโรค ค่าใช้จ่ายในการตรวจเช็คร่างกาย เป็นต้น

1.5 ค่าใช้จ่ายด้านยานพาหนะ และการเดินทาง เช่น ค่าผ่อนชำระรถยนต์ ค่าน้ำมัน ค่าบัตรโดยสารประจำทาง เป็นต้น

1.6 ค่าใช้จ่ายด้านการสื่อสาร เช่น ค่าบริการโทรศัพท์บ้าน ค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ค่าบริการอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

1.7 ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลอื่น ๆ ได้แก่ การซื้อเครื่องใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ ยาสีฟัน แชมพู สระผม เป็นต้น

2. ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง/พักผ่อน ซึ่งเป็นสินค้าและบริการที่นอกเหนือจากความจำเป็นของชีวิต แต่ในปัจจุบันเป็นค่าใช้จ่ายที่เริ่มมีความสำคัญมากขึ้น เพราะถือว่าเป็นปัจจัยที่ช่วยสร้างความสุขให้กับชีวิต โดยสามารถแบ่งค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง/พักผ่อนออกเป็น

2.1 ค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมด้านสังคม เช่น ค่าใช้จ่ายการเป็นสมาชิกชมรม สถานออกกำลังกาย ค่าใช้จ่ายในงานประเพณีต่าง ๆ เช่น งานบวช งานแต่งงาน งานศพ งานขึ้นบ้านใหม่ และค่าใช้จ่ายสำหรับงานอดิเรกต่าง ๆ เป็นต้น

2.2 ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมดในการท่องเที่ยว

2.3 ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เป็นค่าใช้จ่ายที่นอกเหนือจากค่าใช้จ่ายที่กล่าวมาแล้ว

10. ความเป็นมาของสลากกินแบ่งรัฐบาล (ลอตเตอรี่) ไทย

คนไทยเริ่มรู้จักการเล่นหวยมาตั้งแต่รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 3 ซึ่งคำว่า “หวย หรือหวย ก.ข. หรือหวยเบอร์” ได้เกิดขึ้นโดยชาวจีนที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยเป็นผู้ขอสัมปทานด้วยการประมูลตั้งเป็นโรงบ่อนหวยและผู้ที่ได้รับสัมปทานเป็นนายอากรหวย จะได้รับบรรดาศักดิ์

เป็นขุนบาลเบิกบุรีรัตน์หรือคน ทัวไปเรียก “ขุนบาล” ผู้อำนวยการออกห่วยทุกเช้าค่า จนเป็นที่ชื่นชอบของประชาชนจึงนิยมเล่นกันมากในสมัยนั้น

ต่อมา การออกสลากกินแบ่งรัฐบาลในประเทศไทยเริ่มมีขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 โดยมีฝรั่งชาวอังกฤษชื่อ “ครูอัล บาสเตอร์” เป็นผู้นำลักษณะการออกรางวัลสลากแบบยุโรปมา เผยแพร่เป็นคนแรก เรียกว่า “ลอตเตอรี่” พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทาน พระบรมราชานุญาตให้กรมทหารมหาดเล็กรอกลอตเตอรี่เป็นครั้งแรกในประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ. 2417 เนื่องในงานพระราชพิธีเฉลิมพระชนมพรรษาของพระองค์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะช่วยเหลือพ่อค้าต่างชาติที่นำสินค้ามาร่วมแสดงในการ จัดพิพิธภัณฑ์ที่ตึกกองคาเตีย ในพระบรมมหาราชวัง

ในสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้เล็กรบอห่วย ก.ข. สำเร็จประกาศเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2459 แต่อย่างไรก็ตามยังมีผู้คนแอบเล่นห่วยเบอร์กันจนถึงปัจจุบัน โดยอาศัยเลขท้ายรางวัลของสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นตัวจ่ายรางวัลในการเล่นผิดกฎหมายนี้ หลังจากประกาศเลิกห่วย ก.ข. แล้วใน ปี พ.ศ. 2460 ซึ่งเป็นช่วงที่อยู่ ในระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 1 สหราชอาณาจักรอังกฤษซึ่งเป็นประเทศฝ่ายสัมพันธมิตรประสงค์จะกู้เงินจาก ประเทศไทยเพื่อใช้ในการสงคราม แต่ไม่อาจกู้โดยตรงจากรัฐบาลไทยได้ เพราะเป็นการกระทบกระเทือนงบประมาณ สภารักชาติแห่งประเทศอังกฤษ จึงดำเนินนโยบายกู้เงินจากประชาชนด้วยการออกลอตเตอรี่ โดยได้รับพระราชทานพระบรมราชานุญาตจากพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว

และ ในปี พ.ศ.2466 ได้พระราชทานพระบรมราชานุญาตให้ออก “ลอตเตอรี่เสือป่าล้านบาท” เพื่อหารายได้บำรุงกองเสือป่าอาสาสมัคร ซึ่งพิมพ์จำนวน 1 ล้านฉบับ จำหน่ายฉบับละ 1 บาท ซึ่งวิธีการออกสลากในสมัยนั้นเพียงแค่นำเลขที่ออกรางวัลบรรจุกล่องทึบแล้ว ใส่ลงในไห ตั้งเรียงตามลำดับจากหลักหน่วย สิบ ร้อย พัน หมื่น แสน ก่อนออกรางวัลกรรมการจะจับสลากเพื่อทราบว่าจะออกรางวัลที่เท่าใด แล้วจึงให้กรรมการล้วงตลับบรรจุเลขหมายออกมาเปิดต่อหน้ากรรมการและประชาชนจนหมดทุกรางวัลเป็นอันเสร็จการออกรางวัลสลากนั้น ๆ

ภายหลังการ เปลี่ยนแปลงการปกครอง ในปี พ.ศ.2476 ในสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 รัฐบาล มีนโยบายที่ จะลดเงินรัชชูปการ (เงินที่เรียกเก็บจากชาวไทยที่มีต้องรับราชการ ทหาร) ทำให้รัฐขาดรายได้ จึงได้ดำริให้มีการออกลอตเตอรี่รัฐบาลขึ้นโดยเรียกว่า “ลอตเตอรี่รัฐบาลสยาม” โดยพิมพ์ออกจำหน่ายจำนวน 1 ล้านฉบับ ฉบับละ 1 บาท บิลละ 4 งวด และ ต่อมาในปี พ.ศ. 2477 คณะรัฐมนตรีได้อนุมัติให้กระทรวงมหาดไทยออก “สลากกินแบ่งบำรุงเทศบาล” โดยกำหนดว่า หากเดือนใดเป็นเดือนที่ออก สลากกินแบ่งรัฐบาล เดือนนั้นให้ตั้งจำหน่ายสลากกินแบ่งของเทศบาล โดยเริ่มจำหน่ายงวดแรกเมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2478 แล้วออกสลากเดือนเมษายน พ.ศ. 2479 โดยพิมพ์จำนวน 500,000 ฉบับ ฉบับละ 1 บาท และได้มีการออกสลากกินแบ่งรัฐบาลและสลากบำรุงเทศบาลเรื่อยมา

กระทั่งในปี พ.ศ. 2482 ถือเป็นยุคที่สลากกินแบ่งรัฐบาลเริ่มดำเนินการอย่างจริงจัง โดยคณะรัฐมนตรีได้มีมติให้โอนกิจการสลากกินแบ่งรัฐบาลและสลากบำรุงเทศบาลมาสังกัดกระทรวงการคลัง และได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการออกสลากกินแบ่งรัฐบาลขึ้น โดยมีพระยาพรหมทัตศรีพิลาส เป็นประธานกรรมการ เมื่อวันที่ 5 เมษายน 2482 จึงถือเป็นวันสถาปนาสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลจนถึง

ปัจจุบัน และการออกสลากกินแบ่งรัฐบาลก็ได้พัฒนาเรื่อยมาจนกระทั่งปี พ.ศ. 2517 ได้มีการออกพระราชบัญญัติสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลขึ้น กำหนดให้สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นนิติบุคคล และเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงการคลัง

วันชัย สุระกุล อดีตผู้อำนวยการสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล แสดงมุมมองว่า สลากกินแบ่งรัฐบาลหรือลอตเตอรี่ในปัจจุบันกับหวยหรือหวย ก.ข. ในอดีตมีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง คือสลากกินแบ่งฯ จะเป็นการเสี่ยงโชคโดยใช้ตัวเลขแต่หวยจะใช้ตัวอักษรและที่แตกต่างกันอย่าง ชัดเจนก็คือวัตถุประสงค์ของสลากกินแบ่งฯ นำเงินที่ได้ไปช่วยเหลือสังคม นอกเหนือจากรายได้ที่แน่นอนที่ต้องส่งเข้ารัฐไม่ต่ำกว่า 28 เปอร์เซ็นต์ตามข้อกำหนดเพื่อเป็นงบประมาณแผ่นดินใช้ในการบริหารประเทศแล้ว ยังมี การแบ่งเงินช่วยเหลือสังคมในด้านการสาธารณสุขการพยาบาล การกีฬาและอื่น ๆ อีกมากมายรวมทั้ง เพื่อเป็นการคืนกำไรให้กับประชาชนที่ไม่ถูกสลากอีกด้วยใน โครงการ “CSR หรือ Corporate Social Responsibility การดำเนินโครงการรับผิดชอบต่อสังคม” ส่วนหวยเป็นการเสี่ยงโชคที่ผิด กฎหมาย ผู้ที่ได้รับผลประโยชน์อย่างแท้จริงมีเพียงคนเดียวคือ เจ้ามือหวย

อย่างไรก็ตามสลากกินแบ่งฯ ในปัจจุบันมีข้อดีคือ ผู้ซื้อทราบแน่นอนว่าหากถูกรางวัลจะได้รับเงินจำนวนเท่าไร เพราะด้านหลังสลากระบุไว้ อีกทั้ง สลากมีอายุนานถึง 2 ปีนับจากวันออกสลาก หากซื้อไปแล้วตรวจไม่ทันสามารถย้อนกลับไปดูได้เรามีข้อมูลเก็บไว้และสามารถ พิมพ์จำนวนเท่าใดก็ได้เท่านั้นเพราะมีयीปัวรับซื้อ แต่ข้อเสียก็ถือเป็นการพิมพ์สลากไว้ล่วงหน้ามีเลขจำกัด เช่น ชุดละ 1 ล้าน 46 ชุดก็เป็นเงิน 46 ล้านบาท เป็นการกำหนดไว้ล่วงหน้าหลายวันเพื่อให้ผู้ขายนำไปขาย ซึ่งใน 1 ชุด มีเลขท้ายเลขเดียวทำให้เป็นข้อจำกัดที่ว่าบางคนอยากได้เลขนี้แต่คนอื่นซื้อ ไปแล้วทำให้มีการโก่งราคาและเกิดปัญหาขายเกินราคาขึ้น

นอกจาก นี้สลากกินแบ่งฯ ในประเทศไทยขณะนี้ถือว่าโบราณเพราะยังใช้รูปแบบเดิม ๆ อยู่ รวมทั้งใช้เวลาการออกรางวัลสลากนานถึง 15 วัน ซึ่งยังมีประเทศไทยและประเทศในแถบเอเชีย อีกไม่กี่ประเทศที่ยังคงใช้วิธีลักษณะนี้ แต่ประเทศในแถบยุโรปใช้แบบดิจิทัลซ่อนตัวเลข อยู่ข้างในและให้ผู้ซื้อชุดเลขออกมาลุ้นกัน โดยออกรางวัลอาทิตย์ละครั้ง แต่ถ้ามองในแง่ดีแบบเก่าของประเทศเราก็ไม่เป็นการมอมเมาประชาชนจนเกินไป เพราะออกไม่บ่อยและจำนวนมีจำกัด จึงอยากจะเตือนประชาชนให้ ซื้อสลากตามอัตราไม่ซื้อมากเกินไปหวังเงินรางวัลและอย่าลุ่มหลงจนเกินไป

ในอนาคตข้างหน้าเราหวังจะได้เห็นวิวัฒนาการของสลากในรูปแบบใหม่ขึ้น โดยการลดขนาดลงประมาณครึ่งหนึ่งเพราะสลากแบบปัจจุบันนี้ก็ยิ่งถือว่าใหญ่เกินไป ทำให้เปลืองกระดาษและวางแผงลำบาก ในสมัยก่อนที่ต้องมีขนาดใหญ่เพื่อโชว์รูปภาพแต่ตอนนี้เราจะโชว์ตัวเลข เพื่อประหยัดกระดาษลง ทำให้ผู้ซื้อพกพาสะดวกโดยไม่เน้นรูปภาพแล้ว เพราะปัจจุบันเราขายสลากได้รายได้เต็มเม็ดเต็มหน่วยจึงไม่ต้องส่งเสริมการขายในตัวสินค้าและจะพยายามส่งกำไรกลับคืนไปสู่สังคมทุกช่องทาง จึงมั่นใจได้ว่ากำไรไม่ได้หายไปไหนรัฐบาลจะนำกลับไปสู่ผู้เล่นให้ได้ประโยชน์สูงสุด

11. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล (2539) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษาความสนใจของผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล” ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 26–45 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 5,000–10,000 บาท มีพฤติกรรมในการซื้อ

สลากคือ จะซื้อสลากจะซื้อไม่เกิน 5 ฉบับต่องวด สถานที่ที่ซื้อคือซื้อตามแผงที่พบได้ทั่วไปและซื้อตามหมายเลขที่ผู้ซื้อได้ตั้งใจไว้ล่วงหน้า และจะซื้อสลากในราคาที่สูงกว่าปกติประมาณ 1-5 บาท โดยเห็นว่า เป็นราคาที่สามารรับได้ และกลุ่มตัวอย่างทุกเพศ ทุกช่วงอายุ ทุกอาชีพ ทุกกลุ่มรายได้ และทุกกลุ่มระดับการศึกษามีความเห็นว่าการขายสลากรูปแบบปัจจุบันยังไม่ได้ เนื่องจากยังต้องซื้อสลากเกินราคา สิ่ง ที่สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลควรปรับปรุงคือ เพิ่มเงินรางวัล เพิ่มจำนวนรางวัล และนำการจำหน่าย สลากอัตโนมัติมาใช้ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างนั้นมีความสนใจในสลากอัตโนมัติ สาเหตุที่สนใจคือ ความรวดเร็วสะดวก ทันสมัย เลือกได้เลย และจำหน่ายไม่เกินราคา

สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2540) ทำการศึกษาเรื่อง “ผลกระทบทางสังคมจากสลากออนไลน์” ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เคยซื้อสลากกินแบ่ง รัฐบาลกว่าร้อยละ 70 ในทุกภาค ประกอบอาชีพส่วนใหญ่เป็นรัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 94.1 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลาก ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,000-50,000 บาท เคยซื้อ สลากคิดเป็นร้อยละ 94.6 โดยมีช่วงเวลาในการซื้อไม่แน่นอน และสถานที่ซื้อก็ไม่แน่นอน และเมื่อจำแนก กลุ่มตัวอย่างตามอายุ พบว่าพฤติกรรมการซื้อสลากไม่มีแบบแผนที่แน่นอนทุกกลุ่มอายุ ทุกกลุ่มรายได้มีการซื้อสลากเท่าๆ กัน และความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการซื้อสลากไม่มีแบบแผนแน่นอน ส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างซื้อเพียง 1-3 ฉบับ ยกเว้นกลุ่มผู้ค้าสลากที่ซื้อแต่ละงวดมากกว่า 5 ฉบับ

สรรัตน์ บุญวงศ์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ที่มี อาชีพค้าขายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุ ระหว่าง 40-49 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสและถึงร้อยละ 63.33 ส่วนด้านระดับการศึกษานั้นพบว่า ส่วนใหญ่จบการศึกษาชั้นประถมศึกษาคิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ป.ว.ช. ร้อยละ 22.0 รายได้ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วง 5,001-10,000 บาทต่อเดือน โดยมีพฤติกรรมการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลทุกๆงวด งวดละ 3 ฉบับโดยเฉลี่ย ค่าใช้จ่ายในการซื้อสลากกินแบ่ง รัฐบาลโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 338 บาทต่องวด ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อสลากก่อนวันออกรางวัล 1-2 วัน และนิยมซื้อ ตามร้านขายทั่วไปมากที่สุด ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ลำดับที่หนึ่ง ปัจจัยด้าน การจัดจำหน่าย/สถานที่ มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.29 มีผลต่อการซื้อสลากในระดับมาก ได้แก่ การที่สามารถ หาซื้อได้ง่าย รองลงมาคือ สถานที่จัดจำหน่ายมีเพียงพอต่อลูกค้า และมีการจัดจำหน่ายที่เพียงพอ ตามลำดับ ลำดับที่สองคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.89 มีผลในระดับมาก ประกอบด้วย ขนาดของสลากมีความเหมาะสม พกพาสะดวก สามารถเลือกเลขได้ตามต้องการ ตามลำดับ ลำดับที่สามคือ ปัจจัยด้านนิสัย/ความชอบส่วนตัว โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.42 มีผลในระดับปานกลาง ประกอบไปด้วย อายกรวย รองลงมาคือ ชื่นชอบการเสี่ยงโชค เพื่อความสนุกสนาน สงสารคนขาย ซื้อ ตามคนอื่น ตามลำดับ และลำดับสุดท้าย ลำดับที่สี่คือ ปัจจัยด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.15 มีผลใน ระดับปานกลาง ประกอบด้วย จำนวนเงินรางวัลมีความหลากหลาย เงินรางวัลมีความเหมาะสมกับเลขที่ ถูก ราคาสลากมีความเหมาะสมกับเงินรางวัล ตามลำดับ

ชนุรักษ์ โชติกุล (2552) ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยกำหนดการซื้อสลาก กินแบ่งรัฐบาลของประชาชนกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นเพศหญิง มากกว่าชาย อายุระหว่าง 26-35 ปี มากที่สุด เป็นโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับจ้างและ พนักงานบริษัท มีรายได้หลังหักภาษีไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน มีสมาชิกในครอบครัวตามทะเบียน

ราษฎรไม่เกิน 3 คน พฤติกรรมการซื้อสลากคือ ซื้อเพราะอยากได้รางวัล และซื้อจากแผงลอยทั่วไป ไม่เลือกโอกาสที่ซื้อ ซื้อมากกว่า 3 เดือนครั้ง ระยะเวลาที่ซื้อไม่แน่นอน จะตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง ซึ่งงวดละ 2 ฉบับ ราคาเฉลี่ย 50 บาทต่อฉบับ และส่วนใหญ่จะซื้อไม่เกินงวดละ 100 บาท ส่วนผู้ที่ไม่ซื้อสลาก จะมีลักษณะไม่แตกต่างจากกลุ่มที่ซื้อข้างต้น โดยระบุสาเหตุที่ไม่ซื้อสลากว่ารายได้มีจำกัด

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

สังคีต พิริยะรังสรรค์ และคณะ (2546) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารที่นักเล่นหวยใช้ในการหาข้อมูล พบว่า พฤติกรรมการแสวงหาของใคร่จะมีการเปลี่ยนแปลงไปเมื่อมีการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ที่ชอบเล่นการพนันด้วยกัน เช่น จากเกจิอาจารย์ ญาติ พี่น้อง เพื่อนฝูง และสื่อมวลชน เป็นต้น

สังคีต พิริยะรังสรรค์ และคณะ (2546) กล่าวเกี่ยวกับเศรษฐกิจการพนันว่าผู้ที่นิยมเล่นหวยส่วนมากจะมีอายุ 36-50 ปี ผู้ที่เล่นสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดินที่มีอายุระหว่าง 23-50 ปี จะมีร้อยละ 73 ของผู้เล่นการพนัน ผู้ที่นิยมเล่นสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดิน จะมีกลุ่มผู้เล่นหลักอยู่ในอาชีพเกษตรกร ผู้ประกอบอาชีพส่วนตัว และรับจ้างทั่วไป ส่วนใหญ่จะมีการศึกษาระหว่างน้อยกว่าประถมศึกษา สัดส่วนการเล่นการพนันต่อรายได้จะมีแนวโน้มลดลงตามสัดส่วนของรายได้ที่เพิ่มสูงขึ้น สัดส่วนพฤติกรรมการแสวงหาจะยังมีการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น หากนิยมเล่นหวยมีการปรึกษาหารือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและช่วยกันตีความจากตัวเลข เนื่องจากการเล่นหวยสามารถมองได้ว่าเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่ทำให้บุคคลมีการปฏิสัมพันธ์กัน มีการสื่อสารกันในหลายๆด้าน

สังคีต พิริยะรังสรรค์ และคณะ (2550) ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นและพฤติกรรมของประชาชนเกี่ยวกับการพนันในสังคมไทย ซึ่งสำรวจจากประชาชนที่มีอายุ 10 ปีขึ้นไป จากตัวอย่างทั้งสิ้น 6,703 ตัวอย่าง ผลการสำรวจพบว่า สาเหตุของการซื้อหวยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ เพราะชอบการเสี่ยงโชค มีถึงร้อยละ 42.0 รองลงมาเพื่อความสนุกสนานร้อยละ 38.0 ตามลำดับ สำหรับปัจจัยสำคัญที่มีผลทำให้ซื้อหวยมากหรือน้อยในแต่ละงวดนั้น พบว่า ความฝันเป็นปัจจัยที่มีผลมากที่สุดถึง 39.0 รองลงมาคือรางวัลแจ็คพ็อต ร้อยละ 24.5 ตามลำดับ และเมื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการได้ยิน/ได้ทราบว่ามีเลขเด็ดสำหรับการเล่นหวย ตัวอย่างมากถึงร้อยละ 51.9 ระบุได้ยิน/ได้ทราบมาจากการบอกต่อๆกันมา ร้อยละ 27.9 ระบุทราบจากหนังสือพิมพ์ นอกจากนี้คณะผู้วิจัยยังได้ประมาณการจำนวนผู้เล่นหวยแต่ละประเภทในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมาจากฐานข้อมูลประชากรที่มีอายุ 10-70 ปี ของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย 2550 พบว่า เมื่อพิจารณาตามการซื้อหวยประเภทต่าง ๆ นั้น สลากกินแบ่งรัฐบาลมีคนนิยมซื้อมากที่สุด มีประมาณ 30 ล้านคน รองลงมาคือ หวยบนดิน มีจำนวนประมาณ 23 ล้านคน และหวยใต้ดิน 12 ล้านคน และจากผลการสำรวจประสบการณ์ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดินตลอดประสบการณ์ชีวิต พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 57.3 เคยซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลตลอดชีวิตที่ผ่านมา ในขณะที่ร้อยละ 44.2 เคยซื้อหวยใต้ดินในช่วงเวลาเดียวกัน

หมายเหตุ เนื่องจากผู้วิจัยเห็นว่าผลงานของ สัมสิต ปิริยะรังสรรค์ และคณะ โดยส่วนใหญ่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับหอยใต้ดิน ซึ่งมีความน่าสนใจและน่าจะเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยฉบับนี้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอนำผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหอยใต้ดินควบคู่ไปกับผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสลากกินแบ่งรัฐบาลไว้ด้วย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการทำวิจัยเรื่อง “มูลเหตุและผลกระทบเชิงพฤติกรรมที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง” ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกัน ทำการศึกษาและค้นคว้าตามขั้นตอนดังนี้

วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ และเป็นผู้ที่ซื้อหรือเคยซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลทั้งเพศชายและเพศหญิงที่อาศัยอยู่ในจังหวัดระยอง ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ พนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ และเป็นผู้ที่ซื้อหรือเคยซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลทั้งเพศชายและเพศหญิงที่อาศัยอยู่ในจังหวัดระยอง โดยได้กำหนดขนาดตัวอย่างจากการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างไม่ทราบจำนวนประชากรจากสูตร (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545: 26)

$$n = \frac{Z^2}{4e^2} 1 - \alpha/2$$

โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ก็คือ α 0.05 โดย $Z_{1-\alpha/2}$

แทนค่า $\alpha = 0.05$ จึงได้ $Z_{1-0.05/2}$ หรือ $Z = 0.975$ และเปิดตารางค่า Z ได้ 1.96

ต้องการให้มีความผิดพลาด (E) ไม่เกิน 5% หรือ $e = 0.05$

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$
$$= 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ คน}$$

และเพิ่มจำนวนตัวอย่าง 15 คน จึงเก็บตัวอย่าง 400 คน สำหรับกลุ่มตัวอย่างมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยเลือกจากเขตการปกครอง 8 อำเภอ ดังนี้ เมืองระยอง บ้านฉาง แกลง วังจันทร์ บ้านค่าย ปลวกแดง เขาชะเมา นิคมพัฒนา โดยการจับฉลากเลือก 5 เขต และกำหนดตัวอย่าง ในแต่ละเขตพื้นที่ในสัดส่วนที่เท่า ๆ กัน เขตละ 80 คน ดังนี้

เขต	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
เมืองระยอง	80
บ้านค่าย	80
ปลวกแดง	80
นิคมพัฒนา	80
แกลง	80
รวม	400

ทั้งนี้จากข้อมูล สถิติอุตสาหกรรม จังหวัดระยอง (จังหวัดระยอง. 2555: ออนไลน์) พบว่าเขตการปกครองทั้ง 5 เขตจากการสุ่มตัวอย่างนี้ มีจำนวนสถานประกอบการอุตสาหกรรมจำนวนมากจากเขตการปกครองทั้งหมด

ขั้นที่ 2 ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) ในการเลือกตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามถามกลุ่มตัวอย่างที่ยินดีและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จนครบตามจำนวนที่ต้องการ จำนวน 400 คน

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาประยุกต์ใช้เป็นคำถามในแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 6 ตอน คือ

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

ข้อที่ 1 เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) จำแนกดังนี้

1. เพศชาย
2. เพศหญิง

ข้อที่ 2 อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) ซึ่งการกำหนดช่วงอายุ คำนวณดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. 2542: 110)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

เนื่องจากข้อมูลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ. 2544 พบว่า ช่วงอายุของคนเริ่มทำงานมีอายุระหว่าง 15-65 ปี ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้ช่วงอายุดังกล่าวเป็นเกณฑ์ในการกำหนดช่วงอายุ โดยแบ่งออกเป็น 5 ช่วง ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงอายุ} &= \frac{65 - 15}{5} \\ &= 10 \end{aligned}$$

จำแนกอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในแบบสอบถาม ดังนี้

1. 15 – 24 ปี
2. 25 – 34 ปี
3. 35 – 44 ปี
4. 45 – 54 ปี
5. 55 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 สถานภาพสมรส ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ดังนี้

1. โสด
2. สมรส
3. หม้าย / หย่าร้าง

ข้อที่ 4 ระดับการศึกษาสูงสุด ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) ดังนี้

1. มัธยมศึกษาตอนต้น
2. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
3. อนุปริญญา / ปวส.
4. ปริญญาตรี

ข้อที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Nominal scale) ดังนี้

1. ต่ำกว่า 8,000 บาท
2. 8,001 – 10,000 บาท
3. 10,001 – 12,000 บาท
4. 12,001 – 14,000 บาท
5. 14,001 – 16,000 บาท
6. 16,001 บาทขึ้นไป

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

4 ข้อ โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ (Rating scale method: Likert scale questions) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2541: 166) ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตรภาคชั้น (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยของแต่ละระดับชั้นการแปลงผล โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอัตรภาคชั้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2548: 149) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอัตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.08 \end{aligned}$$

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตรภาคชั้น (Interval scale) ใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลและแปลความหมายค่าคะแนน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
4.21 – 5.00	มีแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมาก
2.61 – 3.40	มีแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลปานกลาง
1.89 – 2.60	มีแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลน้อย
1.00 – 1.80	มีแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้บริโภค จำนวน 10 ข้อ โดยมีการแบ่งรูปแบบการดำเนินชีวิตออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close - ended question) โดยใช้คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) โดยเลือกตอบได้เพียงข้อเดียว จำนวน 3 ข้อ โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ (Rating scale method: Likert scale questions) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2541: 166) ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตรภาคชั้น (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน	ระดับความถี่ในการทำกิจกรรม
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยของแต่ละระดับชั้นการแปลผล โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอัตรภาคชั้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2548: 149) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอัตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.08 \end{aligned}$$

การอธิบายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตรภาคชั้น (Interval scale) ใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอธิบายผลและแปลความหมายค่าคะแนน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
4.21 – 5.00	มีระดับความถี่ในการทำกิจกรรมมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีระดับความถี่ในการทำกิจกรรมมาก
2.61 – 3.40	มีระดับความถี่ในการทำกิจกรรมปานกลาง
1.89 – 2.60	มีระดับความถี่ในการทำกิจกรรมน้อย
1.00 – 1.80	มีระดับความถี่ในการทำกิจกรรมน้อยที่สุด

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close - ended question) โดยใช้คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) โดยเลือกตอบได้เพียงข้อเดียว จำนวน 3 ข้อ โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ (Rating scale method: Likert scale questions) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2541: 166) ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตรภาคชั้น (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน	ระดับความสนใจหรือการค้นหาข้อมูล
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยของแต่ละระดับชั้นการแปลผล โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอัตรภาคชั้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2548: 149) ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอัตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.08\end{aligned}$$

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตรภาคชั้น (Interval scale) ใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลและแปลความหมายค่าคะแนน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
4.21 – 5.00	มีระดับความสนใจหรือการค้นหาข้อมูลมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีระดับความสนใจหรือการค้นหาข้อมูลมาก
2.61 – 3.40	มีระดับความสนใจหรือการค้นหาข้อมูลปานกลาง
1.89 – 2.60	มีระดับความสนใจหรือการค้นหาข้อมูลน้อย
1.00 – 1.80	มีระดับความสนใจหรือการค้นหาข้อมูลน้อยที่สุด

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close - ended question) โดยใช้คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) โดยเลือกตอบได้เพียงข้อเดียว จำนวน 4 ข้อ โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ (Rating scale method: Likert scale questions) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2541: 166) ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตรภาคชั้น (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยของแต่ละระดับชั้นการแปลผล โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอัตรภาคชั้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2548: 149) ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอัตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.08\end{aligned}$$

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราภาคชั้น (Interval scale) ใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลและแปลความหมายค่าคะแนน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
4.21 – 5.00	มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาลมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาลมาก
2.61 – 3.40	มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาลปานกลาง
1.89 – 2.60	มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาลน้อย
1.00 – 1.80	มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาลน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้บริโภค มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close - ended question) โดยใช้คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) โดยเลือกตอบได้เพียงข้อเดียว จำนวน 21 ข้อ โดยแบ่งเป็นทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์ 5 ข้อ ด้านข้อมูลข่าวสาร 3 ข้อ ด้านความรู้สึกรับ 7 ข้อ และทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านความตั้งใจในการซื้อ 6 ข้อ โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ (Rating scale method: Likert scale questions) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2541: 166) ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราภาคชั้น (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยของแต่ละระดับชั้นการแปลผล โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอัตราภาคชั้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2548: 149) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอัตราภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} = 0.08
 \end{aligned}$$

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราภาคชั้น (Interval scale) ใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลและแปลความหมายค่าคะแนน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
4.21 – 5.00	มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาลมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาลมาก

2.61 – 3.40	มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาลปานกลาง
1.89 – 2.60	มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาลน้อย
1.00 – 1.80	มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาลน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ เป็นลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open - ended question) จำนวน 3 ข้อ และลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close - ended question) จำนวน 4 ข้อ ดังนี้

ข้อที่ 1-3 จำนวนสลากกินแบ่งรัฐบาลที่ซื้อ ความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งโดยประมาณ เป็นคำถามปลายเปิด (Open - ended question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio scale)

ข้อที่ 4 สถานที่ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นคำถามปลายปิด (Close - ended question) มีคำตอบหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) โดยเลือกตอบได้เพียง 1 คำตอบ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ข้อที่ 5 เวลาที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นคำถามปลายปิด (Close - ended question) มีคำตอบหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) โดยเลือกตอบได้เพียง 1 คำตอบ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ข้อที่ 6 สาเหตุในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นคำถามปลายปิด (Close - ended question) มีคำตอบหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) โดยเลือกตอบได้เพียง 1 คำตอบ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ข้อที่ 7 ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ เป็นคำถามปลายปิด (Close - ended question) มีคำตอบหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) โดยเลือกตอบได้เพียง 1 คำตอบ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ตอนที่ 6 ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close - ended question) โดยใช้คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) จำนวน 11 ข้อ โดยมีการแบ่งผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลออกเป็น 2 ด้าน ดังนี้

ด้านการออม มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close - ended question) โดยใช้คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) จำนวน 3 ข้อ ดังนี้

ข้อที่ 1 ปัจจุบันท่านมีการออมเงินหรือไม่ เป็นคำถามปลายปิด (Close - ended question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ข้อที่ 2 การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของท่านมีผลทำให้การออมของท่านเปลี่ยนแปลงอย่างไร เป็นคำถามปลายปิด (Close - ended question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ข้อที่ 3 ปัจจุบันท่านมีการออมเงินในรูปแบบใดบ้าง เป็นคำถามปลายปิด (Close - ended question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ข้อที่ 4 ด้านการใช้จ่าย มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close - ended question) โดยใช้คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) โดยเลือกตอบได้เพียงข้อเดียว จำนวน 8 ข้อ โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ (Rating scale method: Likert scale questions) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2541: 166) ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตรภาคชั้น (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน	ระดับความถี่ที่เกิด
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยของแต่ละระดับชั้นการแปลผล โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอัตรภาคชั้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2548: 149) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอัตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.08 \end{aligned}$$

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตรภาคชั้น (Interval scale) ใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลและแปลความหมายค่าคะแนน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
4.21 – 5.00	มีผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมาก
2.61 – 3.40	มีผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลปานกลาง
1.89 – 2.60	มีผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลน้อย
1.00 – 1.80	มีผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลน้อยที่สุด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือวิจัยตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสารวิชาการ บทความ ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาสร้างแบบสอบถาม โดยกำหนดขอบเขตให้ครอบคลุมเนื้อหาในงานวิจัยเรื่อง มูลเหตุและผลกระทบเชิงพฤติกรรมที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงาน

โรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง เพื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยาม ศัพท์ และกลุ่มตัวอย่าง โดยแบบสอบถามจะมีทั้งหมด 6 ตอน

3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท เพื่อพิจารณา ตรวจสอบความถูกต้อง และขอข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อให้แบบสอบถามตรงตามเนื้อหาการวิจัยมากที่สุด

4. นำเสนอแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขนำเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบอีกครั้ง ก่อนนำไปทดลองใช้ (Try-out)

5. นำแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อนำไปหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ผลลัพธ์ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2549: 445) โดยได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวมเท่ากับ 0.872 และรายด้านดังนี้ ด้านปัจจัยแรงจูงใจเท่ากับ 0.722 ด้านปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตเท่ากับ 0.752 ด้านปัจจัยทัศนคติเท่ากับ 0.879 และด้านผลกระทบเท่ากับ 0.960

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยในอดีต การรวบรวมเอกสารทางวิชาการต่าง ๆ รวมทั้งเอกสารของสำนักงานสถิติแห่งชาติ และข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องและเชื่อถือได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับผู้บริหารโรงงาน ตำแหน่งพนักงานระดับปฏิบัติการ ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดระยอง ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 คน และเพิ่มจำนวนตัวอย่างอีก 15 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

การจัดทำข้อมูล

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องแล้วมาลงรหัส

3. การประมวลผลข้อมูลนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน วิเคราะห์แจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอผลเป็นร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

สมมติฐาน 1 ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (ด้านปริมาณการซื้อ ความถี่ในการซื้อ และจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งโดยประมาณ) ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

สมมติฐาน 2 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (ด้านปริมาณการซื้อ ความถี่ในการซื้อ และจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งโดยประมาณ) ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

สมมติฐาน 3 ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (ด้านปริมาณการซื้อ ความถี่ในการซื้อ และจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งโดยประมาณ) ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

สมมติฐาน 4 พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (ด้านการใช้จ่าย) ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

โดยใช้ทดสอบสมมติฐานส่วนที่ 2 – 6 เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation coefficient)

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย

1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) สำหรับการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูล โดยใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 36)

$$P = \frac{f}{n}(100)$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าสถิติร้อยละ หรือเปอร์เซ็นต์
	f	แทน	ความถี่ของข้อมูลในแต่ละกลุ่ม
	n	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมด

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) สำหรับการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูล (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 39)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูล (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541: 65)

$$S.D = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic)

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร ที่เป็นระดับอันตรภาคชั้น (Interval) ขึ้นไป โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541: 70)

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum xy$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่างข้อมูลจากตัวแปร x และ y
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของข้อมูลจากตัวแปร x
	$\sum y$	แทน	ผลรวมของข้อมูลจากตัวแปร y

$$\frac{\sum x^2}{\sum y^2} \text{ แทน ผลรวมของกำลังสองของข้อมูลจากตัวแปร } x$$

$$\text{แทน ผลรวมของกำลังสองของข้อมูลจากตัวแปร } y$$

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ ความหมายของค่า r (กัลยา วาณิชย์ บัญชา. 2544: 437) คือ

- r เป็นลบ แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม
- r เป็นบวก แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
- r เข้าใกล้ 1 แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
- r เข้าใกล้ -1 แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก
- r เท่ากับ 0 แสดงว่า x และ y ไม่มีความสัมพันธ์

การอ่านความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (สากล จริยวิทยานนท์. 2542: 508)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	ระดับความสัมพันธ์
0.01 - 0.20	มีความสัมพันธ์ต่ำ
0.21 - 0.40	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
0.41 - 0.60	มีความสัมพันธ์ปานกลาง
0.61 - 0.80	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูง
0.81 - 1.00	มีความสัมพันธ์สูง

3. สถิติสำหรับวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

สถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นรวมโดยใช้วิธีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α – Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2546 : 43)

$$\alpha = \frac{k \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}{1 + (k-1) \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

เมื่อ	k	แทน	จำนวนคำถาม
	$\overline{\text{Covariance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนระหว่างคำถามต่างๆ
	$\overline{\text{Variance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ศึกษาจากการสัมภาษณ์โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth interview)

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ มุ่งศึกษาผู้บริโภควัยทำงาน ตำแหน่งพนักงานระดับปฏิบัติการ และเป็นผู้ที่ซื้อหรือเคยซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลทั้งเพศชายและเพศหญิงที่อาศัยอยู่ในจังหวัดระยอง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย รวม 42 คน ประกอบด้วย พนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ และเป็นผู้ที่ซื้อหรือเคยซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลทั้งเพศชายและเพศหญิงที่อาศัยอยู่ในจังหวัดระยอง จำนวน 40 คน และตัวแทนจากผู้ขายสลากกินแบ่งรัฐบาลบริเวณโรงงานอุตสาหกรรมจำนวน 2 คน ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างเลือกโดยการสุ่มตามสะดวก (Convenience Sampling)

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการดังนี้ ศึกษาจากการสัมภาษณ์โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ผู้ศึกษาทำการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างคำถามที่แน่นอน (Instructured Interview) ซึ่งเป็นวิธีที่ไม่ได้กำหนดคำตอบไว้ตายตัว จึงสามารถปรับเปลี่ยนความยืดหยุ่นเพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ และในการวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาจะทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเองโดยทำการจดบันทึกรายละเอียดและอาศัยแถบบันทึกเสียงในขณะที่สัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งที่เป็นข้อเท็จจริงและความคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูลเพื่อนำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 42 คน ในการสัมภาษณ์ในช่วงเดือนมีนาคม ปี พ.ศ.2557

4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคลด้วยตนเอง และจะใช้วิธีการบันทึกและถอดเทประหว่างสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ และผู้วิจัยจะได้นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นต่าง ๆ ในลักษณะการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical Description) และจะเลือกนำเสนอข้อมูลเฉพาะเรื่องที่ทำการศึกษาเท่านั้น

ความสอดคล้องระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “มูลเหตุและผลกระทบเชิงพฤติกรรมที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง” ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกัน เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพไปเป็นเหตุผลเพื่อสนับสนุนผลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ ใ้งานวิจัยนี้มีความละเอียดมากขึ้น

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการวิจัยเรื่อง มูลเหตุและผลกระทบเชิงพฤติกรรมที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง โดยใช้ 2 ระเบียบวิธีวิจัยได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผลของการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อ ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
Sig	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง

ตอนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (ด้านปริมาณการซื้อ ความถี่ในการซื้อ และจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งโดยประมาณ) ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (ด้านปริมาณการซื้อ ความถี่ในการซื้อ และจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งโดยประมาณ) ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (ด้านปริมาณการซื้อ ความถี่ในการซื้อ และจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งโดยประมาณ) ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

สมมติฐานที่ 4 พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (ด้านการใช้จ่าย) ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยแจกแจงจำนวน (ความถี่) ค่าร้อยละ ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 4 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	156	39.00
หญิง	244	61.00
รวม	400	100.00
2. อายุ		
15 – 24 ปี	73	18.25
25 – 34 ปี	180	45.00
35 – 44 ปี	102	25.50
45 ปีขึ้นไป	45	11.25
รวม	400	100.00

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. สถานภาพสมรส		
โสด	238	59.50
สมรส	162	40.50
รวม	400	100.00
4. ระดับการศึกษาสูงสุด		
มัธยมศึกษาตอนต้น	65	16.25
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	104	26.00
อนุปริญญา / ปวส.	158	39.50
ปริญญาตรี หรือสูงกว่า	73	18.25
รวม	400	100.00
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	54	13.50
10,001 – 12,000 บาท	81	20.25
12,001 – 14,000 บาท	123	30.75
14,001 – 16,000 บาท	86	21.50
16,001 บาทขึ้นไป	56	14.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน พบว่า

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.00 และเพศชาย 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 ตามลำดับ

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 35 – 44 ปี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 อายุระหว่าง 15 – 24 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 และอายุ 45 ปีขึ้นไป จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสโสด จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 และสถานภาพสมรส จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษานุปริญญา / ปวส. จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. จำนวน 104 คิดเป็นร้อยละ 26.00 ปริญญาตรี หรือสูงกว่า จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 และมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 12,001 – 14,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 รองลงมาคือ รายได้ 14,001 – 16,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 รายได้ 10,001 – 12,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 รายได้ 16,001 บาทขึ้นไป จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย ด้านเหตุผล และด้านอารมณ์ โดยแจกแจงจำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	($\bar{X}$)	(S.D.)	ระดับแรงจูงใจ
ด้านเหตุผล			
1. สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย	3.87	0.947	มาก
2. ท่านได้เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยพัฒนาสังคมจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	3.13	1.044	ปานกลาง
3. สลากกินแบ่งฯ มีการออกรางวัลที่โปร่งใส และยุติธรรม	3.15	0.963	ปานกลาง
4. สลากกินแบ่งฯ สามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวกกว่าการซื้อสลาก หรือการเสี่ยงโชคชนิดอื่นๆ	3.72	0.968	มาก
รวม	3.46	0.707	มาก
ด้านอารมณ์			
1. ท่านซื้อเพราะต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน	3.51	1.226	มาก
2. ท่านซื้อเพราะเห็นคนอื่น ๆ ซื้อกัน	3.00	1.036	ปานกลาง
3. ท่านซื้อเพราะคนสนิทหรือคนที่นับถือซื้อ หรือแนะนำให้ซื้อ	3.01	1.092	ปานกลาง
4. ท่านซื้อเพราะอยากถูกรางวัลเหมือนคนอื่น ๆ	3.61	1.208	มาก
รวม	3.28	0.904	ปานกลาง
ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยรวม	3.37	0.670	ปานกลาง

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านเหตุผล โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย และสลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวกกว่าการซื้อสลาก หรือการเสี่ยงโชคชนิดอื่นๆ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และ 3.72 ตามลำดับ ส่วนสลากกินแบ่งรัฐบาลมีการออกรางวัลที่โปร่งใส และยุติธรรม และท่านได้เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยพัฒนาสังคมจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 และ 3.13 ตามลำดับ

ด้านอารมณ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านซื้อเพราะอยากถูกรางวัลเหมือนคนอื่น ๆ และท่านซื้อเพราะต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และ 3.51 ตามลำดับ ส่วนท่านซื้อเพราะคนสนิทหรือคนที่นับถือซื้อ หรือแนะนำให้ซื้อ และท่านซื้อเพราะเห็นคนอื่น ๆ ซื้อกัน อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 และ 3.00 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น โดยแจกแจงจำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านกิจกรรม

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต	($\bar{X}$)	(S.D.)	ความถี่ในการ ทำกิจกรรม
ด้านกิจกรรม			
1. ท่านมักจะเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อการเล่นเสี่ยงโชค เช่น จากเกจิอาจารย์ต่างๆ ให้เลข เป็นต้น	2.43	1.216	น้อย
2. ท่านมักจะร่วมกิจกรรมการเล่นโชครูปแบบอื่น ๆ อยู่เสมอ	2.77	1.123	ปานกลาง
3. ท่านมักจะตามหาเลขเด็ดตามคำบอกเล่าของบุคคลอื่น	2.57	1.139	น้อย
รวม	2.59	1.013	น้อย

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านกิจกรรม โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามมักจะเข้าร่วมกิจกรรมการเล่นโชครูปแบบอื่น ๆ อยู่เสมอ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 ส่วนท่านมักจะตามหาเลขเด็ดตามคำบอกเล่าของบุคคลอื่น และท่านมักจะ

เข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชค เช่น จากเกจิอาจารย์ดังๆ ให้เลข เป็นต้น อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.57 และ 2.43 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความสนใจ

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต	($\bar{X}$)	(S.D.)	ระดับความสนใจ
ด้านความสนใจ			
1. ท่านมีความสนใจเกี่ยวกับการทำนายเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากความฝัน หรือวิธีอื่นๆ	2.66	1.078	ปานกลาง
2. ท่านสนใจติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง	2.48	0.981	น้อย
3. ท่านมีความสนใจ แลกเปลี่ยนข้อมูล หรือค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคกับคนรอบข้าง	2.64	0.979	ปานกลาง
รวม	2.59	0.930	น้อย

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความสนใจ โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสนใจเกี่ยวกับการทำนายเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากความฝัน หรือวิธีอื่นๆ และมีความสนใจแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคกับคนรอบข้าง อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.66 และ 2.64 ตามลำดับ ส่วนท่านสนใจติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.48

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความคิดเห็น

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต	($\bar{X}$)	(S.D.)	ระดับความคิดเห็น
ด้านความคิดเห็น			
1. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นสินค้าที่มีราคาคุ้มค่ากับการตัดสินใจซื้อ	2.78	1.020	ปานกลาง
2. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถช่วยพัฒนาสังคมได้	2.73	0.849	ปานกลาง
3. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล หาซื้อได้ง่าย เหมาะกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของท่าน	3.12	1.098	ปานกลาง

ตาราง 8 (ต่อ)

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต	($\bar{X}$)	(S.D.)	ระดับความคิดเห็น
ด้านความคิดเห็น (ต่อ)			
4. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล ถือเป็นการมอมเมาประชาชน	2.75	1.069	ปานกลาง
รวม	2.84	0.639	ปานกลาง

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อบัณฑิตด้านความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล หาซื้อได้ง่าย เหมาะกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของท่าน ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นสินค้าที่มีราคาคู่แข่งต่ำกับการตัดสินใจซื้อ ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลถือเป็นการมอมเมาประชาชน และท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถช่วยพัฒนาสังคมได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 2.78 2.75 และ 2.73 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย ด้านประโยชน์ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านความรู้สึกชอบ และด้านความตั้งใจในการซื้อ โดยแจกแจงจำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล	($\bar{X}$)	(S.D.)	ระดับความคิดเห็น
ด้านประโยชน์			
1. เงินที่ได้จากการขายสลากกินแบ่งรัฐบาล สามารถช่วยในการพัฒนาสังคม	2.98	0.955	ปานกลาง
2. สลากกินแบ่งรัฐบาล ทำให้รัฐบาลมีรายได้เพิ่มขึ้น	3.30	0.950	ปานกลาง
3. สลากกินแบ่งรัฐบาล มีผลดีมากกว่าผลเสีย	2.88	0.821	ปานกลาง
4. สลากกินแบ่งรัฐบาล ทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น	2.91	0.815	ปานกลาง

ตาราง 9 (ต่อ)

ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล	($\bar{X}$)	(S.D.)	ระดับความคิดเห็น
ด้านประโยชน์ (ต่อ)			
5. สลากกินแบ่งรัฐบาล ทำให้เงินนอกระบบเศรษฐกิจกลับเข้ามาสู่ระบบเพื่อเป็นการพัฒนาประเทศ	3.11	0.966	ปานกลาง
รวม	3.03	0.653	ปานกลาง
ด้านข้อมูลข่าวสาร			
1. ท่านพอใจกับการให้ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล	3.06	0.984	ปานกลาง
2. ข่าวเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล ทำให้เกิดผลดีต่อการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล เช่น ภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ	3.05	0.933	ปานกลาง
3. การให้ข่าวทางสื่อต่างๆ ทำให้สลากกินแบ่งรัฐบาลมีความน่าเชื่อถือ	3.10	0.949	ปานกลาง
รวม	3.07	0.870	ปานกลาง
ด้านความรู้สึกชอบ			
1. สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย	3.65	1.013	มาก
2. สลากกินแบ่งรัฐบาลน่าสนใจกว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่น ๆ	2.98	0.877	ปานกลาง
3. สลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถจูงใจท่านให้สนใจมากกว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่น ๆ	2.86	0.933	ปานกลาง
4. สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้คนชอบการเสี่ยงโชคมากขึ้น	2.80	0.967	ปานกลาง
5. ท่านสนับสนุนสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะได้ช่วยสังคม	2.78	0.851	ปานกลาง
6. ท่านชอบซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะมีเลขให้เลือกหลากหลาย	2.88	1.010	ปานกลาง
7. สลากกินแบ่งรัฐบาลมีความน่าเชื่อถือในการรับประกันและคุ้มครองสิทธิตามกฎหมาย	3.31	1.023	ปานกลาง
รวม	3.04	0.671	ปานกลาง
ด้านความตั้งใจในการซื้อ			
1. การมีโอกาสดูกรางวัลที่เหมาะสม ทำให้ท่านต้องการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	3.19	1.071	ปานกลาง
2. ท่านอยากซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะเงินรางวัลที่ยุติธรรม	3.28	0.979	ปานกลาง
3. ท่านยินดีที่จะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะมีส่วนในการช่วยพัฒนาสังคม	2.91	0.863	ปานกลาง
4. ความตื่นเต้นจากการเสี่ยงโชค ทำให้ท่านอยากมีส่วนร่วมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	3.03	1.001	ปานกลาง
5. คนรอบข้างซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อของท่าน	2.85	0.983	ปานกลาง

ตาราง 9 (ต่อ)

ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล	($\bar{X}$)	(S.D.)	ระดับความคิดเห็น
ด้านความตั้งใจในการซื้อ (ต่อ)			
6. ความสะดวกรวดเร็วในการตรวจรางวัลและรับเงินรางวัล ทำให้ท่านตั้งใจจะซื้อ	2.87	1.031	ปานกลาง
รวม	3.02	0.766	ปานกลาง
ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยรวม	3.03	0.570	ปานกลาง

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านประโยชน์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้รัฐบาลมีรายได้เพิ่มขึ้น สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เงินนอกกระบบเศรษฐกิจกลับเข้ามาสู่ระบบเพื่อเป็นการพัฒนาประเทศ เงินที่ได้จากการขายสลากกินแบ่งรัฐบาล สามารถช่วยในการพัฒนาสังคม สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น และสลากกินแบ่งรัฐบาลมีผลดีมากกว่าผลเสีย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 3.11 2.98 2.91 และ 2.88 ตามลำดับ

ด้านข้อมูลข่าวสาร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การให้ข่าวทางสื่อต่าง ๆ ทำให้สลากกินแบ่งรัฐบาลมีความน่าเชื่อถือ ท่านพอใจกับการให้ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล และข่าวเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เกิดผลดีต่อการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล เช่น ภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 3.06 และ 3.05 ตามลำดับ

ด้านความรู้สึกรับชอบ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ส่วนสลากกินแบ่งรัฐบาลมีความน่าเชื่อถือในการรับประกันและคุ้มครองสิทธิตามกฎหมาย สลากกินแบ่งรัฐบาลนำเสนอใจว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่น ๆ ท่านชอบซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะมีเลขให้เลือกหลากหลาย สลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถจูงใจท่านให้สนใจมากกว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่น ๆ สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้คนชอบการเสี่ยงโชคมากขึ้น และท่านสนับสนุนสลากกินแบ่งรัฐบาลเพราะได้ช่วยสังคม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 3.31 2.98 2.88 2.86 2.80 และ 2.78 ตามลำดับ

ด้านความตั้งใจในการซื้อ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านอยากซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพราะเงินรางวัลที่ยุติธรรม การมีโอกาสถูกรางวัลที่เหมาะสม ทำให้ท่านต้องการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ความตื่นเต้นจากการเสี่ยงโชคทำให้ท่านอยากมีส่วนร่วมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ท่านยินดีที่จะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะมีส่วนในการช่วยพัฒนาสังคม ความสะดวกรวดเร็วในการตรวจรางวัลและรับเงินรางวัลทำให้ท่านตั้งใจจะซื้อ และคนรอบข้างซื้อ

สลากกินแบ่งรัฐบาลมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อของท่าน อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 3.19 3.03 2.91 2.87 และ 2.85 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงาน โรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงาน
อุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง โดยแจกแจงจำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสลาก
กินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	จำนวน (คน)	ร้อยละ	($\bar{X}$)	(S.D.)	Min.	Max.
1. ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแต่ละครั้ง เป็นจำนวนกี่ฉบับ			2.19	1.726	1	10
1 – 3 ฉบับ	332	83.00				
4 – 6 ฉบับ	59	14.75				
7 – 10 ฉบับ	9	2.25				
รวม	400	100.00				
2. ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลกี่ครั้งใน รอบ 1 ปี (24 งวด)			10.50	7.776	1	24
1 – 6 ครั้ง	171	42.75				
7 – 12 ครั้ง	100	25.00				
13 – 18 ครั้ง	32	8.00				
19 – 24 ครั้ง	97	24.25				
รวม	400	100.00				
3. จำนวนเงินในการซื้อต่อครั้ง โดยประมาณ			287.68	311.756	100	2,500
100 – 500 บาท	367	91.75				
501 – 900 บาท	14	3.50				
901 – 1,300 บาท	12	3.00				
1,301 – 1,700 บาท	1	0.25				
1,701 – 2,100 บาท	4	1.00				
2,101 – 2,500 บาท	2	0.50				
รวม	400	100.00				

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแต่ละครั้งเป็นจำนวนกี่ฉบับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 1 – 3 ฉบับ จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 83.00 รองลงมาคือ 4 – 6 ฉบับ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 และ 7 – 10 ฉบับ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.19 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.726

ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลกี่ครั้งในรอบ 1 ปี (24 งวด) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 1 – 6 ครั้ง จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75 รองลงมาคือ 7 – 12 ครั้ง จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 19 – 24 ครั้ง จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 และ 13 – 18 ครั้ง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 10.50 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 7.776

จำนวนเงินในการซื้อต่อครั้งโดยประมาณ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 100 – 500 บาท จำนวน 367 คน คิดเป็นร้อยละ 91.75 รองลงมาคือ 501 – 900 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 901 – 1,300 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 1,701 – 2,100 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 2,101 – 2,500 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 และ 1,301 – 1,700 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 287.68 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 311.756

ตาราง 11 แสดงค่าจำนวน และร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่ง รัฐบาล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจากแหล่งจำหน่ายใด		
แผงลอยของสำนักงานสลาก	47	11.75
ร้านค้าแผงลอยทั่วไป	159	39.75
คนเดินเร่ขาย	134	33.50
คนพิการ	60	15.00
รวม	400	100.00
5. ท่านเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลในช่วงเวลาใด		
เช้าของวันออกรางวัล	125	31.25
ก่อนออกรางวัล 1 วัน	126	31.50
ก่อนออกรางวัล 2 – 3 วัน	92	23.00
ก่อนออกรางวัล 3 – 5 วัน	28	7.00
ก่อนออกรางวัล 1 สัปดาห์	29	7.25
รวม	400	100.00

ตาราง 11 (ต่อ)

พฤติกรรมการณ์ซื้อสลากกินแบ่ง รัฐบาล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. สาเหตุหลักที่ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล		
อยากถูกรางวัล	170	42.50
ถูกชักจูงจากบุคคลอื่น	25	6.25
ทำการกุศล/ช่วยเหลือรัฐบาล	31	7.75
ชอบเสี่ยงโชค	53	13.25
ได้เลขเด็ดมา	52	13.00
เพื่อความสนุกสนาน	69	17.25
รวม	400	100.00
7. ท่านคิดว่าใครมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกิน แบ่งรัฐบาลของท่านมากที่สุด		
ตนเอง	246	61.50
ครอบครัว	54	13.50
เพื่อน	67	16.75
พนักงานขาย	33	8.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแต่ละครั้งเป็นจำนวนกี่ฉบับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 1 – 3 ฉบับ จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 83.00 รองลงมาคือ 4 – 6 ฉบับ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 และ 7 – 10 ฉบับ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.19 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.726

ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลกี่ครั้งในรอบ 1 ปี (24 งวด) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 1 – 6 ครั้ง จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75 รองลงมาคือ 7 – 12 ครั้ง จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 19 – 24 ครั้ง จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 และ 13 – 18 ครั้ง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 10.50 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 7.776

จำนวนเงินในการซื้อต่อครั้งโดยประมาณ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 100 – 500 บาท จำนวน 367 คน คิดเป็นร้อยละ 91.75 รองลงมาคือ 501 – 900 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 901 – 1,300 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 1,701 – 2,100 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 2,101 – 2,500 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 และ 1,301 – 1,700 บาท

จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 287.68 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 311.756

ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจากแหล่งจำหน่ายใด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจากร้านค้าแผงลอยทั่วไป จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมาคือ คนเดินเร่ขาย จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 คนพิการ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และแผงลอยของสำนักงานสลาก จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 ตามลำดับ

ท่านเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลในช่วงเวลาใด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ก่อนออกรางวัล 1 วัน จำนวน 126 คิดเป็นร้อยละ 31.50 รองลงมาคือ เข้าซองวันออกรางวัล จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 ก่อนออกรางวัล 2 – 3 วัน จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 ก่อนออกรางวัล 1 สัปดาห์ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 และก่อนออกรางวัล 3 – 5 วัน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

สาเหตุหลักที่ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะ อยากถูกรางวัล จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมาคือ เพื่อความสนุกสนาน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 ชอบเสี่ยงโชค จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 ได้เลขเด็ดมา จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 ทำการกุศล/ช่วยเหลือรัฐบาล จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 และถูกชักจูงจากบุคคลอื่น จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ

ท่านคิดว่าใครมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของท่านมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพราะ ตนเอง จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 รองลงมาคือ เพื่อน จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ครอบครัว จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และพนักงานขาย จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 ตามลำดับ

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย ผลกระทบด้านการออม และการใช้จ่าย โดยแจกแจงจำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 12 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านการออม

ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการออม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ปัจจุบันท่านมีการออมเงินหรือไม่		
มี	318	79.50
ไม่มี	82	20.50
รวม	400	100.00

ตาราง 12 (ต่อ)

ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการออม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. ท่านคิดว่าการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมีผลทำให้การออมเงินของท่านเปลี่ยนแปลงอย่างไร		
เพิ่มขึ้น	7	2.20
ลดลง	147	46.23
เท่าเดิม	164	51.57
รวม	318	100.00
3. ท่านมีการออมเงินในรูปแบบใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
เงินฝากธนาคาร	294	92.45
เงินสด	110	34.60
ทองคำ	66	20.75
การเล่นแชร์ หรือการให้กู้ยืมเงินโดยไม่มีสัญญา	78	24.53
การให้กู้ยืมเงินระยะสั้น หรือยาวที่มีสัญญาตามกฎหมาย	12	3.77

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านการออม จำแนกตัวแปรได้ดังนี้

ปัจจุบันท่านมีการออมเงินหรือไม่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการออม จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 79.50 และไม่มีการออม จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 ตามลำดับ

ท่านคิดว่าการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมีผลทำให้การออมเงินของท่านเปลี่ยนแปลงอย่างไร จาก 318 คน ที่มีการออม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบ เท่าเดิม จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 51.57 รองลงมาคือ ลดลง 147 คน คิดเป็นร้อยละ 46.23 และเพิ่มขึ้น จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20 ตามลำดับ

ท่านมีการออมเงินในรูปแบบใดบ้าง จาก 318 คน ที่มีการออม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรูปแบบการออมเป็น เงินฝากธนาคาร จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 92.45 รองลงมาคือ เงินสด จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 34.60 การเล่นแชร์ หรือการให้กู้ยืมเงินโดยไม่มีสัญญา จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 24.53 ทองคำ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 และการให้กู้ยืมเงินระยะสั้น หรือยาวที่มีสัญญาตามกฎหมาย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.77 ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านการใช้จ่าย

ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการใช้จ่าย	($\bar{X}$)	(S.D.)	ระดับความถี่ ที่เกิด
ท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม	2.62	1.296	ปานกลาง
ท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย	2.56	1.233	น้อย
ท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านที่พักอาศัย เช่น ค่าเช่าบ้าน ค่าผ่อนชำระที่พักอาศัย ค่าน้ำ ค่าไฟ	2.28	1.205	น้อย
ท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านสุขภาพ เช่น ค่ารักษาพยาบาล ค่ายารักษาโรค	2.15	1.133	น้อย
ท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านยานพาหนะ และการเดินทาง	2.44	1.204	น้อย
ท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านการสื่อสาร เช่น ค่าบริการโทรศัพท์บ้าน ค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ ค่าบริการอินเทอร์เน็ต	2.67	1.271	ปานกลาง
ท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านกิจกรรมเพื่อสังคม	2.62	1.345	ปานกลาง
ท่านต้องลดการใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว	2.62	1.338	ปานกลาง
ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านการใช้จ่าย โดยรวม	2.49	1.063	น้อย

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านการใช้จ่าย โดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.49 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านการสื่อสาร เช่น ค่าบริการโทรศัพท์บ้าน ค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ ค่าบริการอินเทอร์เน็ต ท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม ท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านกิจกรรมเพื่อสังคม และ ท่านต้องลดการใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 2.62 2.62 และ 2.62 ตามลำดับ ส่วนท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย ท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านยานพาหนะและการเดินทาง ท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านที่พักอาศัย เช่น ค่าเช่าบ้าน ค่าผ่อนชำระที่พักอาศัย ค่าน้ำ ค่าไฟ และท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านสุขภาพ เช่น ค่ารักษาพยาบาล ค่ายารักษาโรค อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56 2.44 2.28 และ 2.15 ตามลำดับ

ตอนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย แรงจูงใจด้านเหตุผล และแรงจูงใจด้านอารมณ์ มี

ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ ในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย ด้านปริมาณการซื้อ ความถี่ในการซื้อ และจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง โดยประมาณ โดยสามารถจำแนกออกเป็นสมมติฐานย่อยได้ 3 สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย แรงจูงใจด้านเหตุผล และแรงจูงใจด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย แรงจูงใจด้านเหตุผล และแรงจูงใจด้านอารมณ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ

H_1 : ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย แรงจูงใจด้านเหตุผล และแรงจูงใจด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ Sig (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 14 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ

ปัจจัยแรงจูงใจ	ปริมาณในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล		
	r	Sig (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์
แรงจูงใจด้านเหตุผล			
1. สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย	-0.021	0.683	ไม่มีความสัมพันธ์
2. ท่านได้เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยพัฒนาสังคมจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	0.031	0.542	ไม่มีความสัมพันธ์
3. สลากกินแบ่งรัฐบาลมีการออกรางวัลที่โปร่งใสและยุติธรรม	0.016	0.749	ไม่มีความสัมพันธ์

ตาราง 14 (ต่อ)

ปัจจัยแรงจูงใจ	ปริมาณในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล		
	r	Sig (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์
แรงจูงใจด้านเหตุผล (ต่อ)			
4. สลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวกกว่าการซื้อสลากหรือการเสี่ยงโชคชนิดอื่นๆ	0.036	0.469	ไม่มีความสัมพันธ์
แรงจูงใจด้านเหตุผลโดยรวม	0.022	0.657	ไม่มีความสัมพันธ์
แรงจูงใจด้านอารมณ์			
1. ท่านซื้อเพราะต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน	-0.002	0.972	ไม่มีความสัมพันธ์
2. ท่านซื้อเพราะเห็นคนอื่น ๆ ซื้อกัน	-0.057	0.256	ไม่มีความสัมพันธ์
3. ท่านซื้อเพราะคนสนิทหรือคนที่นับถือซื้อ หรือแนะนำให้ซื้อ	-0.032	0.528	ไม่มีความสัมพันธ์
4. ท่านซื้อเพราะอยากถูกรางวัลเหมือนคนอื่น ๆ	0.015	0.762	ไม่มีความสัมพันธ์
แรงจูงใจด้านอารมณ์โดยรวม	-0.021	0.670	ไม่มีความสัมพันธ์
ปัจจัยแรงจูงใจโดยรวม	-0.003	0.958	ไม่มีความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.958 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแต่ละด้านได้ดังนี้

แรงจูงใจด้านเหตุผล

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านเหตุผลโดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.657 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า

ปัจจัยแรงจูงใจด้านเหตุผลโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

1. สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.683 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านเหตุผล ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ท่านได้เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยพัฒนาสังคมจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.542 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านเหตุผล ได้แก่ ท่านได้เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยพัฒนาสังคมจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. สลากกินแบ่งรัฐบาลมีการออกรางวัลที่โปร่งใสและยุติธรรม พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.749 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านเหตุผล ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลมีการออกรางวัลที่โปร่งใสและยุติธรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. สลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวกกว่าการซื้อสลากหรือการเสี่ยงโชคชนิดอื่นๆ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.469 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านเหตุผล ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวกกว่าการซื้อสลากหรือการเสี่ยงโชคชนิดอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แรงจูงใจด้านอารมณ์

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านอารมณ์โดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.670 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านอารมณ์โดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

1. ท่านซื้อเพราะต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.972 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านอารมณ์ ได้แก่ ท่านซื้อเพราะต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ท่านซื้อเพราะเห็นคนอื่น ๆ ซื้อกัน พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.256 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านอารมณ์ ได้แก่ ท่านซื้อเพราะเห็นคนอื่น ๆ ซื้อกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ท่านซื้อเพราะคนสนิทหรือคนที่นับถือซื้อ หรือแนะนำให้ซื้อ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.528 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านอารมณ์ ได้แก่ ท่านซื้อเพราะคนสนิทหรือคนที่นับถือซื้อ หรือแนะนำให้ซื้อ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ท่านซื้อเพราะอยากถูกรางวัลเหมือนคนอื่น ๆ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.762 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านอารมณ์ ได้แก่ ท่านซื้อเพราะอยากถูกรางวัลเหมือนคนอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย แรงจูงใจด้านเหตุผล และแรงจูงใจด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย แรงจูงใจด้านเหตุผล และแรงจูงใจด้านอารมณ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ

H_1 : ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย แรงจูงใจด้านเหตุผล และแรงจูงใจด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ Sig (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 15 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ

ปัจจัยแรงจูงใจ	ความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล		
	r	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
แรงจูงใจด้านเหตุผล			
1. สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย	0.022	0.655	ไม่มีความสัมพันธ์
2. ท่านได้เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยพัฒนาสังคมจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	0.048	0.339	ไม่มีความสัมพันธ์
3. สลากกินแบ่งรัฐบาลมีการออกรางวัลที่โปร่งใสและยุติธรรม	0.112 *	0.026	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
4. สลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวกกว่าการซื้อสลากหรือการเสี่ยงโชคชนิดอื่นๆ	0.160 **	0.001	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
แรงจูงใจด้านเหตุผลโดยรวม	0.118 *	0.018	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
แรงจูงใจด้านอารมณ์			
1. ท่านซื้อเพราะต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน	0.294 **	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ
2. ท่านซื้อเพราะเห็นคนอื่นๆ ซื้อกัน	0.227 **	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ
3. ท่านซื้อเพราะคนสนิทหรือคนที่นับถือซื้อ หรือแนะนำให้ซื้อ	0.258 **	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ
4. ท่านซื้อเพราะอยากถูกรางวัลเหมือนคนอื่นๆ	0.271 **	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ
แรงจูงใจด้านอารมณ์โดยรวม	0.333 **	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ

ตาราง 15 (ต่อ)

ปัจจัยแรงจูงใจ	ความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล		
	r	Sig (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์
ปัจจัยแรงจูงใจโดยรวม	0.287**	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.287 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยแรงจูงใจโดยรวมมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น สามารถวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแต่ละด้าน ได้ดังนี้

แรงจูงใจด้านเหตุผล

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านเหตุผลโดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านเหตุผลโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.118 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยแรงจูงใจด้านเหตุผลโดยรวมมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.655 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านเหตุผล ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ท่านได้เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยพัฒนาสังคมจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.339 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านเหตุผล ได้แก่ ท่านได้เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยพัฒนาสังคมจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. สลากกินแบ่งรัฐบาลมีการออกรางวัลที่โปร่งใสและยุติธรรม พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.026 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านเหตุผล ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลมีการออกรางวัลที่โปร่งใสและยุติธรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.112 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยแรงจูงใจด้านเหตุผล ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลมีการออกรางวัลที่โปร่งใสและยุติธรรมมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความถี่ในการซื้อเพิ่มมากขึ้น

4. สลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวกกว่าการซื้อสลากหรือการเสี่ยงโชคชนิดอื่นๆ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านเหตุผล ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวกกว่าการซื้อสลากหรือการเสี่ยงโชคชนิดอื่นๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.160 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยแรงจูงใจด้านเหตุผล ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวกกว่าการซื้อสลากหรือการเสี่ยงโชคชนิดอื่นๆมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความถี่ในการซื้อเพิ่มมากขึ้น

แรงจูงใจด้านอารมณ์

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านอารมณ์ โดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ

การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.271 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยแรงจูงใจด้านอารมณ์ ได้แก่ ท่านซื้อเพราะอยากถูกรางวัลเหมือนคนอื่น ๆ มากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย แรงจูงใจด้านเหตุผล และแรงจูงใจด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย แรงจูงใจด้านเหตุผล และแรงจูงใจด้านอารมณ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ

H_1 : ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย แรงจูงใจด้านเหตุผล และแรงจูงใจด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ Sig (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 16 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ

ปัจจัยแรงจูงใจ	จำนวนเงินในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล		
	r	Sig (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์
แรงจูงใจด้านเหตุผล			
1. สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย	-0.046	0.358	ไม่มีความสัมพันธ์
2. ท่านได้เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาสังคมจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	0.043	0.393	ไม่มีความสัมพันธ์
3. สลากกินแบ่งรัฐบาลมีการออกรางวัลที่โปร่งใสและยุติธรรม	-0.026	0.598	ไม่มีความสัมพันธ์
4. สลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวกกว่าการซื้อสลากหรือการเสี่ยงโชคชนิดอื่นๆ	0.055	0.271	ไม่มีความสัมพันธ์
แรงจูงใจด้านเหตุผลโดยรวม	0.010	0.838	ไม่มีความสัมพันธ์
แรงจูงใจด้านอารมณ์			
1. ท่านซื้อเพราะต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน	0.008	0.866	ไม่มีความสัมพันธ์
2. ท่านซื้อเพราะเห็นคนอื่น ๆ ซื้อ	-0.031	0.536	ไม่มีความสัมพันธ์
3. ท่านซื้อเพราะคนสนิทหรือคนที่นับถือซื้อ หรือแนะนำให้ซื้อ	-0.023	0.642	ไม่มีความสัมพันธ์
4. ท่านซื้อเพราะอยากถูกรางวัลเหมือนคนอื่น ๆ	0.018	0.715	ไม่มีความสัมพันธ์
แรงจูงใจด้านอารมณ์โดยรวม	-0.007	0.890	ไม่มีความสัมพันธ์
ปัจจัยแรงจูงใจโดยรวม	0.001	0.989	ไม่มีความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.989 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแต่ละด้านได้ดังนี้

แรงจูงใจด้านเหตุผล

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านเหตุผล โดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.838 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านเหตุผลโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

1. สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.358 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านเหตุผล ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ท่านได้เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยพัฒนาสังคมจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.393 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านเหตุผล ได้แก่ ท่านได้เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยพัฒนาสังคมจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. สลากกินแบ่งรัฐบาลมีการออกรางวัลที่โปร่งใสและยุติธรรม พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.598 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านเหตุผล ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลมีการออกรางวัลที่โปร่งใสและยุติธรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. สลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวกกว่าการซื้อสลากหรือการเสี่ยงโชคชนิดอื่นๆ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.271 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านเหตุผล ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวกกว่าการซื้อสลากหรือการเสี่ยงโชคชนิดอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แรงจูงใจด้านอารมณ์

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านอารมณ์ โดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson

Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.890 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านอารมณ์โดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ท่านซื้อเพราะต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.866 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านอารมณ์ ได้แก่ ท่านซื้อเพราะต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ท่านซื้อเพราะเห็นคนอื่น ๆ ซื้อกัน พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.536 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านอารมณ์ ได้แก่ ท่านซื้อเพราะเห็นคนอื่น ๆ ซื้อกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ท่านซื้อเพราะคนสนิทหรือคนที่นับถือซื้อ หรือแนะนำให้ซื้อ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.642 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านอารมณ์ ได้แก่ ท่านซื้อเพราะคนสนิทหรือคนที่นับถือซื้อ หรือแนะนำให้ซื้อ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ท่านซื้อเพราะอยากถูกรางวัลเหมือนคนอื่น ๆ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.715 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านอารมณ์ ได้แก่ ท่านซื้อเพราะอยากถูกรางวัลเหมือนคนอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ ด้านความคิดเห็น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย ด้านปริมาณการซื้อ ความถี่ในการซื้อ และจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งโดยประมาณ โดยสามารถจำแนกออกเป็นสมมติฐานย่อยได้ 3 สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 2.1 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ไม่มีความสัมพันธ์กับกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ

H_1 : ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ Sig (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 17 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต	ปริมาณการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล		
	r	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านกิจกรรม			
1. ท่านมักจะเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อการเสี่ยงโชค เช่น จากเกจิอาจารย์ต่างๆให้เลข เป็นต้น	0.040	0.422	ไม่มีความสัมพันธ์
2. ท่านมักจะร่วมกิจกรรมการเสี่ยงโชครูปแบบอื่นๆอยู่เสมอ	0.023	0.648	ไม่มีความสัมพันธ์
3. ท่านมักจะตามหาเลขเด็ดตามคำบอกเล่าของบุคคลอื่น	0.060	0.235	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านกิจกรรมโดยรวม	0.047	0.350	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านความสนใจ			
1. ท่านมีความสนใจเกี่ยวกับการทำนายเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากความฝัน หรือวิธีอื่นๆ	0.031	0.532	ไม่มีความสัมพันธ์
2. ท่านสนใจติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง	-0.015	0.770	ไม่มีความสัมพันธ์
3. ท่านมีความสนใจ แลกเปลี่ยนข้อมูล หรือค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคกับคนรอบข้าง	0.072	0.149	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านความสนใจโดยรวม	0.032	0.518	ไม่มีความสัมพันธ์

ตาราง 17 (ต่อ)

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต	ปริมาณการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล		
	r	Sig (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์
ด้านความคิดเห็น			
1. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นสินค้าที่มีราคาคุ้มค่ากับการตัดสินใจซื้อ	0.018	0.722	ไม่มีความสัมพันธ์
2. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถช่วยพัฒนาสังคมได้	0.068	0.172	ไม่มีความสัมพันธ์
3. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล หาซื้อได้ง่าย เหมาะกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของท่าน	0.162**	0.001	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
4. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล ถือเป็นการมอมเมาประชาชน	0.022	0.667	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านความคิดเห็นโดยรวม	0.109*	0.030	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม	0.137**	0.006	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.137 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านปริมาณการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น สามารถวิเคราะห์ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตแต่ละด้าน ได้ดังนี้

ด้านกิจกรรม

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมโดยรวม กับ พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.350 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ท่านมักจะเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อการเสี่ยงโชค เช่น จากเกจิอาจารย์ดัง ๆ ให้เลข เป็นต้น พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.422 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ได้แก่ ท่านมักจะเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อการเสี่ยงโชค เช่น จากเกจิอาจารย์ดัง ๆ ให้เลข เป็นต้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ท่านมักจะร่วมกิจกรรมการเสี่ยงโชครูปแบบอื่น ๆ อยู่เสมอ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.648 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ได้แก่ ท่านมักจะร่วมกิจกรรมการเสี่ยงโชครูปแบบอื่น ๆ อยู่เสมอ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ท่านมักจะตามหาเลขเด็ดตามคำบอกเล่าของบุคคลอื่น พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.235 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ได้แก่ ท่านมักจะตามหาเลขเด็ดตามคำบอกเล่าของบุคคลอื่น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความสนใจ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจโดยรวม กับ พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.192 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบ

แบบสอบถามมีความถี่ด้านปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจโดยรวมมากขึ้น จะมีพฤติกรรม การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านปริมาณการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ท่านมีความสนใจเกี่ยวกับการทำนายเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากความฝัน หรือวิธีอื่นๆ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ได้แก่ ท่านมีความสนใจเกี่ยวกับการทำนายเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากความฝัน หรือวิธีอื่นๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.187 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ด้านปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ได้แก่ ท่านมีความสนใจเกี่ยวกับการทำนายเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากความฝัน หรือวิธีอื่นๆมากขึ้น จะมีพฤติกรรม การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านปริมาณการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น

2. ท่านสนใจติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ได้แก่ ท่านสนใจติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.192 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ด้านปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ได้แก่ ท่านสนใจติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องมากขึ้น จะมีพฤติกรรม การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านปริมาณการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น

3. ท่านมีความสนใจ แลกเปลี่ยนข้อมูล หรือค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคกับคนรอบข้าง พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ได้แก่ ท่านมีความสนใจ แลกเปลี่ยนข้อมูล หรือค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคกับคนรอบข้าง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.147 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ด้านปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ได้แก่ ท่านมีความสนใจ แลกเปลี่ยนข้อมูล หรือค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคกับคนรอบข้างมากขึ้น จะมีพฤติกรรม การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านปริมาณการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น

ด้านความคิดเห็น

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นโดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.030 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.109 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นโดยรวมมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านปริมาณการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นสินค้าที่มีราคาคุ้มค่ากับการตัดสินใจซื้อ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.722 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ได้แก่ ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นสินค้าที่มีราคาคุ้มค่ากับการตัดสินใจซื้อ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถช่วยพัฒนาสังคมได้ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.172 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ได้แก่ ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถช่วยพัฒนาสังคมได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล หาซื้อได้ง่าย เหมาะกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของท่าน พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ได้แก่ ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล หาซื้อได้ง่าย เหมาะกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของท่าน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.162 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ได้แก่ ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล หาซื้อได้ง่าย เหมาะกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของท่านมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านปริมาณการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น

4. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล ถือเป็นการมอมเมาประชาชน พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.667 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1)

หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ได้แก่ ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล ถือเป็นการมอมเมาประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2.2 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ไม่มีความสัมพันธ์กับกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ

H_1 : ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ Sig (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 18 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต	ความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล		
	r	Sig (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์
ด้านกิจกรรม			
1. ท่านมักจะเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อการเสี่ยงโชค เช่น จากเกจิอาจารย์ดังๆ ให้เลข เป็นต้น	0.21	0.679	ไม่มีความสัมพันธ์
2. ท่านมักจะร่วมกิจกรรมการเสี่ยงโชครูปแบบอื่นๆ อยู่เสมอ	0.176 **	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
3. ท่านมักจะตามหาเลขเด็ดตามคำบอกเล่าของบุคคลอื่น	-0.005	0.920	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านกิจกรรมโดยรวม	0.071	0.155	ไม่มีความสัมพันธ์

ตาราง 18 (ต่อ)

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต	ความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล		
	r	Sig (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์
ด้านความสนใจ			
1. ท่านมีความสนใจเกี่ยวกับการทำนายเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากความฝัน หรือวิธีอื่นๆ	0.031	0.532	ไม่มีความสัมพันธ์
2. ท่านสนใจติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง	-0.015	0.770	ไม่มีความสัมพันธ์
3. ท่านมีความสนใจ แลกเปลี่ยนข้อมูล หรือค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคกับคนรอบข้าง	0.072	0.149	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านความสนใจโดยรวม	0.032	0.518	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านความคิดเห็น			
1. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นสินค้าที่มีราคาคู่ค้ำกับการตัดสินใจซื้อ	0.082	0.100	ไม่มีความสัมพันธ์
2. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถช่วยพัฒนาสังคมได้	0.082	0.100	ไม่มีความสัมพันธ์
3. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล หาซื้อได้ง่าย เหมาะกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของท่าน	0.180 **	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
4. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล ถือเป็นการมอมเมาประชาชน	-0.041	0.412	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านความคิดเห็นโดยรวม	0.121 *	0.016	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม	0.088	0.078	ไม่มีความสัมพันธ์

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.078 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถวิเคราะห์ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตแต่ละด้าน ได้ดังนี้

ด้านกิจกรรม

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมโดยรวม กับ พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.155 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ท่านมักจะเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อการเสี่ยงโชค เช่น จากเกจิอาจารย์ดัง ๆ ให้เลข เป็นต้น พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.679 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ได้แก่ ท่านมักจะเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อการเสี่ยงโชค เช่น จากเกจิอาจารย์ดัง ๆ ให้เลข เป็นต้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ท่านมักจะร่วมกิจกรรมการเสี่ยงโชครูปแบบอื่น ๆ อยู่เสมอ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ได้แก่ ท่านมักจะร่วมกิจกรรมการเสี่ยงโชครูปแบบอื่น ๆ อยู่เสมอ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.176 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ด้านปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ได้แก่ ท่านมักจะร่วมกิจกรรมการเสี่ยงโชครูปแบบอื่น ๆ อยู่เสมอมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น

3. ท่านมักจะตามหาเลขเด็ดตามคำบอกเล่าของบุคคลอื่น พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.920 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ได้แก่ ท่านมักจะตามหาเลขเด็ดตามคำบอกเล่าของบุคคลอื่น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความสนใจ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจโดยรวม กับ พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.518 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการ

ดำเนินชีวิต ด้านความสนใจโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ท่านมีความสนใจเกี่ยวกับการทำนายเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากความฝัน หรือวิธีอื่นๆ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.532 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ ได้แก่ ท่านมีความสนใจเกี่ยวกับการทำนายเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากความฝัน หรือวิธีอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ท่านสนใจติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.770 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ ได้แก่ ท่านสนใจติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ท่านมีความสนใจ แลกเปลี่ยนข้อมูล หรือค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคกับคนรอบข้าง พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.149 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ ได้แก่ ท่านมีความสนใจ แลกเปลี่ยนข้อมูล หรือค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคกับคนรอบข้าง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความคิดเห็น

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นโดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.121 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นโดยรวมมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นสินค้าที่มีราคาคู่มากับการตัดสินใจซื้อ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.100 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ได้แก่ ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นสินค้าที่มีราคาคู่มากับการตัดสินใจซื้อ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถช่วยพัฒนาสังคมได้ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.100 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ได้แก่ ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถช่วยพัฒนาสังคมได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล หาซื้อได้ง่าย เหมาะกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของท่าน พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ได้แก่ ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล หาซื้อได้ง่าย เหมาะกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของท่าน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.180 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ได้แก่ ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล หาซื้อได้ง่าย เหมาะกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของท่านมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น

4. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล ถือเป็นการมอมเมาประชาชน พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.412 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ได้แก่ ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล ถือเป็นการมอมเมาประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2.3 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ

H_1 : ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ Sig (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 19 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต	จำนวนเงินในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล		
	r	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านกิจกรรม			
1. ท่านมักจะเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อการเสี่ยงโชค เช่น จากเกจิอาจารย์ดังๆ ให้เลข เป็นต้น	0.044	0.377	ไม่มีความสัมพันธ์
2. ท่านมักจะร่วมกิจกรรมการเสี่ยงโชครูปแบบอื่นๆ อยู่เสมอ	0.014	0.776	ไม่มีความสัมพันธ์
3. ท่านมักจะตามหาเลขเด็ดตามคำบอกเล่าของบุคคลอื่น	0.038	0.443	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านกิจกรรมโดยรวม	0.037	0.456	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านความสนใจ			
1. ท่านมีความสนใจเกี่ยวกับการทำนายเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากความฝัน หรือวิธีอื่นๆ	0.145**	0.004	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
2. ท่านสนใจติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง	0.172**	0.001	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
3. ท่านมีความสนใจ แลกเปลี่ยนข้อมูล หรือค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคกับคนรอบข้าง	0.147**	0.003	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ด้านความสนใจโดยรวม	0.168**	0.001	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ด้านความคิดเห็น			
1. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นสินค้าที่มีราคาคุ้มค่ากับการตัดสินใจซื้อ	0.012	0.808	ไม่มีความสัมพันธ์

ตาราง 19 (ต่อ)

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต	จำนวนเงินในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล		
	r	Sig (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์
ด้านความคิดเห็น (ต่อ)			
2. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถช่วยพัฒนาสังคมได้	0.005	0.919	ไม่มีความสัมพันธ์
3. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล หาซื้อได้ง่าย เหมาะกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของท่าน	0.128 *	0.010	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
4. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล ถือเป็นการมอมเมาประชาชน	0.042	0.405	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านความคิดเห็นโดยรวม	0.079	0.114	ไม่มีความสัมพันธ์
ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม	0.113 *	0.024	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.024 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.113 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านจำนวนเงินในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น สามารถวิเคราะห์ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตแต่ละด้าน ได้ดังนี้

ด้านกิจกรรม

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมโดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product

Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.456 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ท่านมักจะเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อการเสี่ยงโชค เช่น จากเกจิอาจารย์ดังๆ ให้เลข เป็นต้น พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.377 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ได้แก่ ท่านมักจะเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อการเสี่ยงโชค เช่น จากเกจิอาจารย์ดังๆ ให้เลข เป็นต้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ท่านมักจะร่วมกิจกรรมการเสี่ยงโชครูปแบบอื่น ๆ อยู่เสมอ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.776 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ได้แก่ ท่านมักจะร่วมกิจกรรมการเสี่ยงโชครูปแบบอื่น ๆ อยู่เสมอ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ท่านมักจะตามหาเลขเด็ดตามคำบอกเล่าของบุคคลอื่น พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.443 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ได้แก่ ท่านมักจะตามหาเลขเด็ดตามคำบอกเล่าของบุคคลอื่น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความสนใจ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจโดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.168 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ด้านปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจโดยรวมมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านจำนวนเงินในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ท่านมีความสนใจเกี่ยวกับการทำนายเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากความฝัน หรือวิธีอื่นๆ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ได้แก่ ท่านมีความสนใจเกี่ยวกับการทำนายเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากความฝัน หรือวิธีอื่นๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.145 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ด้านปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ได้แก่ ท่านมีความสนใจเกี่ยวกับการทำนายเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากความฝัน หรือวิธีอื่นๆ มากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านจำนวนเงินในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น

2. ท่านสนใจติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ได้แก่ ท่านสนใจติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.172 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ด้านปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ได้แก่ ท่านสนใจติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านจำนวนเงินในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น

3. ท่านมีความสนใจ แลกเปลี่ยนข้อมูล หรือค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคกับคนรอบข้าง พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ได้แก่ ท่านมีความสนใจ แลกเปลี่ยนข้อมูล หรือค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคกับคนรอบข้าง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.147 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ด้านปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ได้แก่ ท่านมีความสนใจ แลกเปลี่ยนข้อมูล หรือค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคกับคนรอบข้างมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านจำนวนเงินในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น

ด้านความคิดเห็น

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นโดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product

Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.114 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นสินค้าที่มีราคาคู่ค้ำกับการตัดสินใจซื้อ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.808 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ได้แก่ ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นสินค้าที่มีราคาคู่ค้ำกับการตัดสินใจซื้อ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถช่วยพัฒนาสังคมได้ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.919 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ได้แก่ ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถช่วยพัฒนาสังคมได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล หาซื้อได้ง่าย เหมาะกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของท่าน พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ได้แก่ ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล หาซื้อได้ง่าย เหมาะกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของท่าน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.128 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ได้แก่ ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล หาซื้อได้ง่าย เหมาะกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของท่านมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านจำนวนเงินในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น

4. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล ถือเป็นการมอมเมาประชาชน พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.405 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ได้แก่ ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล ถือเป็นการมอมเมาประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย ด้านประโยชน์ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านความรู้สึกชอบ และด้านความตั้งใจในการซื้อ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ของพนักงานโรงงาน

อุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย ด้านปริมาณการซื้อ ความถี่ในการซื้อ และ จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งโดยประมาณ โดยสามารถจำแนกออกเป็นสมมติฐานย่อยได้ 3 สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 3.1 ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ

H_1 : ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ Sig (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 20 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ

ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล	ปริมาณการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล		
	r	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านประโยชน์			
1. เงินที่ได้จากการขายสลากกินแบ่งรัฐบาล สามารถช่วยในการพัฒนาสังคม	0.054	0.281	ไม่มีความสัมพันธ์
2. สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้รัฐบาลมีรายได้เพิ่มขึ้น	0.039	0.433	ไม่มีความสัมพันธ์
3. สลากกินแบ่งรัฐบาลมีผลดีมากกว่าผลเสีย	-0.017	0.736	ไม่มีความสัมพันธ์
4. สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น	-0.023	0.648	ไม่มีความสัมพันธ์
5. สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เงินนอกกระบบเศรษฐกิจกลับเข้ามาสู่ระบบเพื่อเป็นการพัฒนาประเทศ	0.027	0.595	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านประโยชน์โดยรวม	0.025	0.616	ไม่มี ความสัมพันธ์

ตาราง 20 (ต่อ)

ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล	ปริมาณการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล		
	r	Sig (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์
ด้านข้อมูลข่าวสาร			
1. ท่านพอใจกับการให้ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล	-0.66	0.185	ไม่มีความสัมพันธ์
2. ข่าวเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล ทำให้เกิดผลดีต่อการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล เช่น ภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ	-0.056	0.265	ไม่มีความสัมพันธ์
3. การให้ข่าวทางสื่อต่าง ๆ ทำให้สลากกินแบ่งรัฐบาลมีความน่าเชื่อถือ	-0.072	0.150	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านข้อมูลข่าวสารโดยรวม	-0.071	0.155	ไม่มี ความสัมพันธ์
ด้านความรู้สึกชอบ			
1. สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย	-0.046	0.362	ไม่มีความสัมพันธ์
2. สลากกินแบ่งรัฐบาลน่าสนใจกว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่นๆ	-0.080	0.110	ไม่มีความสัมพันธ์
3. สลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถจูงใจท่านให้สนใจมากกว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่น ๆ	-0.059	0.240	ไม่มีความสัมพันธ์
4. สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้คนชอบการเสี่ยงโชคมากขึ้น	-0.032	0.525	ไม่มีความสัมพันธ์
5. ท่านสนับสนุนสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะได้ช่วยสังคม	-0.048	0.339	ไม่มีความสัมพันธ์
6. ท่านชอบซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะมีให้เลือกหลากหลาย	-0.020	0.685	ไม่มีความสัมพันธ์
7. สลากกินแบ่งรัฐบาลมีความน่าเชื่อถือในการรับประกันและคุ้มครองสิทธิตามกฎหมาย	0.018	0.714	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านความรู้สึกชอบโดยรวม	-0.052	0.298	ไม่มี ความสัมพันธ์
ด้านความตั้งใจในการซื้อ			
1. การมีโอกาสถูกรางวัลที่เหมาะสม ทำให้ท่านต้องการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	0.079	0.114	ไม่มีความสัมพันธ์
2. ท่านอยากซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะเงินรางวัลที่ยุติธรรม	0.059	0.241	ไม่มีความสัมพันธ์
3. ท่านยินดีที่จะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะมีส่วนในการช่วยพัฒนาสังคม	-0.004	0.934	ไม่มีความสัมพันธ์

ตาราง 20 (ต่อ)

ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล	ปริมาณการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล		
	r	Sig (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์
ด้านความตั้งใจในการซื้อ (ต่อ)			
4. ความตื่นตัวจากการเสี่ยงโชค ทำให้ท่านอยากมีส่วนร่วมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	0.020	0.684	ไม่มีความสัมพันธ์
5. คนรอบข้างซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อของท่าน	-0.061	0.224	ไม่มีความสัมพันธ์
6. ความสะดวกรวดเร็วในการตรวจรางวัลและรับเงินรางวัล ทำให้ท่านตั้งใจจะซื้อ	-0.027	0.590	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านความตั้งใจในการซื้อโดยรวม	0.016	0.757	ไม่มี ความสัมพันธ์
ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยรวม	-0.023	0.645	ไม่มี ความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.645 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถวิเคราะห์ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลแต่ละด้าน ได้ดังนี้

ด้านประโยชน์

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์โดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.616 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์โดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลาก

กินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. เงินที่ได้จากการขายสลากกินแบ่งรัฐบาล สามารถช่วยในการพัฒนาสังคม พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.281 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์ ได้แก่ เงินที่ได้จากการขายสลากกินแบ่งรัฐบาล สามารถช่วยในการพัฒนาสังคม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้รัฐบาลมีรายได้เพิ่มขึ้น พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.433 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์ ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้รัฐบาลมีรายได้เพิ่มขึ้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. สลากกินแบ่งรัฐบาลมีผลดีมากกว่าผลเสีย พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.736 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์ ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลมีผลดีมากกว่าผลเสีย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.648 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์ ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เงินนอกระบบเศรษฐกิจกลับเข้ามาสู่ระบบเพื่อเป็นการพัฒนาประเทศ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.595 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์ ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เงินนอกระบบเศรษฐกิจกลับเข้ามาสู่ระบบเพื่อเป็นการพัฒนาประเทศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านข้อมูลข่าวสาร

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านข้อมูลข่าวสาร โดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.155 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า

ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านข้อมูลข่าวสารโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ท่านพอใจกับการให้ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.185 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ ท่านพอใจกับการให้ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ข่าวเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล ทำให้เกิดผลดีต่อการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล เช่น ภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.265 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ ข่าวเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล ทำให้เกิดผลดีต่อการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล เช่น ภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. การให้ข่าวทางสื่อต่าง ๆ ทำให้สลากกินแบ่งรัฐบาลมีความน่าเชื่อถือ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.150 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ การให้ข่าวทางสื่อต่าง ๆ ทำให้สลากกินแบ่งรัฐบาลมีความน่าเชื่อถือ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความรู้สึกรับชอบ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกรับชอบโดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.298 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกรับชอบโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.362 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกรับชอบ ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูก

ด้านความตั้งใจในการซื้อ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความตั้งใจในการซื้อโดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.757 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความตั้งใจในการซื้อโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. การมีโอกาสถูกรางวัลที่เหมาะสม ทำให้ท่านต้องการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.114 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความตั้งใจในการซื้อ ได้แก่ การมีโอกาสถูกรางวัลที่เหมาะสม ทำให้ท่านต้องการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ท่านอยากซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพราะเงินรางวัลที่ยุติธรรม พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.241 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความตั้งใจในการซื้อ ได้แก่ ท่านอยากซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพราะเงินรางวัลที่ยุติธรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ท่านยินดีที่จะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพราะมีส่วนในการช่วยพัฒนาสังคม พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.934 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความตั้งใจในการซื้อ ได้แก่ ท่านยินดีที่จะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะมีส่วนในการช่วยพัฒนาสังคม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ความตื่นตัวจากการเสี่ยงโชค ทำให้ท่านอยากมีส่วนร่วมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.684 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความตั้งใจในการซื้อ ได้แก่ ความตื่นตัวจากการเสี่ยงโชค ทำให้ท่านอยากมีส่วนร่วมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. คนรอบข้างซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อของท่าน พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.224 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความตั้งใจในการซื้อ ได้แก่ คนรอบข้างซื้อสลาก

กินแบ่งรัฐบาล มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อของท่าน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ความสะดวกรวดเร็วในการตรวจรางวัลและรับเงินรางวัล ทำให้ท่านตั้งใจจะซื้อ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.590 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความตั้งใจในการซื้อ ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการตรวจรางวัลและรับเงินรางวัล ทำให้ท่านตั้งใจจะซื้อ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3.2 ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ

H_1 : ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ Sig (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 21 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ

ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล	ความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล		
	r	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านประโยชน์			
1. เงินที่ได้จากการขายสลากกินแบ่งรัฐบาล สามารถช่วยในการพัฒนาสังคม	0.007	0.888	ไม่มีความสัมพันธ์

ตาราง 21 (ต่อ)

ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล	ความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล		
	r	Sig (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์
ด้านประโยชน์ (ต่อ)			
2. สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้รัฐบาลมีรายได้เพิ่มขึ้น	-0.018	0.716	ไม่มีความสัมพันธ์
3. สลากกินแบ่งรัฐบาลมีผลดีมากกว่าผลเสีย	0.023	0.648	ไม่มีความสัมพันธ์
4. สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น	0.069	0.055	ไม่มีความสัมพันธ์
5. สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เงินนอกงบประมาณเศรษฐกิจ กลับเข้ามาสู่ระบบเพื่อเป็นการพัฒนาประเทศ	0.033	0.511	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านประโยชน์โดยรวม	0.036	0.470	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านข้อมูลข่าวสาร			
1. ท่านพอใจกับการให้ข้อมูลข่าวสารของสำนักงาน สลากกินแบ่งรัฐบาลเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล	0.091	0.068	ไม่มีความสัมพันธ์
2. ข่าวเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล ทำให้เกิดผลดี ต่อการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล เช่น ภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ	0.035	0.482	ไม่มีความสัมพันธ์
3. การให้ข่าวทางสื่อต่าง ๆ ทำให้สลากกินแบ่ง รัฐบาลมีความน่าเชื่อถือ	0.053	0.293	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านข้อมูลข่าวสารโดยรวม	0.066	0.186	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านความรู้สึกรับชอบ			
1. สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูก กฎหมาย	0.163 **	0.001	มีความสัมพันธ์ใน ระดับต่ำ
2. สลากกินแบ่งรัฐบาลน่าสนใจกว่าการเสี่ยงโชคชนิด อื่นๆ	0.069	0.167	ไม่มีความสัมพันธ์
3. สลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถจูงใจท่านให้สนใจ มากกว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่น ๆ	0.124 *	0.013	มีความสัมพันธ์ใน ระดับต่ำ
4. สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้คนชอบการเสี่ยงโชค มากขึ้น	-0.003	0.945	ไม่มีความสัมพันธ์
5. ท่านสนับสนุนสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะได้ช่วย สังคม	0.096	0.054	ไม่มีความสัมพันธ์
6. ท่านชอบซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะมีเลขให้ เลือกหลากหลาย	0.130 **	0.009	มีความสัมพันธ์ใน ระดับต่ำ
7. สลากกินแบ่งรัฐบาลมีความน่าเชื่อถือในการ รับประกันและคุ้มครองสิทธิตามกฎหมาย	0.225 **	0.000	มีความสัมพันธ์ใน ระดับค่อนข้างต่ำ

ตาราง 21 (ต่อ)

ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล	ความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล		
	r	Sig (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์
ด้านความรู้สึกชอบโดยรวม	0.166**	0.001	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ด้านความตั้งใจในการซื้อ			
1. การมีโอกาสดูรางวัลที่เหมาะสม ทำให้ท่านต้องการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	0.125*	0.012	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
2. ท่านอยากซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะเงินรางวัลที่ยุติธรรม	0.102*	0.041	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
3. ท่านยินดีที่จะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะมีส่วนในการช่วยพัฒนาสังคม	0.066	0.185	ไม่มีความสัมพันธ์
4. ความตื่นตัวจากการเสี่ยงโชค ทำให้ท่านอยากมีส่วนร่วมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	0.009	0.862	ไม่มีความสัมพันธ์
5. คนรอบข้างซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อของท่าน	0.192**	0.000	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
6. ความสะดวกรวดเร็วในการตรวจรางวัลและรับเงินรางวัล ทำให้ท่านตั้งใจจะซื้อ	0.148**	0.003	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ด้านความตั้งใจในการซื้อโดยรวม	0.140**	0.005	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยรวม	0.143**	0.004	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.143 แสดงว่า ตัวแปรทั้ง

สองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยรวมมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น สามารถวิเคราะห์ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลแต่ละด้าน ได้ดังนี้

ด้านประโยชน์

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์ โดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.470 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์โดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. เงินที่ได้จากการขายสลากกินแบ่งรัฐบาล สามารถช่วยในการพัฒนาสังคม พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.888 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์ ได้แก่ เงินที่ได้จากการขายสลากกินแบ่งรัฐบาล สามารถช่วยในการพัฒนาสังคม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้รัฐบาลมีรายได้เพิ่มขึ้น พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.716 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์ ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้รัฐบาลมีรายได้เพิ่มขึ้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. สลากกินแบ่งรัฐบาลมีผลดีมากกว่าผลเสีย พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.648 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์ ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลมีผลดีมากกว่าผลเสีย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.055 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์ ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เงินนอกระบบเศรษฐกิจกลับเข้ามาสู่ระบบเพื่อเป็นการพัฒนาประเทศ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.511 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์ ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เงินนอกระบบเศรษฐกิจกลับเข้ามาสู่ระบบเพื่อเป็นการพัฒนาประเทศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ ในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านข้อมูลข่าวสาร

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านข้อมูลข่าวสาร โดยรวม กับพฤติกรรม การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ ในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ โดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.186 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านข้อมูลข่าวสาร โดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ ในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ท่านพอใจกับการให้ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.068 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ ท่านพอใจกับการให้ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ ในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ข่าวเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล ทำให้เกิดผลดีต่อการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล เช่น ภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.482 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ ข่าวเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล ทำให้เกิดผลดีต่อการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล เช่น ภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ ในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. การให้ข่าวทางสื่อต่าง ๆ ทำให้สลากกินแบ่งรัฐบาลมีความน่าเชื่อถือ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.293 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ การให้ข่าวทางสื่อต่าง ๆ ทำให้สลากกินแบ่งรัฐบาลมีความน่าเชื่อถือ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ ในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความรู้สึกชอบ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกชอบโดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกชอบโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.166 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกชอบโดยรวมมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกชอบ ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.163 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกชอบ ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมายมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความถี่ในการซื้อเพิ่มมากขึ้น

2. สลากกินแบ่งรัฐบาลน่าสนใจกว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่นๆ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.167 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกชอบ ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลน่าสนใจกว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. สลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถจูงใจท่านให้สนใจมากกว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่น ๆ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกชอบ ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถจูงใจท่านให้สนใจมากกว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.124 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกชอบ ได้แก่ สลาก

กีนแบ่งรัฐบาลสามารถจูงใจท่านให้สนใจมากกว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่น ๆ มากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกีนแบ่งรัฐบาล ด้านความถี่ในการซื้อเพิ่มมากขึ้น

4. สลากกีนแบ่งรัฐบาลทำให้คนชอบการเสี่ยงโชคมากขึ้น พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.945 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกีนแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกรับชอบ ได้แก่ สลากกีนแบ่งรัฐบาลทำให้คนชอบการเสี่ยงโชคมากขึ้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกีนแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ท่านสนับสนุนสลากกีนแบ่งรัฐบาล เพราะได้ช่วยสังคม พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.054 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกีนแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกรับชอบ ได้แก่ ท่านสนับสนุนสลากกีนแบ่งรัฐบาล เพราะได้ช่วยสังคม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกีนแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ท่านชอบซื้อสลากกีนแบ่งรัฐบาล เพราะมีเลขให้เลือกหลากหลาย พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกีนแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกรับชอบ ได้แก่ ท่านชอบซื้อสลากกีนแบ่งรัฐบาล เพราะมีเลขให้เลือกหลากหลาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกีนแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.130 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยทัศนคติต่อสลากกีนแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกรับชอบ ได้แก่ ท่านชอบซื้อสลากกีนแบ่งรัฐบาล เพราะมีเลขให้เลือกหลากหลายมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกีนแบ่งรัฐบาล ด้านความถี่ในการซื้อเพิ่มมากขึ้น

7. สลากกีนแบ่งรัฐบาลมีความน่าเชื่อถือในการรับประกันและคุ้มครองสิทธิตามกฎหมาย พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกีนแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกรับชอบ ได้แก่ สลากกีนแบ่งรัฐบาลมีความน่าเชื่อถือในการรับประกันและคุ้มครองสิทธิตามกฎหมาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกีนแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.225 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยทัศนคติต่อสลากกีนแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกรับชอบ ได้แก่ สลากกีนแบ่งรัฐบาลมีความน่าเชื่อถือในการรับประกันและคุ้มครองสิทธิตามกฎหมายมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกีนแบ่งรัฐบาล ด้านความถี่ในการซื้อเพิ่มมากขึ้น

ด้านความตั้งใจในการซื้อ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ความตั้งใจในการซื้อโดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความตั้งใจในการซื้อโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.140 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ความตั้งใจในการซื้อโดยรวมมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. การมีโอกาสถูกรางวัลที่เหมาะสม ทำให้ท่านต้องการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ความตั้งใจในการซื้อ ได้แก่ การมีโอกาสถูกรางวัลที่เหมาะสม ทำให้ท่านต้องการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.125 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ความตั้งใจในการซื้อ ได้แก่ การมีโอกาสถูกรางวัลที่เหมาะสม ทำให้ท่านต้องการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความถี่ในการซื้อเพิ่มมากขึ้น

2. ท่านอยากซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะเงินรางวัลที่ยุติธรรม พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.041 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ความตั้งใจในการซื้อ ได้แก่ ท่านอยากซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะเงินรางวัลที่ยุติธรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.102 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ความตั้งใจในการซื้อ ได้แก่ ท่านอยากซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะเงินรางวัลที่ยุติธรรมมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความถี่ในการซื้อเพิ่มมากขึ้น

3. ท่านยินดีที่จะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะมีส่วนในการช่วยพัฒนาสังคม พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.185 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ความตั้งใจในการซื้อ ได้แก่ ท่านยินดีที่จะซื้อ

สลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะมีส่วนในการช่วยพัฒนาสังคม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ความตื่นตัวจากการเสี่ยงโชค ทำให้ท่านอยากมีส่วนร่วมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.862 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ความตั้งใจในการซื้อ ได้แก่ ความตื่นตัวจากการเสี่ยงโชค ทำให้ท่านอยากมีส่วนร่วมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. คนรอบข้างซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อของท่าน พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ความตั้งใจในการซื้อ ได้แก่ คนรอบข้างซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อของท่าน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.192 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ความตั้งใจในการซื้อ ได้แก่ คนรอบข้างซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อของท่านมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความถี่ในการซื้อเพิ่มมากขึ้น

6. ความสะดวกรวดเร็วในการตรวจรางวัลและรับเงินรางวัล ทำให้ท่านตั้งใจจะซื้อ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ความตั้งใจในการซื้อ ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการตรวจรางวัลและรับเงินรางวัล ทำให้ท่านตั้งใจจะซื้อ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.148 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ความตั้งใจในการซื้อ ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการตรวจรางวัลและรับเงินรางวัล ทำให้ท่านตั้งใจจะซื้อเพิ่มมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความถี่ในการซื้อเพิ่มมากขึ้น

สมมติฐานที่ 3.3 ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ไม่มีความสัมพันธ์กับกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ

H_1 : ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ Sig (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 22 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ

ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล	จำนวนเงินในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล		
	r	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านประโยชน์			
1. เงินที่ได้จากการขายสลากกินแบ่งรัฐบาล สามารถช่วยในการพัฒนาสังคม	0.043	0.390	ไม่มีความสัมพันธ์
2. สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้รัฐบาลมีรายได้เพิ่มขึ้น	0.068	0.174	ไม่มีความสัมพันธ์
3. สลากกินแบ่งรัฐบาลมีผลดีมากกว่าผลเสีย	0.036	0.479	ไม่มีความสัมพันธ์
4. สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น	0.016	0.744	ไม่มีความสัมพันธ์
5. สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เงินนอกกระบบเศรษฐกิจกลับเข้ามาสู่ระบบเพื่อเป็นการพัฒนาประเทศ	0.059	0.241	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านประโยชน์โดยรวม	0.063	0.210	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านข้อมูลข่าวสาร			
1. ท่านพอใจกับการให้ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล	-0.040	0.424	ไม่มีความสัมพันธ์
2. ข่าวเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล ทำให้เกิดผลดีต่อการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล เช่น ภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ	-0.033	0.512	ไม่มีความสัมพันธ์
3. การให้ข่าวทางสื่อต่าง ๆ ทำให้สลากกินแบ่งรัฐบาลมีความน่าเชื่อถือ	-0.053	0.292	ไม่มีความสัมพันธ์

ตาราง 22 (ต่อ)

ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล	จำนวนเงินในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล		
	r	Sig (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์
ด้านข้อมูลข่าวสารโดยรวม	-0.046	0.358	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านความรู้สึกรับชอบ			
1. สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย	-0.021	0.677	ไม่มีความสัมพันธ์
2. สลากกินแบ่งรัฐบาลน่าสนใจกว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่นๆ	-0.010	0.839	ไม่มีความสัมพันธ์
3. สลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถจูงใจท่านให้สนใจมากกว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่น ๆ	-0.013	0.800	ไม่มีความสัมพันธ์
4. สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้คนชอบการเสี่ยงโชคมากขึ้น	0.000	0.999	ไม่มีความสัมพันธ์
5. ท่านสนับสนุนสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะได้ช่วยสังคม	-0.022	0.664	ไม่มีความสัมพันธ์
6. ท่านชอบซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะมีเลขให้เลือกหลากหลาย	-0.25	0.622	ไม่มีความสัมพันธ์
7. สลากกินแบ่งรัฐบาลมีความน่าเชื่อถือในการรับประกันและคุ้มครองสิทธิตามกฎหมาย	0.015	0.764	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านความรู้สึกรับชอบโดยรวม	-0.015	0.766	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านความตั้งใจในการซื้อ			
1. การมีโอกาสดูรางวัลที่เหมาะสม ทำให้ท่านต้องการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	0.072	0.148	ไม่มีความสัมพันธ์
2. ท่านอยากซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะเงินรางวัลที่ยุติธรรม	0.066	0.185	ไม่มีความสัมพันธ์
3. ท่านยินดีที่จะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะมีส่วนในการช่วยพัฒนาสังคม	0.037	0.457	ไม่มีความสัมพันธ์
4. ความตื่นเต้นจากการเสี่ยงโชค ทำให้ท่านอยากมีส่วนร่วมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	0.059	0.242	ไม่มีความสัมพันธ์
5. คนรอบข้างซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อของท่าน	-0.056	0.263	ไม่มีความสัมพันธ์
6. ความสะดวกรวดเร็วในการตรวจรางวัลและรับเงินรางวัล ทำให้ท่านตั้งใจจะซื้อ	-0.038	0.448	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านความตั้งใจในการซื้อโดยรวม	0.030	0.546	ไม่มีความสัมพันธ์
ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยรวม	0.013	0.798	ไม่มีความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.798 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถวิเคราะห์ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลแต่ละด้านได้ดังนี้

ด้านประโยชน์

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์ โดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.210 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์โดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. เงินที่ได้จากการขายสลากกินแบ่งรัฐบาล สามารถช่วยในการพัฒนาสังคม พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.390 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์ ได้แก่ เงินที่ได้จากการขายสลากกินแบ่งรัฐบาล สามารถช่วยในการพัฒนาสังคม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้รัฐบาลมีรายได้เพิ่มขึ้น พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.174 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์ ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้รัฐบาลมีรายได้เพิ่มขึ้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. สลากกินแบ่งรัฐบาลมีผลดีมากกว่าผลเสีย พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.479 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์ ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลมีผลดีมากกว่าผลเสีย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.744 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์ ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เงินนอกระบบเศรษฐกิจกลับเข้ามาสู่ระบบเพื่อเป็นการพัฒนาประเทศ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.241 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์ ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เงินนอกระบบเศรษฐกิจกลับเข้ามาสู่ระบบเพื่อเป็นการพัฒนาประเทศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านข้อมูลข่าวสาร

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านข้อมูลข่าวสาร โดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.358 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านข้อมูลข่าวสารโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. ท่านพอใจกับการให้ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.424 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ ท่านพอใจกับการให้ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ข่าวเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล ทำให้เกิดผลดีต่อการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล เช่น ภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.512 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ ข่าวเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล ทำให้เกิดผลดีต่อการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล เช่น ภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. การให้ข่าวทางสื่อต่าง ๆ ทำให้สลากกินแบ่งรัฐบาลมีความน่าเชื่อถือ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.292 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1)

หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ การให้ข่าวทางสื่อต่าง ๆ ทำให้สลากกินแบ่งรัฐบาลมีความน่าเชื่อถือ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความรู้สึกชอบ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกชอบ โดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.766 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกชอบโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

1. สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.677 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกชอบ ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. สลากกินแบ่งรัฐบาลน่าสนใจกว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่น ๆ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.839 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกชอบ ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลน่าสนใจกว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. สลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถจูงใจท่านให้สนใจมากกว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่น ๆ พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.800 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกชอบ ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถจูงใจท่านให้สนใจมากกว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้คนชอบการเสี่ยงโชคมากขึ้น พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.999 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกชอบ ได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้คนชอบการเสี่ยงโชคมากขึ้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงาน

อุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ท่านสนับสนุนสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะได้ช่วยสังคม พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.664 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกรับได้แก่ ท่านสนับสนุนสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะได้ช่วยสังคม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ท่านชอบซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะมีเลขให้เลือกหลากหลาย พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.622 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกรับได้แก่ ท่านชอบซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะมีเลขให้เลือกหลากหลาย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. สลากกินแบ่งรัฐบาลมีความน่าเชื่อถือในการรับประกันและคุ้มครองสิทธิตามกฎหมาย พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.764 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความรู้สึกรับได้แก่ สลากกินแบ่งรัฐบาลมีความน่าเชื่อถือในการรับประกันและคุ้มครองสิทธิตามกฎหมาย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความตั้งใจในการซื้อ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความตั้งใจในการซื้อโดยรวม กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง จำนวนเงินในการซื้อโดยรวม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.546 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความตั้งใจในการซื้อโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง จำนวนเงินในการซื้อโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

1. การมีโอกาสถูกรางวัลที่เหมาะสม ทำให้ท่านต้องการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่า ค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.148 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความตั้งใจในการซื้อ ได้แก่ การมีโอกาสถูกรางวัลที่เหมาะสม ทำให้ท่านต้องการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลาก

ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการใช้จ่าย ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

H_1 : พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการใช้จ่าย ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ Sig (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 23 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล กับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านการใช้จ่าย

พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่ง รัฐบาล	ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการใช้จ่ายโดยรวม		
	r	Sig (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์
ปริมาณการซื้อ	0.058	0.248	ไม่มีความสัมพันธ์
ความถี่ในการซื้อ	-0.124 *	0.013	มีความสัมพันธ์ใน ระดับต่ำ
จำนวนเงินในการซื้อ	0.094	0.060	ไม่มีความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล กับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการใช้จ่าย ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ พบว่าค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.248 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านปริมาณการซื้อ ไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการใช้จ่าย ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความถี่ในการซื้อ พบว่าค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความถี่ในการซื้อ มีความสัมพันธ์กับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการใช้จ่าย ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -0.124 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการใช้จ่าย ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยองเพิ่มมากขึ้น จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความถี่ในการซื้อลดลง

จำนวนเงินในการซื้อ พบว่าค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.060 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านจำนวนเงินในการซื้อ ไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการใช้จ่าย ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 24 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 1

ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อ สลากกินแบ่งรัฐบาล	พฤติกรรมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล		
	ด้านปริมาณการซื้อ	ความถี่ในการซื้อ	จำนวนเงินในการซื้อ
ด้านเหตุผล	×	✓	×
ด้านอารมณ์	×	✓	×
ปัจจัยแรงจูงใจรวม	×	✓	×

หมายเหตุ : เครื่องหมาย ✓ หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐาน H_1 (มีความสัมพันธ์)
 เครื่องหมาย × หมายถึง ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน H_0 (ไม่มีความสัมพันธ์)

ตาราง 25 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 2

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต	พฤติกรรมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล		
	ด้านปริมาณการซื้อ	ความถี่ในการซื้อ	จำนวนเงินในการซื้อ
ด้านกิจกรรม	×	×	×
ด้านความสนใจ	×	×	✓
ด้านความคิดเห็น	✓	✓	×
ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตรวม	✓	×	✓

หมายเหตุ : เครื่องหมาย ✓ หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐาน H_1 (มีความสัมพันธ์)
 เครื่องหมาย × หมายถึง ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน H_0 (ไม่มีความสัมพันธ์)

ตาราง 26 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 3

ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่ง รัฐบาล	พฤติกรรมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล		
	ด้านปริมาณการซื้อ	ความถี่ในการซื้อ	จำนวนเงินในการซื้อ
ด้านประโยชน์	×	×	×
ด้านข้อมูลข่าวสาร	×	×	×
ด้านความรู้สึกรับชอบ	×	✓	×
ด้านความตั้งใจในการซื้อ	×	✓	×
ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล รวม	×	✓	×

หมายเหตุ : เครื่องหมาย ✓ หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐาน H_1 (มีความสัมพันธ์)
 เครื่องหมาย × หมายถึง ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน H_0 (ไม่มีความสัมพันธ์)

ตาราง 27 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 4

พฤติกรรมการณ์ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล
ด้านปริมาณการซื้อ	x
ความถี่ในการซื้อ	✓
จำนวนเงินในการซื้อ	x

หมายเหตุ : เครื่องหมาย ✓ หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐาน H_1 (มีความสัมพันธ์)

เครื่องหมาย x หมายถึง ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน H_0 (ไม่มีความสัมพันธ์)



ตาราง 28 แสดงสรุปพฤติกรรมการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลและผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้บริโภคจำนวน 40 คนจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ลำดับ	จำนวน สลากฯ ที่ ซื้อต่อครั้ง	ความถี่ในการ ซื้อสลากฯ ต่อ ปี (งวด)	จำนวน เงินในการ ซื้อสลากฯ	แหล่ง จำหน่าย สลากฯ	ช่วงเวลาใน การเลือก ซื้อสลากฯ	สาเหตุหลักใน การเลือกซื้อ สลากฯ	ผู้มีอิทธิพลใน การตัดสินใจ ซื้อสลากฯ	ผลกระทบจาก การซื้อสลากฯ ด้านการออม	ผลกระทบจาก การซื้อสลากฯ ด้านการใช้จ่าย
1. เพศ หญิง อายุ 28 ปี	2 ฉบับ	10 งวด	300 บาท	ร้านค้าแผง ลอยทั่วไป	เช้าของวัน ออกรางวัล	อยากถูกรางวัล	ตัวเอง	ไม่มีผลกระทบ	มีผลกระทบ เล็กน้อย
2. เพศ หญิง อายุ 30 ปี	2 ฉบับ	15 งวด	300 บาท	คนเดินเร่ขาย	ก่อนออก รางวัล 1 – 2 วัน	สนุกสนานและ อยากถูกรางวัล	ตัวเอง	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ
3. เพศ หญิง อายุ 35 ปี	1 – 2 ฉบับ	6 งวด	100 – 200 บาท	ร้านค้าแผง ลอยทั่วไป	ก่อนออก รางวัล 2 – 3 วัน	เพื่อความ สนุกสนาน	ครอบครัว	ไม่มีผลกระทบ	มีผลกระทบ
4. เพศ หญิง อายุ 26 ปี	1 – 2 ฉบับ	ซื้อทุกงวด	ไม่เกิน 240 บาท	ร้านค้าแผง ลอยทั่วไป	ก่อนออก รางวัล 1 วัน	ชอบการเสี่ยง โชค	ตัวเอง	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ
5. เพศ ชาย อายุ 42 ปี	1 ฉบับ	5 งวด	120 บาท	คนเดินเร่ขาย	ก่อนออก รางวัล 3 วัน	สนุกสนานและ อยากถูกรางวัล	ตัวเอง	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ

ตาราง 28 (ต่อ)

ลำดับ	จำนวน สลากฯ ที่ ซื้อต่อครั้ง	ความถี่ในการ ซื้อสลากฯ ต่อปี (งวด)	จำนวนเงิน ในการซื้อ สลากฯ	แหล่ง จำหน่าย สลากฯ	ช่วงเวลาใน การเลือก ซื้อสลากฯ	สาเหตุหลักใน การเลือกซื้อ สลากฯ	ผู้มีอิทธิพลใน การตัดสินใจ ซื้อสลากฯ	ผลกระทบจาก การซื้อสลากฯ ด้านการออม	ผลกระทบจาก การซื้อสลากฯ ด้านการใช้จ่าย
6. เพศ หญิง อายุ 38 ปี	2 ฉบับ	10 งวด	300 บาท	ร้านค้าแผง ลอยทั่วไป	ก่อนออก รางวัล 1 วัน	อยากถูกรางวัล และได้เลขเด็ด มาก	ตัวเอง	ไม่มีผลกระทบ	มีผลกระทบ เล็กน้อย
7. เพศ หญิง อายุ 27 ปี	1 ฉบับ	2 งวด	110 บาท	คนพิการ	ก่อนออก รางวัล 1 สัปดาห์	ช่วยเหลือคน พิการ	คนขาย	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ
8. เพศ ชาย อายุ 28 ปี	2 ฉบับ	16 งวด	220 บาท	ร้านค้าแผง ลอยทั่วไป	ก่อนออก รางวัล 1 วัน	อยากถูกรางวัล	ตัวเอง	ไม่มีผลกระทบ	มีผลกระทบ เล็กน้อย
9. เพศ ชาย อายุ 23 ปี	1 ฉบับ	3 งวด	200 บาท	ร้านค้าแผง ลอยทั่วไป	เช้าของวัน ออกรางวัล	ชอบการเสี่ยง โชค	ตัวเอง	ไม่มีผลกระทบ	มีผลกระทบ
10. เพศหญิง อายุ 39 ปี	2 ฉบับ	20 งวด	300 บาท	ร้านค้าแผง ลอยทั่วไป	ก่อนออก รางวัล 3 วัน	ชอบความท้า ทาย และอยาก ถูกรางวัล	ตัวเอง	มีผลกระทบ	มีผลกระทบ

ตาราง 28 (ต่อ)

ลำดับ	จำนวน สลากฯ ที่ซื้อ ต่อครั้ง	ความถี่ในการ ซื้อสลากฯ ต่อ ปี (งวด)	จำนวนเงิน ในการซื้อ สลากฯ	แหล่ง จำหน่าย สลากฯ	ช่วงเวลาใน การเลือก ซื้อสลากฯ	สาเหตุหลักใน การเลือกซื้อ สลากฯ	ผู้มีอิทธิพลใน การตัดสินใจ ซื้อสลากฯ	ผลกระทบจาก การซื้อสลากฯ ด้านการออม	ผลกระทบจาก การซื้อสลากฯ ด้านการใช้จ่าย
11. เพศ ชาย อายุ 33 ปี	4 ฉบับ	12 งวด	500 บาท	ร้านค้าแผง ลอยทั่วไป	ก่อนออก รางวัล 1 วัน	อยากถูกรางวัล	ครอบครัว	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ
12. เพศ หญิง อายุ 45 ปี	3 ฉบับ	12 งวด	330 บาท	คนเดินเร่ขาย	ก่อนออก รางวัล 2 – 3 วัน	อยากถูกรางวัล	ครอบครัว	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ
13. เพศ หญิง อายุ 30 ปี	2 ฉบับ	6 งวด	180 บาท	ร้านค้าแผง ลอยทั่วไป	ก่อนออก รางวัล 3 วัน	ชอบความท้าทายเสี่ยงโชค	ตัวเอง	ไม่มีผลกระทบ	มีผลกระทบ
14. เพศ ชาย อายุ 29 ปี	1 ฉบับ	10 งวด	100 บาท	คนพิการ	ก่อนออก รางวัล 1 วัน	ชอบเสี่ยงโชค ลุ้นรางวัล	เพื่อน	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ
15. เพศ หญิง อายุ 44 ปี	1 ฉบับ	5 งวด	110 บาท	คนเดินเร่ขาย	ก่อนออก รางวัล 5 วัน	เพื่อความ สนุกสนาน	คนขาย	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ

ตาราง 28 (ต่อ)

ลำดับ	จำนวน สลากฯ ที่ซื้อ ต่อครั้ง	ความถี่ในการ ซื้อสลากฯ ต่อ ปี (งวด)	จำนวนเงิน ในการซื้อ สลากฯ	แหล่ง จำหน่าย สลากฯ	ช่วงเวลาใน การเลือก ซื้อสลากฯ	สาเหตุหลักใน การเลือกซื้อ สลากฯ	ผู้มีอิทธิพลใน การตัดสินใจ ซื้อสลากฯ	ผลกระทบจาก การซื้อสลากฯ ด้านการออม	ผลกระทบจาก การซื้อสลากฯ ด้านการใช้จ่าย
16. เพศ ชาย อายุ 46 ปี	2 ฉบับ	6 งวด	200 บาท	ร้านค้าแผง ลอยทั่วไป	ก่อนออก รางวัล 3 วัน	เพื่อความทำ หาย	คนขาย	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ
17. เพศ ชาย อายุ 35 ปี	6 ฉบับ	2 งวด	ไม่เกิน 1,000 บาท	ร้านค้าแผง ลอยทั่วไป	ก่อนออก รางวัล 1 วัน	อยากถูกรางวัล	ตัวเอง	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ
18. เพศ หญิง อายุ 43 ปี	1 ฉบับ	2 งวด	100 บาท	คนพิการ	ก่อนออก รางวัล 1 สัปดาห์	ช่วยเหลือคน พิการ	ตัวเอง	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ
19. เพศ หญิง อายุ 24 ปี	1 ฉบับ	10 งวด	120 บาท	ร้านค้าแผง ลอยทั่วไป	วันออก รางวัล	อยากถูกรางวัล	ตัวเอง	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ
20. เพศ หญิง อายุ 40 ปี	2 ฉบับ	ทุกงวด	220 บาท	ร้านค้าแผง ลอยทั่วไป	วันออก รางวัล	อยากถูกรางวัล	ตัวเอง	มีผลกระทบ	มีผลกระทบ

ตาราง 28 (ต่อ)

ลำดับ	จำนวน สลากฯ ที่ซื้อ ต่อครั้ง	ความถี่ในการ ซื้อสลากฯ ต่อ ปี (งวด)	จำนวนเงิน ในการซื้อ สลากฯ	แหล่ง จำหน่าย สลากฯ	ช่วงเวลาใน การเลือก ซื้อสลากฯ	สาเหตุหลักใน การเลือกซื้อ สลากฯ	ผู้มีอิทธิพลใน การตัดสินใจ ซื้อสลากฯ	ผลกระทบจาก การซื้อสลากฯ ด้านการออม	ผลกระทบจาก การซื้อสลากฯ ด้านการใช้จ่าย
21. เพศ หญิง อายุ 28 ปี	1 ฉบับ	12 งวด	110 บาท	คนเดินเร่ขาย	ก่อนออก รางวัล 3 วัน	ลองเสี่ยงโชค	ตัวเอง	ไม่มีผลกระทบ	มีผลกระทบ
22. เพศ ชาย อายุ 34 ปี	2 ฉบับ	4 งวด	220 บาท	คนเดินเร่ขาย	ก่อนออก รางวัล 3 – 5 วัน	อยากถูกรางวัล	คนขาย	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ
23. เพศ หญิง อายุ 42 ปี	4 ฉบับ	20 งวด	500 บาท	ร้านค้าแผง ลอยทั่วไป	ก่อนออก รางวัล 2 วัน	อยากถูกรางวัล และเพื่อความ สนุกสนาน	ตัวเอง	ไม่มีผลกระทบ	มีผลกระทบ
24. เพศ ชาย อายุ 29 ปี	6 ฉบับ	5 งวด	800 บาท	ร้านค้าแผง ลอยทั่วไป	ก่อนออก รางวัล 2 วัน	เพื่อความ สนุกสนาน	ตัวเอง	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ
25. เพศ หญิง อายุ 26ปี	1 ฉบับ	6 งวด	120 บาท	คนพิการ	ก่อนวันออก รางวัล 2 วัน	ช่วยเหลือคน พิการ	ตัวเอง	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ

ตาราง 28 (ต่อ)

ลำดับ	จำนวน สลากฯ ที่ซื้อ ต่อครั้ง	ความถี่ในการ ซื้อสลากฯ ต่อ ปี (งวด)	จำนวนเงิน ในการซื้อ สลากฯ	แหล่ง จำหน่าย สลากฯ	ช่วงเวลาใน การเลือก ซื้อสลากฯ	สาเหตุหลักใน การเลือกซื้อ สลากฯ	ผู้มีอิทธิพลใน การตัดสินใจ ซื้อสลากฯ	ผลกระทบจาก การซื้อสลากฯ ด้านการออม	ผลกระทบจาก การซื้อสลากฯ ด้านการใช้จ่าย
26. เพศ หญิง อายุ 32 ปี	2 ฉบับ	12 งวด	200 บาท	คนเดินเร่ขาย	ก่อนออก รางวัล 1 วัน	ชอบเสี่ยงโชค	ตัวเอง	ไม่มีผลกระทบ	มีผลกระทบ
27. เพศ หญิง อายุ 32 ปี	1 ฉบับ	4 งวด	150 บาท	คนเดินเร่ขาย	ก่อนออก รางวัล 1 สัปดาห์	สนุกสนาน	ตัวเอง	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ
28. เพศ หญิง อายุ 45 ปี	1 ฉบับ	ทุกงวด	100 บาท	คนเดินเร่ขาย	ก่อนออก รางวัล 2 วัน	อยากถูกรางวัล	ตัวเอง	ไม่มีผลกระทบ	มีผลกระทบ เล็กน้อย
29. เพศ ชาย อายุ 27 ปี	2 ฉบับ	5 งวด	300 บาท	ร้านค้าแผง ลอยทั่วไป	ก่อนออก รางวัล 3 วัน	เพื่อความ สนุกสนานทำ หาย	เพื่อน	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ
30. เพศ หญิง อายุ 29 ปี	2 ฉบับ	2 งวด	200 บาท	คนเดินเร่ขาย	วันออก รางวัล	เพื่อความ ตื่นเต้น	คนขาย	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ

ตาราง 28 (ต่อ)

ลำดับ	จำนวน สลากฯ ที่ซื้อ ต่อครั้ง	ความถี่ในการ ซื้อสลากฯ ต่อ ปี (งวด)	จำนวนเงิน ในการซื้อ สลากฯ	แหล่ง จำหน่าย สลากฯ	ช่วงเวลาใน การเลือก ซื้อสลากฯ	สาเหตุหลักใน การเลือกซื้อ สลากฯ	ผู้มีอิทธิพลใน การตัดสินใจ ซื้อสลากฯ	ผลกระทบจาก การซื้อสลากฯ ด้านการออม	ผลกระทบจาก การซื้อสลากฯ ด้านการใช้จ่าย
31. เพศ หญิง อายุ 48 ปี	2 ฉบับ	12 งวด	300 บาท	ร้านค้าแผง ลอยทั่วไป	ก่อนออก รางวัล 1 วัน	อยากถูกรางวัล	ตัวเอง	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ
32. เพศ ชาย อายุ 35 ปี	4 ฉบับ	14 งวด	500 บาท	ร้านค้าแผง ลอยทั่วไป	ก่อนออก รางวัล 1 วัน	อยากถูกรางวัล	ตัวเอง	ไม่มีผลกระทบ	มีผลกระทบ
33. เพศ ชาย อายุ 30 ปี	2 ฉบับ	ทุกงวด	220 บาท	ร้านค้าแผง ลอยทั่วไป	เข้าของวัน ออกรางวัล	ชอบเสี่ยงโชค	ตัวเอง	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ
34. เพศ หญิง อายุ 40 ปี	2 ฉบับ	20 งวด	300 บาท	ร้านค้าแผง ลอยทั่วไป	วันออก รางวัล	ชอบความท้าทาย และอยาก ถูกรางวัล	ตัวเอง	มีผลกระทบ	มีผลกระทบ
35. เพศ หญิง อายุ 45 ปี	2 ฉบับ	ทุกงวด	250 บาท	ร้านค้าแผง ลอยทั่วไป	ก่อนออก รางวัล 2 – 3 วัน	อยากถูกรางวัล	ตัวเอง	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ

ตาราง 28 (ต่อ)

ลำดับ	จำนวน สลากฯ ที่ซื้อ ต่อครั้ง	ความถี่ในการ ซื้อสลากฯ ต่อ ปี (งวด)	จำนวนเงิน ในการซื้อ สลากฯ	แหล่ง จำหน่าย สลากฯ	ช่วงเวลาใน การเลือก ซื้อสลากฯ	สาเหตุหลักใน การเลือกซื้อ สลากฯ	ผู้มีอิทธิพลใน การตัดสินใจ ซื้อสลากฯ	ผลกระทบจาก การซื้อสลากฯ ด้านการออม	ผลกระทบจาก การซื้อสลากฯ ด้านการใช้จ่าย
36. เพศ ชาย อายุ 26 ปี	2 ฉบับ	3 งวด	220 บาท	คนพิการ	ก่อนออก รางวัล 2 วัน	ช่วยเหลือผู้ พิการ	ตัวเอง	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ
37. เพศ หญิง อายุ 42 ปี	2 ฉบับ	15 งวด	200 บาท	คนเดินเร่ขาย	ก่อนออก รางวัล 1 วัน	อยากถูกรางวัล	ตัวเอง	มีผลกระทบ	มีผลกระทบ
38. เพศ หญิง อายุ 43 ปี	1 ฉบับ	2 งวด	100 บาท	คนพิการ	ก่อนออก รางวัล 1 สัปดาห์	ช่วยเหลือผู้ พิการ	ตัวเอง	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ
39. เพศ ชาย อายุ 29 ปี	1 ฉบับ	8 งวด	120 บาท	คนเดินเร่ขาย	ก่อนออก รางวัล 2 วัน	เพื่อความ สนุกสนาน	เพื่อน	ไม่มีผลกระทบ	มีผลกระทบ เล็กน้อย
40. เพศ หญิง อายุ 38 ปี	2 ฉบับ	7 งวด	300 บาท	ร้านค้าแผง ลอยทั่วไป	เข้าวันออก รางวัล	ชอบเสี่ยงโชค และอยากถูกรางวัล	ตัวเอง	มีผลกระทบ	มีผลกระทบ

ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกในด้านมูลเหตุและผลกระทบเชิงพฤติกรรมที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง จากกลุ่มตัวอย่าง 40 คน เรียงตามลำดับ ดังตารางแสดงผลการสัมภาษณ์ข้างต้น

1. เพศ หญิง อายุ 28 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาอนุปริญญา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 12,000 บาท

พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้ง ประมาณ 2 ฉบับ ความถี่ในการซื้อประมาณ 10 ครั้งต่อปี เงินที่ใช้ในการซื้อประมาณ 300 บาท แหล่งที่ซื้อคือ ร้านค้าแผงลอยทั่วไป โดยส่วนใหญ่จะซื้อตอนเช้าก่อนออกรางวัล สาเหตุหลักที่ซื้อคือ อยากถูกรางวัล และมีอิทธิพลในการซื้อมากที่สุดคือ ตัวเอง แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ อยากถูกรางวัล รูปแบบในการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ มีการเสี่ยงโชคแบบอื่นๆ บ้างบางครั้ง ด้านความสนใจคือ สนใจซื้อตามเลขดังจากเพื่อนหรือคนรอบข้าง ด้านความคิดเห็นคือ เห็นว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลดี เป็นอีกช่องทางหนึ่งให้ประชาชนได้เสี่ยงโชคแบบถูกกฎหมาย ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ ทำให้ได้คนได้เสี่ยงโชคแบบถูกกฎหมาย ด้านข้อมูลข่าวสารคือ รู้สึกพอใจกับการออกรางวัลคิดว่าโปร่งใสดีเพราะมีการถ่ายทอดในกระบวนการในการออกรางวัล ด้านความรู้สึกชอบคือ เมื่อเทียบกับการเสี่ยงโชควิธีอื่นยังน้อยกว่าเพราะตัวเลขมีให้เลือกไม่มาก แต่ถ้าเป็นหวยใต้ดินส่วนมากเราจะซื้อเลขที่เราต้องการได้ ด้านความตั้งใจซื้อคือ เพราะหาซื้อได้ง่ายกว่าและสะดวกกว่าการซื้อแบบอื่นถ้าไม่ได้มีแหล่งที่ซื้อที่รู้จักอยู่แล้ว ด้านผลกระทบจากการซื้อคือ ไม่มีผลต่อการออม และมีการออมตามปกติ ส่วนการใช้จ่ายมีผลเล็กน้อย

2. เพศ หญิง อายุ 30 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาอนุปริญญา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาท

พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้ง 2 ฉบับ ความถี่ในการซื้อคือ ประมาณ 15 ครั้งต่อปี จำนวนเงินที่ซื้อไม่เกิน 300 บาท แหล่งที่ซื้อคือ คนเดินเร่ขาย ช่วงเวลาในการซื้อคือ ก่อนออกรางวัล 1-2 วัน สาเหตุหลักที่ซื้อคือ สนุกสนานและอยากถูกรางวัล และมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ หาซื้อง่ายไม่ยุ่งยาก รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ ปกติไม่มีการเข้าร่วมกิจกรรม ด้านความสนใจมีพูดคุยกับคนขายสลากเวลาจะซื้อ หรือกับเพื่อน ด้านความคิดเห็นคือ ทำให้เงินเข้ารัฐบาลเข้าระบบ ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ คิดว่าทำให้รัฐบาลมีรายได้ทางหนึ่ง ด้านข้อมูลข่าวสารคือ พอใจกับการให้ข้อมูลเช่นการออกรางวัล ด้านความรู้สึกชอบคือ ซื้อได้ง่าย และสะดวกดี ผลกระทบจากการซื้อคือ ด้านการออมไม่มีผลกระทบ การใช้จ่ายไม่มีผลกระทบ

3. เพศ หญิง อายุ 35 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาท

พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ซื้อจำนวนคือ 1-2 ฉบับ ความถี่ในการซื้อคือ 6 ครั้งต่อปี จำนวนเงินที่ซื้อ 100-200 บาท แหล่งที่ซื้อคือ แผงขายลอตเตอรี่ในห้าง หรือคนที่มาขายตามร้านอาหาร ช่วงเวลาในการซื้อคือ ภายใน 2-3 วันก่อนออกรางวัล สาเหตุหลักที่ซื้อคือ ต้องการเสี่ยงโชคเพื่อความสนุก และมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อคือ เพื่อนและครอบครัว แรงจูงใจในการซื้อคือ เงินรางวัลเป็นแรงจูงใจ

สำคัญที่ทำให้อยากจะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และบางครั้งก็ซื้อเพราะอยากจะลองเสี่ยงโชคสนุกๆ รูปแบบการดำเนินชีวิตคือ ไม่ค่อยมีความสนใจหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลสักเท่าไร เนื่องจากคิดว่าไม่ได้มีโชคทางด้านนี้ ด้านความคิดเห็น เห็นว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลก็เป็นการสนับสนุนให้ผู้บริโภคทำการเสี่ยงโชคอย่างถูกกฎหมาย และยังเป็นการช่วยเหลือรัฐบาลได้นำเงินไปช่วยเหลือสังคมได้ ทักษะชีวิตที่มีต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ไม่มีทัศนคติในด้านประโยชน์และข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากไม่เคยได้รับข้อมูลด้านนี้ และรู้สึกเฉยๆกับการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล จะซื้อหรือไม่ซื้อก็ได้ และจะซื้อเมื่อมีเลขที่ต้องการจะซื้อหรือต้องการเสี่ยงโชคเท่านั้น ผลกระทบจากการซื้อคือ การซื้อไม่มีผลกระทบต่อการออม แต่มีผลกระทบต่อการใช้จ่าย เพราะต้องนำเงินที่ต้องใช้จ่ายในชีวิตประจำวันนำไปซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

4. เพศ หญิง อายุ 26 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 16,000 บาท

พฤติกรรมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้ง 1-2 ฉบับ ความถี่ในการซื้อคือ ซื้อทุกงวด จำนวนเงินที่ซื้อ ไม่เกิน 240 บาท แหล่งที่ซื้อคือ ร้านค้าแผงลอยทั่วไปแถวสถานที่ทำงาน ช่วงเวลาในการซื้อคือ 1 วันก่อนออกรางวัล สาเหตุหลักในการเลือกซื้อคือ ชอบเสี่ยงโชค ผู้มีอิทธิพลในการซื้อมากที่สุดคือตัวเอง แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ชอบการเสี่ยงโชคและหาซื้อได้ง่าย รูปแบบการดำเนินชีวิตคือ มีการหาเลขเด็ดจากหนังสือห่วย เช่น ขวัญใจคนรวย ม้าสีหมอก หลวงพ่อปากแดง เป็นต้น ทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล คิดว่ามีประโยชน์ดี รัฐบาลมีรายได้จากการขายสลากเกิดเงินหมุนเวียนหรือนำไปพัฒนาสังคมได้ ด้านความรู้สึกชอบคือ เนื่องจากชอบเสี่ยงโชคอยู่แล้ว ก็ทำให้รู้สึกชอบเพราะเป็นการเสี่ยงโชคแบบถูกกฎหมาย ความตั้งใจในการซื้อ เนื่องจากชอบเสี่ยงโชคเลยยังคงซื้อต่อไปทุกงวด และด้านผลกระทบ การออมและการใช้จ่ายไม่มีผลกระทบ

5. เพศ ชาย อายุ 42 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,000 บาท

พฤติกรรมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจำนวนต่อครั้ง 1 ฉบับ ความถี่ในการซื้อคือ ประมาณ 5 ครั้งต่อปี จำนวนเงินในการซื้อคือ 120 บาท แหล่งที่ซื้อคือ ซื้อกับคนเดินเร่ขาย ช่วงเวลาที่ซื้อคือ ก่อนออกรางวัล 3 วัน สาเหตุหลักในการเลือกซื้อคือ อยากถูกรางวัล เพราะมันคือความหวังของคนรายได้น้อยอย่างหนึ่ง ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง แรงจูงใจในการเลือกซื้อคือ อยากได้เงินรางวัลซื้อได้ง่ายสะดวกเชื่อถือได้ ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนมากไม่ค่อยซื้อห่วย นานจึงซื้อที่ ด้านความสนใจคือ ไม่ค่อยมีความสนใจในการหาเลขและเวลาซื้อก็คิดเลขที่จะซื้อเอง ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ เพราะมันซื้อได้ง่ายทำให้คนชอบซื้อ ทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ทำให้รัฐบาลมีรายได้เพิ่มอีกหนึ่งช่องทาง การออกรางวัลก็น่าเชื่อถือ และด้านผลกระทบจากการซื้อ ไม่มีผลกระทบ

6. เพศ หญิง อายุ 38 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาท

พฤติกรรมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้ง 2 ฉบับ ความถี่ในการซื้อคือ 10 ครั้งต่อปี จำนวนเงินในการซื้อประมาณ 300 บาท แหล่งที่ซื้อ มักจะซื้อตามแผงลอยทั่วไป ช่วงเวลาในการซื้อคือ ก่อนออกรางวัล 1 วัน สาเหตุที่ซื้อคือ อยากถูกรางวัล บางงวดซื้อเพราะได้เลขเด็ดมา ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ

คือ ตนเอง แรงจูงใจในการเลือกซื้อคือ ชอบเล่นหวยชอบเสี่ยงโชคและสลากกินแบ่งรัฐบาลก็หาซื้อได้ง่าย รูปแบบการดำเนินชีวิตคือ แลกเปลี่ยนพูดคุยกับเพื่อนบ้านเกี่ยวกับตัวเลขในการซื้อแต่ละงวด ทักษะคิดต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ การออกสลากทำให้รัฐบาลมีรายได้นำไปช่วยสังคมได้บ้าง ด้านข้อมูลข่าวสารไม่ค่อยมั่นใจในความโปร่งใสเกี่ยวกับการออกรางวัลเท่าไร ด้านความรู้สึกชอบ หาเลขที่จะซื้อได้ยาก บางครั้งก็ต้องซื้อเลขที่ใกล้เคียงแทน ด้านความตั้งใจในการซื้อ ยังคงเลือกซื้ออยู่เพราะมีขายเยอะ ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล มีผลกระทบกับการใช้จ่ายในชีวิตประจำวันเพราะอาจจะต้องซื้อน้อยลงเล็กน้อยในงวดที่ซื้อ

7. เพศ หญิง อายุ 27 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษานุปริญญา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาท

พฤติกรรมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 1 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ 2 ครั้งต่อปี จำนวนเงินในการซื้อ 110 บาท แหล่งที่ซื้อคือ ซื้อจากคนพิการ ช่วงเวลาในการซื้อ ก่อนออกรางวัล 1 อาทิตย์ สาเหตุหลักในการซื้อ ช่วยเหลือคนพิการ ผู้มีสิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ คนขาย แรงจูงใจในการเลือกซื้อคือ พบเจอบ่อยสำหรับผู้ขายที่เป็นคนพิการจึงอยากช่วยซื้อ รูปแบบการดำเนินชีวิต ไม่มีกิจกรรมและความสนใจเกี่ยวกับตัวเลขหรือการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ความคิดเห็น สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นอีกหนึ่งอย่างที่เป็นทางเลือกในการประกอบอาชีพกับผู้ด้อยโอกาสหรือผู้พิการ และก็เป็นอาชีพที่ถูกกฎหมาย ทักษะคิดต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์คือ ทำให้รัฐบาลมีรายได้ ให้ผู้ด้อยโอกาสมีกงานทำ ด้านข้อมูลข่าวสารคือ ส่วนใหญ่ได้ยินแต่ข่าวเกี่ยวกับผลการออกรางวัลที่ไม่โปร่งใส แต่ก็คิดว่าเชื่อถือได้ในความโปร่งใส ด้านความรู้สึกชอบเพราะเป็นสิ่งถูกกฎหมาย ความตั้งใจในการซื้อ ซื้อเพราะได้ช่วยเหลือคนพิการ ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ไม่มีผลกระทบในการออม หรือการใช้จ่าย เพราะถือว่าเป็นการทำบุญ และได้ซื้อเป็นจำนวนมาก

8. เพศ ชาย อายุ 28 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,000 บาท

พฤติกรรมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้ง จำนวน 2 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ 16 ครั้งต่อปี จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 220 บาท แหล่งที่ซื้อคือ แผงลอยร้านค้าทั่วไป ช่วงเวลาในการซื้อคือ ก่อนออกรางวัล 1 วัน สาเหตุหลักในการซื้อคือ อยากถูกรางวัล ผู้มีสิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ตนเอง แรงจูงใจในการเลือกซื้อคือ อยากถูกรางวัลและเพื่อความสนุกสนานในการลุ้นรางวัล และสลากกินแบ่งก็หาซื้อได้ง่ายทั่วไป รูปแบบการดำเนินชีวิตโดยปกติมีการเสี่ยงโชคด้วยรูปแบบอื่นๆเป็นประจำ ด้านความสนใจมีการพูดคุยกับเพื่อนก่อนในการซื้อ ด้านความคิดเห็นคือ ควรมีการควบคุมราคาขายเพราะราคาซื้อขายทั่วไปเกินกว่าราคาที่แท้จริง เช่น บางตัวเลขก็มีราคาสูงมาก ทักษะคิดต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์ ทำให้รัฐมีรายได้ ด้านข้อมูลข่าวสารคือ คิดว่าการออกรางวัลไม่น่าเชื่อถือมีการล้อเลข ด้านความรู้สึกชอบคือ เป็นการพนันถูกกฎหมายหาซื้อง่ายสะดวก ด้านความตั้งใจในการซื้อ หาซื้อง่ายและมีเงินรางวัลที่เหมาะสม ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการใช้จ่ายมีผลกระทบเล็กน้อย

9. เพศ ชาย อายุ 23 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 7,500 บาท

พฤติกรรมการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้ง จำนวน 1 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ 3 ครั้งต่อปี จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 200 บาท แหล่งที่ซื้อคือ ร้านค้าแผงลอยทั่วไป ช่วงเวลาในการซื้อคือ เช้าของวันออกรางวัล สาเหตุหลักในการซื้อคือ ชอบเสียงโชคลุ้นรางวัล ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง แรงจูงใจในการเลือกซื้อคือ เป็นการพนันอย่างหนึ่งที่ถูกกฎหมายและซื้อเพื่อความสนุกสนาน รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ มีการเล่นเสียงโชคอยู่เรื่อยๆ ในวิธีอื่นๆ ด้วย มีความสนใจเกี่ยวกับการเล่นเสียงโชคหลายวิธี เช่น หาเลขจากเพื่อน คนที่ทำงาน ด้านความคิดเห็น ความน่าสนใจน้อยกว่าการเล่นเสียงโชคแบบอื่นๆ ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ เป็นการหาเงินของรัฐบาลให้มีรายได้ ด้านข้อมูลข่าวสารคือ ข่าวเลขล๊อคยังมีออกมาค่อนข้างเยอะ จึงทำให้ไม่ค่อยมั่นใจในความโปร่งใสในการออกรางวัล ความน่าเชื่อถือยังไม่ค่อยมี ด้านความรู้สึกชอบ ชอบเพราะเป็นวิธีหนึ่งในการเล่นและถูกกฎหมาย แต่ก็ยังไม่น่าสนใจเท่าแบบอื่น ด้านความตั้งใจในการซื้อ จะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลก็ต่อเมื่อหาซื้อวิธีอื่นๆ ไม่ได้ ก็เป็นทางเลือกหนึ่ง ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล อาจจะต้องลดค่าใช้จ่ายลงในวันที่ซื้อ เช่น เที่ยวน้อยลง

10. เพศ หญิง อายุ 39 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาท

พฤติกรรมการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 2 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ 20 ครั้งต่อปี จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 300 บาท แหล่งที่ซื้อคือ ร้านค้าแผงลอยทั่วไป ช่วงเวลาในการซื้อ ประมาณ 3-5 วันก่อนออกรางวัล เพราะกลัวหาเลขที่ต้องการไม่ได้ สาเหตุหลักในการซื้อคือ ชอบทำทายในการการเล่นหวย และหวังว่าจะถูกรางวัล ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อคือ คงเป็นตัวเอง เพราะถึงได้เลขจากคนอื่นมาอย่างไรก็ตัดสินใจซื้อเองมากกว่า แรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ มีกฎหมายรองรับ และซื้อง่าย เพราะเดินไปทางไหนก็เจอคนขาย แต่หาตัวเลขที่ต้องการได้ยาก รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ เล่นหวยใต้ดินไปด้วย เพราะซื้อเลขที่อยากซื้อได้ง่ายกว่า ด้านความสนใจคือ ตามเลขเด็ดจากข่าว จากครอบครัวก่อนจะซื้อ ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ เงินเข้ารัฐบาล เอาไปทำประโยชน์ได้ ด้านข้อมูลข่าวสารคือ มั่นใจในการรับเงินรางวัลว่าจะได้แน่นอนถ้าถูกรางวัล เพราะเล่นหวยรัฐบาล ด้านความรู้สึกชอบคือ ชอบเล่นสลากกินแบ่งรัฐบาลมากกว่าการเล่นหวยใต้ดิน เพราะมีความน่าเชื่อถือมากกว่าการเล่นหวยใต้ดิน และตั้งใจจะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมากกว่าหวยใต้ดิน และผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านการออม ยังมีการออมตามปกติ แต่โดยรวมการซื้อทำให้การออมเงินลดลง ด้านการใช้จ่าย ต้องใช้จ่ายลดลง

11. เพศ ชาย อายุ 33 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษานุปริญญา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 13,000 บาท

พฤติกรรมการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 4 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ ประมาณ 12 ครั้ง จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 500 บาท แหล่งที่ซื้อคือ ร้านค้าแผงลอยทั่วไป โดยจะเลือกซื้อร้านที่เคยซื้อเป็นประจำ เพราะได้ส่วนลดบ้าง ช่วงเวลาในการซื้อคือ ก่อนออกรางวัล 1 วัน สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ อยากได้เงินรางวัล ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ครอบครัว เพราะซื้อตามเลขที่คนในครอบครัวเล่นกัน แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ หาซื้อได้ง่าย เห็นคนอื่นซื้ออยู่ก็ซื้อตาม รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ เล่นหวยใต้ดิน ด้านความสนใจคือ คุยกับเพื่อนบ้าน ญาติ ครอบครัว

เกี่ยวกับเลขดัง เพื่อนำไปซื้อหอย ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ ทำให้ประชาชนมีความหวังดี ด้านข้อมูลข่าวสารคือ ควรสร้างความมั่นใจให้กับประชาชนเกี่ยวกับความโปร่งใสในการออกรางวัล ด้านความชอบคือ ชอบสลากกินแบ่งรัฐบาล ทำให้ประชาชนมีความตื่นตัวได้ลุ้นดี ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ ได้รู้สึกตื่นเต้นเวลาลุ้นรางวัล เพื่อความสนุกสนาน ด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านการออมไม่มีผลกระทบ ด้านการใช้จ่ายไม่มีผลกระทบ

12. เพศ หญิง อายุ 45 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 16,000 บาท

พฤติกรรม การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 3 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ ประมาณ 12 ครั้งต่อปี จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 330 บาท แหล่งที่ซื้อคือ คนเดินเร่ขาย ช่วงเวลาในการซื้อคือ ก่อนออกรางวัล 2 - 3 วัน สาเหตุหลักในการซื้อคือ อยากถูกรางวัล ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ครอบครัว แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ถูกกฎหมาย มีหลายรางวัลให้ลุ้น ในบางงวดเพื่อนชวนให้ซื้อ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ เล่นหวยได้ดินแต่ไม่บ่อย เคยหาเลขเด็ดตามที่ต่างๆ ด้านความสนใจคือ หาเลขหลายวิธี เช่น ทำนายฝัน ถามเพื่อน ดูตามสื่อต่างๆ ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการพนันถูกกฎหมายทำให้มั่นใจว่าจะได้รับเงินรางวัลที่ครบตามจำนวน มีกฎหมายคุ้มครองทำให้มั่นใจ และทำให้รัฐมีรายได้เพิ่มขึ้น ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ไม่มีผลกระทบทั้งการออมและการใช้จ่าย

13. เพศ หญิง อายุ 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษา ปวช. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,000 บาท

พฤติกรรม การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 2 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ 6 ครั้งต่อปี จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 180 บาท แหล่งที่ซื้อคือ ซื้อตามแผงลอยทั่วไป ช่วงเวลาในการซื้อคือ 3 วันก่อนออกรางวัล สาเหตุหลักในการซื้อคือ ชอบความท้าทายเสี่ยงโชค ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ อยากถูกรางวัลเพราะเห็นคนอื่นถูกลบ่อยๆ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ มีเล่นหวยได้ดินบ้าง ด้านความสนใจ ชอบทำนายความฝันในการซื้อหวย ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ คิดว่าเป็นของรัฐบาลน่าจะมีความโปร่งใสและน่าเชื่อถือได้ในการออกรางวัล ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ไม่มีผลกระทบต่อการออม และยังมีการออมเงินตามปกติ ส่วนการใช้จ่าย มีการลดจำนวนการใช้จ่ายบางอย่างที่ไม่จำเป็นลงเล็กน้อย

14. เพศ ชาย อายุ 29 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,000 บาท

พฤติกรรม การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้ง จำนวน 1 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ ประมาณ 10 ครั้งต่อปี จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 100 บาท แหล่งที่ซื้อคือ คนพิการ ช่วงเวลาในการซื้อคือ 1 วันก่อนออกรางวัล สาเหตุหลักในการซื้อคือ ชอบเสี่ยงโชคลุ้นรางวัล ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ เพื่อน แรงจูงใจในการเลือกซื้อคือ ซื้อตามเพื่อน รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ ชอบซื้อหวยได้ดินบ่อยกว่าซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความสนใจคือ เพื่อนแนะนำให้ซื้อเลยเกิดความสนใจ ด้านความคิดเห็นหาซื้อได้ง่ายกว่าหวยได้ดิน ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ รัฐบาลมีรายได้ ด้านข้อมูลข่าวสารคือ ไม่ได้เห็นข่าวเกี่ยวกับกองสลาก ด้านความรู้สึกชอบ ชอบเพราะเป็นวิธีหนึ่งในการเล่นและถูกกฎหมาย

ด้านความตั้งใจในการซื้อ เจอคนขายก็ซื้อแล้วแต่โอกาสในการเจอ ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ไม่มี เพราะซื้อน้อย

15. เพศ หญิง อายุ 44 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ปวช. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 12,000 บาท

พฤติกรรมกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 1 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ ประมาณ 5 ครั้ง จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 110 บาท แหล่งที่ซื้อคือ คนเดินเร่ขาย ช่วงเวลาในการซื้อคือ ก่อนออกรางวัล 5 วัน สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ เพื่อความตื่นเต้นสนุกสนาน ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ คนขาย เพราะคนขายจะมีเลขแนะนำ แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ซื้อเพื่อความสนุกสนาน และสลากกินแบ่งก็หาซื้อได้ตลอด รูปแบบการดำเนินชีวิตคือ ไม่มีกิจกรรมหรือความสนใจเกี่ยวกับการเล่นหวย ด้านความคิดเห็นคือ เป็นหวยที่ทำให้คนมีทางเลือกในการเล่นพนันอย่างถูกกฎหมาย ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ ทำให้เงินจากหวยได้ดินเข้ามาอยู่ในระบบได้บ้าง ด้านข้อมูลข่าวสารคือ ยังคงมั่นใจในความโปร่งใสของการออกรางวัล ด้านความชอบคือ สนใจมากกว่าหวยใต้ดิน เพราะเป็นสิ่งถูกกฎหมายและมีการคุ้มครองสิทธิ์ ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ ได้ลุ้นสนุกสนาน ด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านการออม ไม่มีผลกระทบ ด้านการใช้จ่าย ไม่มีผลกระทบ

16. เพศ ชาย อายุ 46 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,000 บาท

พฤติกรรมกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 2 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ ประมาณ 6 ครั้ง จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 200 บาท แหล่งที่ซื้อคือ ร้านแผงลอยทั่วไป ช่วงเวลาในการซื้อคือ ก่อนออกรางวัล 3 วัน สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ เพื่อความท้าทาย ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ คนขาย แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ลองเสี่ยงโชค รูปแบบการดำเนินชีวิตคือ ไม่มีกิจกรรมหรือความสนใจเกี่ยวกับการเล่นหวย ด้านความคิดเห็นคือ สลากกินแบ่งรัฐบาลซื้อง่ายกว่าหวยใต้ดิน เพราะไม่มั่นใจในเจ้ามือหวย ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ ทำให้ประชาชนมีงานทำ รัฐบาลมีรายได้ ด้านความชอบคือ สนใจมากกว่าหวยใต้ดิน เพราะเป็นสิ่งถูกกฎหมายและมีการคุ้มครองสิทธิ์ ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ ได้ลุ้นสนุกสนาน ด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านการออม ไม่มีผลกระทบ ด้านการใช้จ่าย ไม่มีผลกระทบ

17. เพศ ชาย อายุ 35 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษามัธยมศึกษาปวช. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 18,000 บาท

พฤติกรรมกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 6 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ ประมาณ 2 ครั้ง จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 1,000 บาท แหล่งที่ซื้อคือ ร้านแผงลอยทั่วไป ช่วงเวลาในการซื้อคือ ก่อนออกรางวัล 1 วัน สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ อยากถูกรางวัล ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ซื้อตามโอกาสพิเศษ เช่น วันเกิดตัวเอง วันเกิดคนในบ้าน รูปแบบการดำเนินชีวิตคือ ไม่มีกิจกรรมหรือความสนใจ ด้านความคิดเห็นคือ เป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับคนที่อยากเล่นพนันแบบถูกกฎหมาย ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ เงินที่เข้ารัฐบาลอาจจะทำให้เกิดประโยชน์มากกว่าการเล่นหวยใต้ดิน ด้านความรู้สึกชอบคือ เป็นหวยถูกกฎหมาย มีความ

นาเชื่อถือมากกว่าห่วยไต้ดิน ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ เพราะเป็นห่วยถูกกฎหมาย ด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านการออม ไม่มีผลกระทบ ด้านการใช้จ่าย ไม่มีผลกระทบ

18. เพศ หญิง อายุ 43 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาท

พฤติกรรมกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 1 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ ประมาณ 2 ครั้ง จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 100 บาท แหล่งที่ซื้อคือ คนพิการ ช่วงเวลาในการซื้อคือ ประมาณ 1 อาทิตย์ สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ ช่วยผู้พิการที่เดินขาย เพราะถือว่าเป็นการทำบุญ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ซื้อเพราะช่วยคนขาย รูปแบบการดำเนินชีวิตคือ ไม่มีกิจกรรมหรือความสนใจ ด้านความคิดเห็นคือ ราคาสูง ควรมีการควบคุมการขายเกินราคา ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ ทำให้ผู้พิการยังมีทางเลือกงานในการประกอบอาชีพ ด้านความรู้สึกชอบคือ เป็นห่วยถูกกฎหมาย ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ เพราะเป็นห่วยถูกกฎหมาย ด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านการออม ไม่มีผลกระทบ ด้านการใช้จ่าย ไม่มีผลกระทบ

19. เพศ หญิง อายุ 24 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษามัธยมศึกษาปวช. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาท

พฤติกรรมกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 1 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ ประมาณ 10 ครั้ง จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 120 บาท แหล่งที่ซื้อคือ แผงลอยทั่วไป ช่วงเวลาในการซื้อคือ วันออกรางวัล สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ อยากถูกห่วย ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านเหตุผลคือ ซื้อได้ง่ายกว่าห่วยไต้ดิน เพราะซื้อเป็นจำนวนเงินไม่เยอะเลย คิดว่าซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลสะดวกกว่า ด้านอารมณ์คือ ชอบที่ได้ลุ้นรางวัลและเผื่อมีโชคถูกรางวัลที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ ไม่มี ด้านความสนใจคือ ไม่มี ด้านความคิดเห็นคือ มองว่าเป็นความหวังอย่างหนึ่งให้ประชาชน ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ รัฐบาลได้เงินเพื่อไปช่วยประชาชนในด้านอื่นๆ ด้านความรู้สึกชอบคือ เป็นห่วยถูกกฎหมายที่ทำให้ประชาชนมีความหวัง ถือเป็นการเอาเงินเข้าสู่ระบบที่ถูกต้องอีกทาง ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ เพราะถูกกฎหมายและซื้อง่าย ด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านการออม ไม่มีผลกระทบ ด้านการใช้จ่าย ไม่มีผลกระทบ

20. เพศ หญิง อายุ 40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 13,000 บาท

พฤติกรรมกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 2 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ ซื้อทุกงวด จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 220 บาท แหล่งที่ซื้อคือ ร้านค้าแผงลอยที่ซื้อเป็นประจำ ช่วงเวลาในการซื้อคือ วันออกรางวัล สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ อยากถูกรางวัล ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านเหตุผลคือ ซื้อได้ง่าย ด้านอารมณ์คือ ชอบเสี่ยงโชค รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ หาเลขตามสถานที่ต่างๆ ในบางครั้งถ้ามีโอกาส และเล่นห่วยไต้ดินเป็นประจำ เพราะซื้อกับคนรู้จักทำให้ซื้อได้ง่าย เจ้ามือเชื่อถือได้ ด้านความสนใจคือ หาเลขตามหนังสือ เช่น หนังสือพิมพ์ และพูดคุยแลกเปลี่ยนกับเพื่อน ครอบครัว ด้านความคิดเห็นคือ เป็นความหวังเล็กๆ ของ

ชาวบ้าน ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ รัฐบาลมีรายได้ ด้านความรู้สึกชอบคือ ชอบ หวยใต้ดินมากกว่า เพราะสลากกินแบ่งรัฐบาลหาเลขที่ต้องการได้ยาก ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ จะซื้อ เมื่อเจอเลขที่ต้องการ ด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ มีผลกระทบบ้างในบางงวดที่ซื้อ เป็นจำนวนมาก เช่น ต้องใช้จ่ายลดลง

21. เพศ หญิง อายุ 28 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษานุปริญญา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาท

พฤติกรรมกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 1 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ ประมาณ 12 ครั้ง ต่อปี จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 110 บาท แหล่งที่ซื้อคือ คนเดินเร่ขาย หรือร้านค้าแผงลอยทั่วไป ถ้าเจอเลขที่ถูกใจ ช่วงเวลาในการซื้อคือ ประมาณ 3 วันก่อนออกรางวัล แล้วแต่โอกาสที่เจอเลขที่ต้องการ สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ ลองเสี่ยงโชค เพราะคิดว่าจะมีโอกาสถูกรางวัลบ้าง ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ เห็นคนอื่นซื้อจึงซื้อบ้าง เพราะคิดว่าน่าจะถูกรางวัล รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ ไม่มี เพราะคิดว่าหวยใต้ดินหาเจ้ามือที่น่าเชื่อถือได้ยาก ถ้าไม่ใช่คนที่รู้จัก ด้านความสนใจคือ พูดคุยกับคนที่ซื้อหวยเป็นประจำ เพราะเขาจะมีเลขที่น่าสนใจ หรือทำนายเลขจากความฝันถ้ามีการฝันใกล้ๆวันหวยออก ด้านความคิดเห็นคือ เป็นการเสี่ยงโชคหรือเป็นความหวังเล็กๆ ของประชาชน ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ รัฐบาลมีรายได้ คนมีงานทำ ด้านข้อมูลข่าวสารคือ คิดว่ามีการล้อเลขจริง เพราะเลขที่ออกบางครั้งมีความบังเอิญมากเกินไปในหลายๆงวดที่ออก ด้านความรู้สึกชอบคือ หาซื้อได้ง่ายสะดวกและเป็นหวยถูกกฎหมาย ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ จะซื้อเมื่อเจอเลขที่ต้องการ หรือซื้อตามโอกาสพิเศษ เช่น วันเกิด ด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ด้านการออม ไม่มีผลกระทบ เพราะทำการแยกในส่วนของการออมเอาไว้ก่อนเป็นประจำก่อนการใช้จ่าย ด้านการใช้จ่าย ต้องลดการใช้จ่ายในบางส่วน เพราะราคาสลากก็มีราคาแพงถึง 110 บาท ดังนั้นจึงจำเป็นต้องลดค่าใช้จ่ายในส่วนอื่นๆ ลงบ้าง

22. เพศ ชาย อายุ 34 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 12,000 บาท

พฤติกรรมกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 2 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ ประมาณ 4 ครั้ง ต่อปี จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 220 บาท แหล่งที่ซื้อคือ คนเดินเร่ขาย ช่วงเวลาในการซื้อคือ ประมาณ 3 – 5 วันก่อนออกรางวัล สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ อยากถูกรางวัล ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ คนขาย แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านเหตุผลคือ หาซื้อง่ายและสะดวกกว่าการเล่นหวยใต้ดิน ด้านอารมณ์คือ อยากถูกหวยเหมือนคนอื่น ๆ แต่ก็ไม่เคยถูก รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ ซื้อหวยใต้ดินบ้างแต่ไม่บ่อย ด้านความสนใจคือ ไม่มีความสนใจเกี่ยวกับการเล่นหวย เพราะเวลาซื้อก็เลือกจากตัวเลขที่ชอบ ไม่มีการหาเลขเด็ดก่อน ด้านความคิดเห็นคือ มองว่าเป็นสิ่งมอมเมาประชาชน เพราะโอกาสในการถูกรางวัลมีน้อยมาก แต่มองว่าเป็นความชอบของแต่ละคน ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ คิดว่ามีประโยชน์กับรัฐบาล ที่มีรายได้จากส่วนนี้พอสมควร ด้านข้อมูลข่าวสารคือ ส่วนใหญ่จะได้ยินข่าวการออกรางวัล โดยส่วนตัวค่อนข้างมั่นใจในความโปร่งใส ด้านความรู้สึกชอบคือ ซื้อง่ายดี ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ ซื้อตามโอกาสพิเศษ ด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ด้านการออม ไม่มีผลกระทบ ด้านการใช้จ่าย ไม่มีผลกระทบ

23. เพศ หญิง อายุ 42 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ปวช. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,000 บาท

พฤติกรรมการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 4 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ ประมาณ 20 งวดต่อปี จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 500 บาท แหล่งที่ซื้อคือ ร้านค้าแผงลอย ช่วงเวลาในการซื้อคือ ประมาณ 2 วันก่อนออกรางวัล เพราะช่วงวันออกรางวัลคนจะซื้อเยอะและทำให้หาเลขที่เราต้องการไม่ได้ สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ อยากถูกรางวัล และเพื่อความสนุกสนาน ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านเหตุผลคือ เป็นอีกทางเลือกในการเสี่ยงโชค ด้านอารมณ์คือ อยากถูกรางวัล เป็นความหวังเล็กๆ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ มีการเล่นหวยใต้ดิน ด้านความสนใจคือ สนใจหาเลขก่อนซื้อ หรือถามเพื่อนบ้าน ด้านความคิดเห็นคือ เพื่อความสนุกสนาน ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ รัฐบาลนำเงินไปช่วยสังคมได้ ด้านข้อมูลข่าวสารคือ ไม่พอใจกับการออกรางวัล ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ ตั้งใจซื้อทุกครั้ง เพราะชอบเสี่ยงโชค ด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ด้านการออม ไม่มีผลกระทบ ด้านการใช้จ่าย มีผลกระทบ เช่นต้องกินน้อยลง

24. เพศ ชาย อายุ 29 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษา ปวส. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 16,000 บาท

พฤติกรรมการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 6 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ ประมาณ 5 งวดต่อปี จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 800 บาท แหล่งที่ซื้อคือ ร้านค้าแผงลอย ช่วงเวลาในการซื้อคือ ประมาณ 2 วันก่อนออกรางวัล สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ เพื่อความสนุกสนาน ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านเหตุผลคือ นำเชื่อกันว่าหวยใต้ดิน ด้านอารมณ์คือ อยากถูกรางวัล รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ ไม่มี ด้านความสนใจคือ ก่อนซื้อมีการพูดคุยกับเพื่อน กับครอบครัว เกี่ยวกับเลขที่น่าสนใจ ด้านความคิดเห็นคือ น่าจะมีอะไรแปลกใหม่บ้าง ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ ช่วยให้เงินนอกระบบเข้าสู่ระบบได้บ้าง ด้านข้อมูลข่าวสารคือ ควรสร้างความมั่นใจให้กับประชาชนเกี่ยวกับการออกรางวัล ด้านความรู้สึกชอบ เพราะได้ช่วยรัฐบาล ได้ช่วยให้เงินเข้าสู่ระบบมากขึ้น เป็นสิ่งถูกกฎหมาย ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ ซื้อเฉพาะมีเลขเด็ด ด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ด้านการออม ไม่มีผลกระทบ ด้านการใช้จ่าย ไม่มีผลกระทบ

25. เพศ หญิง อายุ 26 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาท

พฤติกรรมการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 1 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ ประมาณ 6 งวดต่อปี จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 120 บาท แหล่งที่ซื้อคือ คนพิการ ช่วงเวลาในการซื้อคือ ประมาณ 2 วันก่อนออกรางวัล สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ ช่วยเหลือคนพิการ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านเหตุผลคือ ได้ช่วยเหลือคนพิการ และเป็นสิ่งถูกกฎหมาย ด้านอารมณ์คือ ได้ทำบุญกับคนพิการ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ ไม่มี ด้านความสนใจคือ ไม่มี ด้านความคิดเห็นคือ ควรมีการควบคุมการขาย การขายสลากเกินราคา ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ เป็นอาชีพให้คนพิการได้ รัฐบาลได้รายได้จากส่วนนี้ ด้านข้อมูลข่าวสารคือ เชื่อว่าการออกรางวัลไม่มีการโกงหรือล๊อคเลข ด้านความรู้สึกชอบ ถือเป็นการได้ทำบุญและได้เสี่ยง

โชคไปด้วย ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ ซื้อเมื่อมีโอกาส ไม่ได้ตั้งใจซื้อทุกงวด ด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ด้านการออม ไม่มีผลกระทบ ด้านการใช้จ่าย ไม่มีผลกระทบ

26. เพศ หญิง อายุ 32 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,500 บาท

พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 2 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ ประมาณ 12 งวดต่อปี จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 200 บาท แหล่งที่ซื้อคือ คนเดินเร่ขาย ช่วงเวลาในการซื้อคือ ประมาณ 1 วันก่อนออกรางวัล สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ ชอบเสี่ยงโชค ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านเหตุผลคือ หาซื้อได้ง่าย เพราะทุกวันนี้คนขายลอตเตอรี่มีทุกที่ ด้านอารมณ์คือ ชอบเสี่ยงโชค ได้ลุ้นเวลาออกรางวัล รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ เล่นหวยใต้ดิน และเคยไปซูดหาเลขตามสถานที่ที่ดังๆ ด้านความสนใจคือ สนใจหาเลขตามสถานที่ต่างๆ ด้านความคิดเห็นคือ มองว่าเป็นความสนุกสนานที่ได้ซื้อได้ลุ้น เป็นความหวังของคนไทย ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ ทำให้รัฐมีเงินเพิ่มเอาไปช่วยสังคม ด้านข้อมูลข่าวสารคือ การออกรางวัลโปร่งใสมั่นใจ ด้านความรู้สึกชอบ ชื่อง่าย ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ เพราะหาซื้อได้ง่าย ด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ด้านการออม ไม่มีผลกระทบ ด้านการใช้จ่าย มีผลกระทบ

27. เพศ หญิง อายุ 32 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษา ปวส. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาท

พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 1 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ ประมาณ 4 งวดต่อปี จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 150 บาท แหล่งที่ซื้อคือ คนเดินเร่ขาย ช่วงเวลาในการซื้อคือ ประมาณ 1 สัปดาห์ก่อนออกรางวัล สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ สนุกสนาน ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านเหตุผลคือ หาซื้อได้ง่าย ด้านอารมณ์คือ ซื้อเฉพาะโอกาสพิเศษ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ ไม่มี ด้านความสนใจคือ สนใจตัวเลขพิเศษเฉพาะเทศกาลหรือวันพิเศษ เช่น ครบรอบครองราชย์ ด้านความคิดเห็นคือ ไม่มี ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ ช่วยให้คนได้มีงานทำ ด้านข้อมูลข่าวสารคือ ไม่ได้ติดตามข่าวสาร ไม่มีความคิดเห็น ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ ตั้งใจซื้อตามโอกาส และก็ซื้อได้ง่าย ด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ด้านการออม ไม่มีผลกระทบ ด้านการใช้จ่าย ไม่มีผลกระทบ

28. เพศ หญิง อายุ 45 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,000 บาท

พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 1 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ ทุกงวด จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 100 บาท แหล่งที่ซื้อคือ คนเดินเร่ขาย ช่วงเวลาในการซื้อคือ ใกล้วันหวยออก ประมาณ 2 วัน สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ อยากถูกหวย ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านเหตุผลคือ ถูกกฎหมาย ด้านอารมณ์คือ เห็นคนอื่นซื้อกัน ทำให้อยากซื้อบ้าง รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ มีเล่นหวยใต้ดินบ้าง ด้านความสนใจคือ ตามเลขนายกตามข่าวโทรทัศน์ ข่าวของแปลก เพราะช่วงหวยใกล้ออกชอบมีข่าวแบบนี้ ด้านความคิดเห็นคือ ไม่มี ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ รัฐบาลได้เงิน ด้านข้อมูลข่าวสารคือ ความโปร่งใสของการออกรางวัลควรทำให้ชาวบ้านมีความมั่นใจมากขึ้น ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ ตั้งใจซื้อเพราะ

อยากถูกห่วยเหมือนคนอื่นถูกกัน ด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ด้านการออม ไม่มีผลกระทบ ด้านการใช้จ่าย มีผลกระทบเล็กน้อย

29. เพศ ชาย อายุ 27 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาอนุปริญญา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,000 บาท

พฤติกรรมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 2 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ นานๆซื้อที่ประมาณ 5 งวดต่อปี จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 300 บาท แหล่งที่ซื้อคือ แผงลอยทั่วไป ช่วงเวลาในการซื้อคือ ประมาณ 3 วันก่อนออกรางวัล สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ เพื่อความท้าทายสนุกสนาน ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ เพื่อน แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านเหตุผลคือ หาซื้อได้ง่ายสะดวก ด้านอารมณ์คือ ซื้อตามเพื่อน รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ ไม่มี ด้านความสนใจคือ คอยแลกเปลี่ยนกับเพื่อนบ้าง ด้านความคิดเห็นคือ ควรมีการควบคุมราคา เพราะมีการขายเกินราคา ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ รัฐบาลมีรายได้ ให้คนมีอาชีพ ด้านข้อมูลข่าวสารคือ ไม่ได้ตามข่าวสาร ด้านความรู้สึกชอบคือ ชอบเพราะมีกฎหมายคุ้มครองทำให้มั่นใจมากขึ้น ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ เพราะหาซื้อได้ง่ายสะดวก ด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ด้านการออม ไม่มีผลกระทบ ด้านการใช้จ่าย ไม่มีผลกระทบ

30. เพศ หญิง อายุ 29 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาอนุปริญญา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาท

พฤติกรรมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 2 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ 2 ครั้งต่อปี จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 200 บาท แหล่งที่ซื้อคือ คนเดินเร่ขาย ช่วงเวลาในการซื้อคือ วันหยุดออก สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ เพื่อความตื่นเต้น ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ คนขาย แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านเหตุผลคือ หาซื้อได้ง่ายสะดวก ด้านอารมณ์คือ เห็นเพื่อนซื้อจึงซื้อตาม รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ ไม่มี ด้านความสนใจคือ ไม่มี ด้านความคิดเห็นคือ เป็นกิจกรรมอย่างหนึ่ง ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ ช่วยให้คนจนมีความหวังเล็ก ด้านข้อมูลข่าวสารคือ ไม่ได้ติดตาม ด้านความรู้สึกชอบคือ ถูกกฎหมายและซื้อได้ง่ายมีขายตลอด ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ เพราะหาซื้อได้ง่ายสะดวก ด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ด้านการออม ไม่มีผลกระทบ ด้านการใช้จ่าย ไม่มีผลกระทบ

31. เพศ หญิง อายุ 48 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 12,000 บาท

พฤติกรรมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 2 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ ประมาณ 12 ครั้ง จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 300 บาท แหล่งที่ซื้อคือ แผงลอยทั่วไป ช่วงเวลาในการซื้อคือ ก่อนออกรางวัล 1 วัน สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ อยากถูกรางวัล ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ซื้อเพื่อความสนุกสนาน และสลากกินแบ่งก็หาซื้อได้ตลอด รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ ไม่มีกิจกรรม ด้านความสนใจคือ สนใจเกี่ยวกับการทำนายตัวเลขฝัน ด้านความคิดเห็นคือ เป็นห่วยที่ทำให้คนมีทางเลือกในการเล่นห่วยอย่างถูกกฎหมาย ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ ทำให้เงินจากห่วยใต้ดินเข้ามาอยู่ในระบบได้บ้าง ด้านข้อมูลข่าวสาร

คือ ยังคงมั่นใจในความโปร่งใสของการออกรางวัล ด้านความชอบคือ สนใจมากกว่าห่วยใต้ดิน เพราะเป็น
สิ่งถูกกฎหมายและมีการคุ้มครองสิทธิ์ ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ ได้ลุ้นสนุกสนาน ด้านผลกระทบจาก
การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านการออม ไม่มีผลกระทบ ด้านการใช้จ่าย ไม่มีผลกระทบ

32. เพศ ชาย อายุ 35 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษา ปวช. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 16,000 บาท

พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 4 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ ประมาณ 14 ครั้ง
จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 500 บาท แหล่งที่ซื้อคือ ร้านแผงลอยทั่วไป ช่วงเวลาในการซื้อคือ ก่อน
ออกรางวัล 1 วัน สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ อยากถูกรางวัล ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง
แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านเหตุผลคือ เป็นห่วยถูกกฎหมายและมีการคุ้มครองสิทธิ์
ด้านอารมณ์คือ ซื้อตามเลขดังที่คนอื่นซื้อกัน รูปแบบการดำเนินชีวิตคือ ไม่มีกิจกรรม ด้านความสนใจคือ
ติดตามเลขดังจากเพื่อน จากครอบครัว ด้านความคิดเห็นคือ ห่วยก็คือความหวังของชาวบ้าน ทัศนคติต่อ
สลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ เงินที่เข้ารัฐบาลอาจจะทำให้เกิดประโยชน์มากกว่าการเล่นห่วยใต้
ดิน ด้านความรู้สึกรับชอบคือ เป็นห่วยถูกกฎหมาย มีความน่าเชื่อถือ ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ เพราะ
เป็นห่วยถูกกฎหมาย ด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านการออม ไม่มีผลกระทบ ด้านการ
ใช้จ่ายต้องใช้จ่ายลดลงในเดือนที่ซื้อ

33. เพศ ชาย อายุ 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษา ปวช. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,000 บาท

พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้ง จำนวน 2 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ ทุกงวด จำนวน
เงินในการซื้อ ประมาณ 220 บาท แหล่งที่ซื้อคือ ร้านค้าแผงลอยทั่วไป ช่วงเวลาในการซื้อคือ เช้าของวัน
ออกรางวัล สาเหตุหลักในการซื้อคือ ชอบเสี่ยงโชคลุ้นรางวัล ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง
แรงจูงใจในการเลือกซื้อคือ เป็นการพนันอย่างหนึ่งที่ถูกกฎหมายและซื้อเพื่อความสนุกสนาน รูปแบบการ
ดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ มีการเล่นเสี่ยงโชคอยู่เรื่อยๆ ในวิธีอื่นๆ ด้วย มีความสนใจเกี่ยวกับการเล่น
เสี่ยงโชคหลายวิธี เช่น หาเลขจากเพื่อน คนที่ทำงาน ด้านความคิดเห็น ความน่าสนใจน้อยกว่าการเล่น
เสี่ยงโชคแบบอื่นๆ ทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ เป็นการหาเงินของรัฐบาลให้มีรายได้ ด้านข้อมูล
ข่าวสารคือ มั่นใจในความโปร่งใสในการออกรางวัล ด้านความรู้สึกรับชอบ ชอบเพราะเป็นวิธีหนึ่งในการเล่น
และถูกกฎหมาย ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ สะดวกซื้อง่าย ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล
ไม่มีผลกระทบทั้งการออม และการใช้จ่าย

34. เพศ หญิง อายุ 40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน 10,000 บาท

พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 2 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ 20 ครั้งต่อปี
จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 300 บาท แหล่งที่ซื้อคือ ร้านค้าแผงลอยทั่วไป ช่วงเวลาในการซื้อ วันห่วย
ออก สาเหตุหลักในการซื้อคือ ชอบท้าทายในการการเล่นห่วย และหวังว่าจะถูกรางวัล ผู้มีอิทธิพลในการ
ตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง แรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านเหตุผลคือ มีกฎหมายรองรับ และหาซื้อ
ง่าย ด้านอารมณ์คือ อยากถูกรางวัล รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ เล่นห่วยใต้ดินควบคู่ไปด้วย
เพราะซื้อเลขที่อยากซื้อได้ง่ายกว่า ด้านความสนใจคือ ตามเลขเด็ดจากข่าว หรือซื้อตามเลขดัง ทัศนคติ
ต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ เงินเข้ารัฐบาลเอาไปทำประโยชน์ได้ ด้านข้อมูลข่าวสารคือ มั่นใจ

ในการรับเงินรางวัลว่าจะได้แน่นอนถ้าถูกรางวัล ด้านความรู้สึกชอบคือ ส่วนมากเล่นหวยใต้ดิน เพราะกำหนดตัวเลขที่ต้องการ และจำนวนเงินที่จะซื้อได้ซึ่งถูกกว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ ซื้อเมื่อเจอเลขที่ต้องการ ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านการออม ยังมีการออมตามปกติ แต่โดยรวมการซื้อทำให้การออมเงินลดลง ด้านการใช้จ่าย ต้องใช้จ่ายลดลง

35. เพศ หญิง อายุ 45 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ปวส. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาท

พฤติกรรมกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้ง 2 ฉบับ ความถี่ในการซื้อคือ ซื้อทุกงวด จำนวนเงินที่ซื้อ ประมาณ 250 บาท แหล่งที่ซื้อคือ ร้านค้าแผงลอยทั่วไป ช่วงเวลาในการเลือกซื้อคือ 2 – 3 วันก่อนออกรางวัล สาเหตุหลักในการเลือกซื้อคือ อยากถูกรางวัล ผู้มีอิทธิพลในการซื้อมากที่สุดคือ ตัวเอง แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านเหตุผลคือ หาซื้อได้ง่าย ด้านอารมณ์คือ ชอบการเสี่ยงโชค ได้ลุ้น รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ เล่นหวยใต้ดิน ด้านความสนใจคือ มีการสืบหาเลขเด็ดจากหนังสือหวย ด้านความคิดเห็นคือ ควรมีการพัฒนารูปแบบใหม่ๆ จะได้ดึงเงินนอกระบบจากหวยใต้ดินได้มากขึ้น เช่น หวยสลากเลขท้ายที่เคยมีขายในอดีต ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล คิดว่ามีประโยชน์ดี รัฐบาลมีรายได้จากการขายสลากเกิดเงินหมุนเวียนหรือนำไปพัฒนาสังคมได้ ด้านความรู้สึกชอบคือ ห่วยถูกกฎหมายให้ประชาชนได้ลุ้น และได้ช่วยรัฐบาลด้วย ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ เนื่องจากชอบเสี่ยงโชคเลยยังคงซื้อต่อไปทุกงวด ด้านผลกระทบด้านการออมและการใช้จ่ายไม่มีผลกระทบ

36. เพศ ชาย อายุ 26 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 18,000 บาท

พฤติกรรมกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 2 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ ประมาณ 3 งวดต่อปี จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 220 บาท แหล่งที่ซื้อคือ คนพิการ ช่วงเวลาในการซื้อคือ ประมาณ 2 วันก่อนออกรางวัล สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ ช่วยเหลือคนพิการ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านเหตุผลคือ ได้ช่วยเหลือคนพิการ และเป็นสิ่งถูกกฎหมาย ด้านอารมณ์คือ ได้ทำบุญกับคนพิการ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ ไม่มี ด้านความสนใจคือ ไม่มี ด้านความคิดเห็นคือ ควรมีการควบคุมการขาย การขายสลากเกินราคา ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ เป็นอาชีพให้คนพิการได้ รัฐบาลได้รายได้จากส่วนนี้ ด้านข้อมูลข่าวสารคือ เชื่อว่าการออกรางวัลไม่มีการโกงหรือลอคเลข ด้านความรู้สึกชอบ ถือเป็นการได้ทำบุญและได้เสี่ยงโชคไปด้วย ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ ซื้อเมื่อมีโอกาส ไม่ได้ตั้งใจซื้อทุกงวด ด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ด้านการออม ไม่มีผลกระทบ ด้านการใช้จ่าย ไม่มีผลกระทบ

37. เพศ หญิง อายุ 42 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,000 บาท

พฤติกรรมกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 2 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ ประมาณ 15 งวดต่อปี จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 200 บาท แหล่งที่ซื้อคือ คนเดินเร่ขาย ช่วงเวลาในการซื้อคือ 1 วันก่อนออกรางวัล สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ อยากถูกรางวัล ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านเหตุผลคือ ซื้อง่ายสะดวก ด้านอารมณ์คือ อยากถูกรางวัล รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ ซื้อหวยใต้ดิน ด้านความสนใจคือ สนใจหาเลขเด็ดเลขดัง ด้าน

ความคิดเห็นคือ น่าจะมีอะไรแปลกใหม่ ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ ช่วยให้เงินนอก ระบบเข้าสู่ระบบได้บ้าง ด้านข้อมูลข่าวสารคือ ควรสร้างความมั่นใจให้กับประชาชนเกี่ยวกับการออกรางวัล ด้านความรู้สึกชอบ เพราะได้ช่วยรัฐบาล ได้ช่วยให้เงินเข้าสู่ระบบมากขึ้น เป็นสิ่งถูกกฎหมาย ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ ซื้อเฉพาะมีเลขเด็ด ด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ด้านการออม มีผลกระทบ ด้านการใช้จ่าย มีผลกระทบ ซื้อของน้อยลง

38. เพศ หญิง อายุ 43 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาท

พฤติกรรมซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 1 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ ประมาณ 2 ครั้ง จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 100 บาท แหล่งที่ซื้อคือ คนพิการ ช่วงเวลาในการซื้อคือ ประมาณ 1 อาทิตย์ สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ ช่วยผู้พิการที่เดินขาย เพราะถือว่าเป็นการทำบุญ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ซื้อเพราะช่วยคนขาย รูปแบบการดำเนินชีวิตคือ ไม่มีกิจกรรมหรือความสนใจ ด้านความคิดเห็นคือ ราคาสูง ควรมีการควบคุมการขายเกินราคา ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ ทำให้ผู้พิการยังมีทางเลือกงานในการประกอบอาชีพ ด้านความรู้สึกชอบคือ เป็นห่วยถูกกฎหมาย ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ เพราะเป็นห่วยถูกกฎหมาย ด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านการออม ไม่มีผลกระทบ ด้านการใช้จ่าย ไม่มีผลกระทบ

39. เพศ ชาย อายุ 29 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษา ปวส. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,000 บาท

พฤติกรรมซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 1 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ ประมาณ 8 งวดต่อปี จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 120 บาท แหล่งที่ซื้อคือ คนเดินเร่ขาย ช่วงเวลาในการซื้อคือ ประมาณ 2 วันก่อนออกรางวัล สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ เพื่อความสนุกสนาน ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ เพื่อน แรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านเหตุผลคือ น่าเชื่อถือกว่าห่วยใต้ดิน ด้านอารมณ์คือ อยากถูกรางวัล รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ ไม่มี ด้านความสนใจคือ ก่อนซื้อมีการพูดคุยกับเพื่อน กับครอบครัว เกี่ยวกับเลขที่น่าสนใจ ด้านความคิดเห็นคือ น่าจะมีอะไรแปลกใหม่บ้าง ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ ช่วยให้เงินนอกกระบบเข้าสู่ระบบได้บ้าง ด้านข้อมูลข่าวสารคือ ควรสร้างความมั่นใจให้กับประชาชนเกี่ยวกับการออกรางวัล ด้านความรู้สึกชอบ เพราะได้ช่วยรัฐบาล ได้ช่วยให้เงินเข้าสู่ระบบมากขึ้น เป็นสิ่งถูกกฎหมาย ด้านความตั้งใจในการซื้อคือ ซื้อเฉพาะมีเลขเด็ด ด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ด้านการออม ไม่มีผลกระทบ ด้านการใช้จ่าย มีผลกระทบ ต้องเที่ยวให้น้อยลง

40. เพศ หญิง อายุ 38 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษานุปริญญา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาท

พฤติกรรมซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อครั้งจำนวน 2 ฉบับ ความถี่ในการซื้อ 7 ครั้งต่อปี จำนวนเงินในการซื้อ ประมาณ 300 บาท แหล่งที่ซื้อคือ ร้านค้าแผงลอยทั่วไป ช่วงเวลาในการซื้อ เช้าวัน ห่วยออก สาเหตุหลักในการซื้อคือ ชอบเสี่ยงโชค และหวังว่าจะถูกรางวัล ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง แรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ มีกฎหมายรองรับ และซื้อง่าย แต่หาตัวเลขที่ต้องการได้

ยาก รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมคือ เล่นหวยใต้ดิน เพราะซื้อเลขที่อยากซื้อได้ง่ายกว่า และระบุจำนวนเงินได้ ด้านความสนใจคือ ตามเลขเด็ดจากข่าว จากสถานที่ต่าง ๆ ทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์คือ เงินเข้ารัฐบาลเอาไปทำประโยชน์ได้ ด้านข้อมูลข่าวสารคือ มั่นใจในการรับเงินรางวัลว่าจะได้แน่นอนถ้าถูกรางวัล เพราะเล่นหวยรัฐบาล ด้านความรู้สึกชอบคือ ชอบเล่นสลากกินแบ่งรัฐบาลมากกว่าการเล่นหวยใต้ดิน เพราะมีความน่าเชื่อถือมากกว่าการเล่นหวยใต้ดิน และตั้งใจจะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมากกว่าหวยใต้ดิน และผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านการออม ยังมีการออมตามปกติ แต่โดยรวมการซื้อทำให้การออมเงินลดลง ด้านการใช้จ่าย อาจจะต้องลดการใช้จ่ายในบางส่วนลดลง

ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ตัวแทนจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลบริเวณโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง จำนวน 2 คน

1. เพศ ชาย อายุ 39 ปี (ลักษณะร้านค้าแผงลอยทั่วไป)

พฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภคส่วนใหญ่คือ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ซื้อช่วงใกล้วันหวยออก เช่น ช่วงสองวันก่อนหวยออก หรือช่วงสิ้นเดือนจะขายได้เยอะเพราะเป็นช่วงเงินเดือนออก ราคาที่ขายคือใบละ 110 บาท ปริมาณการซื้อโดยส่วนใหญ่ลูกค้าจะซื้อ 2 - 4 ใบ จำนวนเงินในการซื้อต่อคน ส่วนใหญ่ประมาณ 220 - 500 บาท แรงจูงใจของลูกค้าที่เข้ามาซื้อส่วนใหญ่ก็คือ ลูกค้าจะมีเลขที่ตั้งใจมาหาซื้อ ซื้อตามเลขดัง หรือมีเลขเด็ด โดยส่วนมากมักจะไม่ได้เลขนั้นเลยจะได้เลขที่ใกล้เคียงมากกว่า ทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ลืตเตอรืก็คือการเสี่ยงโชคของประชาชน มีไว้ให้ได้ลุ้น ได้มีความหวัง เหมือนหวยใต้ดินแต่ต่างกันตรงที่ลืตเตอรืมีกฎหมายคุ้มครองมีความน่าเชื่อถือมากกว่า และทำให้เงินเข้ารัฐได้ส่วนหนึ่ง ความคิดเห็นด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ต้องซื้อตามกำลังของตัวเองที่จะซื้อได้ เพราะมันก็คือการพนันชนิดหนึ่งก็ต้องเล่นโดยไม่ทำให้ตัวเองเดือดร้อน

2. เพศ หญิง อายุ 42 ปี (ลักษณะเดินเร่ขาย)

พฤติกรรม การซื้อของลูกค้าคือ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงเวลาในการซื้อของลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นช่วง 1 - 2 วันก่อนออกรางวัลจะขายได้เยอะ ราคาที่ขายคือ 110 บาท ปริมาณการซื้อของลูกค้าส่วนใหญ่คือ 1 - 2 ใบ จำนวนเงินในการซื้อของลูกค้าส่วนใหญ่คือ ประมาณ 200 บาท แรงจูงใจของลูกค้าที่เข้ามาซื้อส่วนใหญ่คือ เงินรางวัลเป็นแรงจูงใจหลักของหลายๆคนที่ซื้อ บางคนเจอเลขที่ถูกใจก็จะซื้อเลย หรือซื้อตามเลขดัง เลขฝัน บางคนก็ซื้อเพราะความสนุกสนาน เพราะโอกาสที่จะถูกก็ยากเพราะมันคือการเสี่ยงโชค วดดวงกัน ทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ คิดว่าเป็นการสร้างความหวังของคนจนคนรายได้น้อย และเป็นทางเลือกให้คนได้ซื้อหวยถูกกฎหมาย ความคิดเห็นด้านผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ คิดว่าไม่เกิดผลกระทบ

สรุปผลจากการสัมภาษณ์

1. ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 40 คน ซึ่งเป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 26 คน และเพศชาย 14 คน อายุระหว่าง 25 – 34 ปี รองลงมา 35 – 44 ปี 45 – 54 ปี และ 15 – 24 ปี ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด รองลงมาสมรส มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้นและอนุปริญญา / ปวส. รองลงมามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. และปริญญาตรี ตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 – 10,000 บาท รองลงมา 14,001 – 16,000 บาท 10,001 – 12,000 บาท 12,001 – 14,000 บาท 16,001 บาทขึ้นไป และ ต่ำกว่า 8,000 บาท ตามลำดับ

2. ข้อมูลแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

จากการศึกษาข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน ซึ่งเป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล สามารถแยกปัจจัยแรงจูงใจออกเป็น 2 ด้าน ดังนี้

2.1 แรงจูงใจด้านเหตุผล

จากการสัมภาษณ์และคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน ซึ่งเป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพื่อให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านเหตุผลอย่างไร พิจารณาจากคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่าง เช่น

“หาซื้อได้ง่ายสำหรับเรา”

(หญิง, อายุ 26 ปี)

“คิดว่าเป็นการช่วยเหลือคนพิการที่ค้าขาย ถือเป็นการทำบุญแล้วก็ได้ลุ้นไปด้วย”

(หญิง, อายุ 46 ปี)

“มีความน่าเชื่อถือเพราะเป็นของรัฐบาล มั่นใจได้ว่าจะได้เงินรางวัลจริง”

(ชาย, อายุ 26 ปี)

“เป็นห่วยถูกกฎหมายและมีการคุ้มครองสิทธิ”

(ชาย, อายุ 35 ปี)

จากการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความมั่นใจในสลากกินแบ่งรัฐบาลเพราะเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมายมีการคุ้มครองสิทธิมีความน่าเชื่อถือ และหาซื้อได้ง่าย ซึ่งเหตุผลเหล่านี้เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพื่อเป็นการตอบสนองต่อความต้องการที่จะเสี่ยงโชคแบบไม่ผิดกฎหมาย

2.2 แรงจูงใจด้านอารมณ์

จากการสัมภาษณ์และคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน ซึ่งเป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพื่อให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่างมี

แรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านอารมณ์อย่างไร พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจด้านอารมณ์ที่หลากหลาย พิจารณาจากคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่าง เช่น

“ก็ซื้อเพื่อความสนุกสนาน เพราะก็รู้ว่าโอกาสที่จะถูกก็ยาก แต่เราซื้อเราก็ยังหวังนิด ๆ ว่าจะถูกหยบบ้างของอย่างนี้มันก็ขึ้นอยู่กับดวงด้วย”

(หญิง, อายุ 48 ปี)

“ชอบเสี่ยงโชค ก็รู้ว่าโอกาสที่จะถูกรางวัลมันมีน้อยถึงน้อยมาก เราแค่รู้สึกว่าจะขอให้โชคได้ซื้อ ไม่นั่นเราก็คงจะถูกก็ได้”

(หญิง, อายุ 26 ปี)

“เงินรางวัลคงเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้ซื้อ หรือไม่ก็คิดว่าซื้อเพราะจะลองเสี่ยงโชคสนุก ๆ”

(หญิง, อายุ 35 ปี)

“ซื้อตามโอกาสพิเศษมากกว่า อย่างเช่น เพิ่งออกรถมาใหม่เลยซื้อเลขทะเบียนรถ วันเกิด”

(ชาย, อายุ 27 ปี)

“ได้เลขเด็ดมาจากเพื่อน เลยตั้งใจจะมาหาซื้อ เพราะเห็นเพื่อนถูกหยบบ่อย”

(ชาย, อายุ 30 ปี)

“ผ่านเห็นตัวเลข ก็เลยมาซื้อเผื่อให้โชคให้ลาภ”

(หญิง, อายุ 38 ปี)

“อยากรวย อยากถูกรางวัลที่ 1”

(หญิง, อายุ 24 ปี)

จากการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาพบว่าพบว่าการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของกลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจที่หลากหลายแตกต่างกันไป แต่แรงจูงใจที่สำคัญของการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ ความต้องการเงินรางวัลและความชอบในการเสี่ยงโชค นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างบางคนมองว่าการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลนั้นเพื่อความสนุกสนานมากกว่า แต่ก็ยังมีความหวังในเงินรางวัลเล็กน้อย และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยอมรับว่าโอกาสในการถูกรางวัลมีน้อย แต่เขายังชอบที่จะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อเสี่ยงโชค

3. ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิต

จากการศึกษาข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน ซึ่งเป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล สามารถแยกรูปแบบการดำเนินชีวิต 3 ด้าน ดังนี้

3.1 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม

จากการสัมภาษณ์และคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน ซึ่งเป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพื่อให้ทราบว่าการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมอย่างไร พิจารณาจากคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่าง เช่น

“ก่อนซื้อก็จะมีการพูดคุยกับเพื่อนกับญาติพี่น้องบ้างว่างวดนี้มีเลขอะไรน่าสนใจบ้าง เพราะเป็นคนที่ชอบซื้อหวยเสี่ยงโชคอยู่แล้ว”

(ชาย, อายุ 28 ปี)

“โดยปกติก็ซื้อไม่บ่อยนะ เพราะคิดว่าตัวเองไม่ได้มีโชคทางนี้เท่าไร แต่ก็มีซื้อบ้างจะซื้อเพื่อความสนุกสนานเป็นบางครั้งบางคราวซะมากกว่า”

(หญิง, อายุ 35 ปี)

“เป็นคนชอบเสี่ยงโชคอยู่แล้ว ก็จะมีซื้อหวย ซื้อลอตเตอรี่เป็นปกติประจำอยู่แล้ว มองว่ามันเป็นความหวังเล็กๆ น้อยๆ”

(หญิง, อายุ 26 ปี)

“มีคุยกับแม่ค้าบ้างว่างวดนี้เลขไหนมา เขาซื้อเลขอะไรกัน”

(ชาย, อายุ 35 ปี)

“เคยไปขูดหาเลขตามสถานที่ต่างๆ ที่เราศรัทธา”

(หญิง, อายุ 32 ปี)

จากการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาพบว่าพบว่ามีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมในลักษณะที่หลากหลายแตกต่างกันไป นำไปสู่การแสดงออกของพฤติกรรม การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล หรือการเสี่ยงโชคของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคน โดยจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยส่วนใหญ่จะมีกิจกรรมหลักที่คล้ายคลึงกัน คือ การพูดคุยแลกเปลี่ยนกับคนรอบข้างก่อนทำการซื้อเสมอ ทั้งกับคนในครอบครัว เพื่อนฝูง หรือกับพ่อค้าแม่ค้าสลากตามสถานที่ที่เขาเลือกที่จะทำการซื้อ กลุ่มตัวอย่างบางคนเคยมีประสบการณ์การหาเลขดังจากสิ่งที่เขาเชื่อหรือศรัทธา ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนขึ้นอยู่กับความเชื่อและมุมมองของแต่ละบุคคล และนอกเหนือจากนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็มักจะเคยเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่น เช่นการซื้อหวยใต้ดิน อีกด้วย

3.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ

จากการสัมภาษณ์และคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน ซึ่งเป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่ามีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจอย่างไร พิจารณาจากคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่าง เช่น

“โดยปกติก็จะหาเลขเด็ดจากหนังสือหวยต่างๆ เช่น ม้าสีหมอก ขวัญใจคนจน หลวงพ่อปากแดง เป็นต้น เพราะแม่ก็ชอบดูหนังสือพวกนี้อยู่แล้ว”

(หญิง, อายุ 26 ปี)

“ไม่ค่อยมีความสนใจเท่าไรนะ เพราะส่วนใหญ่เวลาจะซื้อก็จะเลือกแค่เลขที่ถูใจ หรือไม่ก็คิดเลขเอาเองเลย”

(หญิง, อายุ 35 ปี)

“ดูข่าวทางทีวีพอช่วงใกล้วันหวยออกก็จะได้ยินข่าวของแปลกพวกต้นไม้ออกลูกแปลกๆ อะไรพวกนี้ แล้วนำมาตีเป็นตัวเลขเพื่อจะซื้อ”

(หญิง, อายุ 45 ปี)

จากการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีกิจกรรมการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลก็มีความสนใจกับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการเสี่ยงโชคเพื่อให้ได้มาซึ่งตัวเลขของการเสี่ยงโชคเหล่านั้น หรืออาจจะเป็นการให้ความสนใจในหลักการหรือวิธีการหาเลขที่แตกต่างกันไปของแต่ละคน ซึ่งจากการสัมภาษณ์โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะให้ความสนใจกับสิ่งใกล้ตัวของพวกเขา อาทิเช่น สนใจที่จะพูดคุยกับคนรอบข้าง หรือให้ความสนใจกับสื่อต่างๆ เช่น ข่าวทางทีวี หนังสือ หรือแม้กระทั่งสื่อออนไลน์ต่างๆ

3.3 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น

จากการสัมภาษณ์และคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน ซึ่งเป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นในลักษณะที่หลากหลาย พิจารณาจากคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่าง เช่น

“คิดว่าน่าจะมีการควบคุมราคาขายหน่วย เพราะราคาที่ซื้อกันตอนนี้ 100 – 120 บาทต่อใบ แล้วซึ่งมันเกินกว่าราคาจริงตั้ง 20 – 40 บาท ถ้าเกิดว่ารัฐบาลควบคุมได้ก็อาจจะทำให้คนที่ซื้อได้ดินหันมาซื้อล็อตเตอรี่กันมากขึ้นก็ได้”

(ชาย, อายุ 43 ปี)

“ทางกองสลากน่าจะมีการหารูปแบบการเสี่ยงโชคแบบใหม่ๆ บ้าง เพื่อดึงดูดให้น่าสนใจมากกว่านี้ และยังเป็นการจัดดูให้พวกเล่นหวยได้ดินได้เล่นแบบถูกกฎหมายหน่อย และยังทำให้รัฐบาลอาจจะได้เงินเข้าระบบมากขึ้นด้วย”

(หญิง, อายุ 45 ปี)

จากการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาพบว่ากลุ่มตัวอย่างอยากให้มีการควบคุมราคาขาย หรือการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเสี่ยงโชคให้เกิดความแปลกใหม่น่าสนใจมากขึ้น เพื่อเป็นการกระตุ้นให้คนหันมาสนใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมากกว่าการซื้อหวยใต้ดิน จะเป็นการช่วยให้เงินเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจได้มากขึ้น

4. ข้อมูลทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล

จากการศึกษาข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน ซึ่งเป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล สามารถแยกทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

4.1 ทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์

จากการสัมภาษณ์และคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน ซึ่งเป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์ในลักษณะที่หลากหลาย พิจารณาจากคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่าง เช่น

“คิดว่ามีประโยชน์ดี ทำให้รัฐบาลมีรายได้จากการขายเกิดเงินหมุนเวียนหรือนำเงินไปพัฒนาประเทศได้”

(หญิง, อายุ 26 ปี)

“อย่างน้อยเงินที่ซื้อล็อตเตอรี่ก็เข้ารัฐดีกว่าซื้อหวยใต้ดินหน่อย เพราะหวยใต้ดินเจ้ามือได้อย่างเดียว”

(หญิง, อายุ 39 ปี)

“ก็เป็นการทำให้คนมีอาชีพนะ เช่น คนแก่ คนพิการ เพราะปัจจุบันคนขายล็อตเตอรี่มีเยอะมาก แต่ก็ดีกว่านี้ถ้ามีการควบคุมราคาที่เหมาะสมจะได้ไม่เอาเปรียบกัน”

(หญิง, อายุ 32 ปี)

“เป็นการกระจายรายได้ให้กับประชาชนรากหญ้า เช่น คนขายที่เดินเร่ขาย หรือคนพิการ ก็ถือว่ามีประโยชน์”

(หญิง, อายุ 25 ปี)

จากการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาพบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลที่หลากหลาย โดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นไปในทางเดียวกัน ก็คือ มองว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการสนับสนุนให้ประชาชนเสี่ยงโชคอย่างถูกกฎหมาย และยังทำให้เกิดประโยชน์ต่อรัฐบาล เกิดเงินหมุนเวียนสามารถนำเงินจากการขายไปเป็นส่วนในการพัฒนาสังคม ทำให้เกิดอาชีพเกิดการกระจายรายได้ และยังทำให้เงินนอกระบบเศรษฐกิจกลับเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจได้มากขึ้น

4.2 ทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านข้อมูลข่าวสาร

จากการสัมภาษณ์และคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน ซึ่งเป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านข้อมูลข่าวสารในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป พิจารณาจากคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่าง เช่น

“ส่วนใหญ่ได้ยินแต่ข่าวการล้อเลข การออกรางวัลที่ไม่โปร่งใส ซึ่งโดยส่วนตัวแล้วค่อนข้างมั่นใจในการออกรางวัลที่โปร่งใสนะ เพราะคิดว่าเค้าน่าจะมีคนตรวจสอบที่น่าเชื่อถือได้ และก็ยังมีการถ่ายทอดสดการออกรางวัลด้วยถึงแม้ว่าจะไม่เคยดู”

(หญิง, อายุ 27 ปี)

“ปกติไม่ได้ติดตามข่าวสารเท่าไรนัก สำหรับหวยคนก็สนใจว่าเลขที่ออกออกอะไรมากกว่า ไม่ได้สนใจหรือได้รับข้อมูลทางด้านอื่นๆ ว่านำเงินที่ได้จากการขายไปทำอะไรบ้าง แต่ก็คิดว่าเค้าน่าจะมีการจัดการที่ดีอยู่แล้ว และก็ยังมั่นใจว่าการออกรางวัลมีความน่าเชื่อถือได้”

(หญิง, อายุ 35 ปี)

“ไม่ค่อยมั่นใจว่าไม่ได้ล้อเลข เพราะหลายๆครั้งเลขที่ออกมามันเหมือนจงใจให้ออกมาแบบนั้น อย่างเลขรศนายที่ออกมาในหลายๆงวด”

(หญิง, อายุ 33 ปี)

จากการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาพบว่าการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาลของกลุ่มตัวอย่าง โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างไม่ค่อยมีความสนใจหรือติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะให้ความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับความโปร่งใสของการออกรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลมากกว่า ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์มีทั้งกลุ่มที่มีความมั่นใจและไม่มีความมั่นใจในความโปร่งใสของกระบวนการออกรางวัล โดยจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความมั่นใจว่าการออกรางวัลมีความโปร่งใส โดยกลุ่มตัวอย่างได้ให้เหตุผลว่า เขาคิดว่าทางกองสลากมีกระบวนการออกรางวัลที่เป็นระบบ และยังมีการถ่ายทอดสดการออกรางวัล จึงทำให้เขามั่นใจได้ว่าผลที่ออกมานั้นน่าเชื่อถือได้ และสำหรับกลุ่มที่ไม่ค่อยมั่นใจในความโปร่งใสของการออกรางวัลนั้น กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ได้ให้เหตุผลว่า เขารู้สึกว่าเลขที่ออกนั้นมีการวนออกเหมือนๆ กันในหลายๆ งวด และเขามองว่าการลือคเลขก็เคยเกิดขึ้นมาแล้ว และคิดว่ามันก็น่าที่จะทำได้อีก แต่เขาก็ยังคงเลือกที่จะเสี่ยงโชคด้วยวิธีนี้อยู่แม้ว่าจะไม่ค่อยมั่นใจในความโปร่งใสของการออกรางวัลสลากก็ตาม

4.3 ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านความรู้สึกรับชอบ

จากการสัมภาษณ์และคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน ซึ่งเป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านความรู้สึกรับชอบในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป พิจารณาจากคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่าง เช่น

“ชอบนะ เพราะหาซื้อได้ง่ายสะดวกดี”

(หญิง, อายุ 30 ปี)

“โดยส่วนตัวเป็นคนชอบการเสี่ยงโชคอยู่แล้ว ก็รู้สึกชอบลอตเตอรี่ตรงที่เป็นรูปแบบการเสี่ยงโชคแบบถูกกฎหมาย”

(หญิง, อายุ 26 ปี)

“ชอบที่มีความน่าเชื่อถือมากกว่าหวยใต้ดิน เพราะถ้าเป็นหวยใต้ดินเราต้องซื้อกับคนที่รู้จักถึงจะไว้วางใจได้ว่าจะไม่โกงเราถ้าถูกรางวัล แต่ถ้าเป็นลอตเตอรี่ก็มีรัฐบาลเป็นเจ้ามือ”

(หญิง, อายุ 39 ปี)

“เราซื้อได้ง่ายดี แต่จะหาเลขที่ต้องการได้ยากหน่อย”

(หญิง, อายุ 28 ปี)

จากการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาพบว่าการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบที่จะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะหาซื้อได้ง่ายและสะดวก และมีความน่าเชื่อถือเพราะเป็นของรัฐบาล ซึ่งมีกฎหมายคุ้มครองสิทธิ

4.4 ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านความตั้งใจซื้อ

จากการสัมภาษณ์และคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน ซึ่งเป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านความตั้งใจซื้อในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป พิจารณาจากคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่าง เช่น

“มองว่าล็อตเตอรี่ก็คือทางเลือกหนึ่งของการเสี่ยงโชคมากกว่า ถ้าเกิดเลขนั้นซื้อได้ดินไม่ได้
เจ้ามือไม่รับหรือซื้อไม่ทัน ล็อตเตอรี่ก็จะเป็นอีกตัวเลือกหนึ่งมากกว่า”

(ชาย, อายุ 42 ปี)

“จะซื้อก็ต่อเมื่อมีเลขที่ต้องการจะซื้อ หรือต้องการที่จะเสี่ยงโชคเท่านั้น”

(หญิง, อายุ 35 ปี)

“ก็ถ้าอยากจะเสี่ยงโชคก็เลือกที่จะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมากกว่า เพราะมันหาซื้อได้ง่ายดี
ไม่เหมือนหวยใต้ดิน ถ้าเป็นหวยใต้ดินเราต้องมีแหล่งที่รู้จักถึงจะไวใจได้”

(หญิง, อายุ 28 ปี)

“อยากได้เงินรางวัลและก็ชอบเสี่ยงโชคอยู่แล้วก็จะซื้อเรื่อย ๆ ถึงไม่ค่อยถูกรางวัลกับเขาแต่ก็
ชอบที่จะซื้อ”

(หญิง, อายุ 26 ปี)

จากการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาพบว่าโดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจที่จะซื้อสลากกินแบ่ง
รัฐบาลเพื่อการเสี่ยงโชค เพราะเงินรางวัลที่น่าสนใจ และสลากกินแบ่งรัฐบาลหาซื้อได้ง่าย และเป็น
ทางเลือกให้สำหรับกลุ่มคนที่ชื่นชอบการเสี่ยงโชคที่จะการเสี่ยงโชคแบบถูกกฎหมาย

5. ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน ซึ่งเป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับ
ปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อจำนวน 2 ฉบับต่อครั้ง รองลงมา
1 ฉบับต่อครั้ง และ 3 ฉบับขึ้นไป ตามลำดับ ความถี่ในการซื้อส่วนใหญ่ซื้อ 1 – 6 งวด รองลงมา 7 – 12
งวด 19 – 24 งวด และ 13 – 18 งวด ตามลำดับ จำนวนเงินในการซื้อโดยประมาณส่วนใหญ่ 100 – 200
บาท รองลงมา 201 – 300 บาท และ 301 บาทขึ้นไป ตามลำดับ แหล่งจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลโดย
ส่วนใหญ่ซื้อจากร้านค้าแผงลอยทั่วไป รองลงมา คนเดินเร่ขาย และ คนฟิการ์ ตามลำดับ ช่วงเวลาในการ
ซื้อโดยส่วนใหญ่ซื้อ ก่อนออกรางวัล 1 – 2 วัน รองลงมา ก่อนออกรางวัล 3 – 5 วัน ก่อนออกรางวัล 1
สัปดาห์ และเช้าของวันออกรางวัล ตามลำดับ สาเหตุหลักในการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลส่วนใหญ่ซื้อ
เพราะ อยากถูกรางวัล รองลงมา เพื่อความสนุกสนาน ชอบเสี่ยงโชค และทำการกุศล/ช่วยเหลือผู้พิการ
ตามลำดับ ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่คือ ตัวเอง รองลงมา พนักงานขาย ครอบครัว
และเพื่อน ตามลำดับ

6. ข้อมูลผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

จากการศึกษาข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน ซึ่งเป็นพนักงานโรงงาน
อุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล สามารถแยกผลกระทบจากการ
ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลออกเป็น 2 ด้าน ดังนี้

6.1 ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านการออม

จากการสัมภาษณ์และคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน ซึ่งเป็นพนักงานโรงงาน
อุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่าผลจากการซื้อสลากกินแบ่ง

รัฐบาลส่งผลกระทบต่อการออมในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป พิจารณาจากคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่าง เช่น

“ไม่มีผลเลย เพราะจะหักเงินในส่วนที่จะเก็บออกก่อน ส่วนเงินที่ใช้ซื้อก็เป็นเงินที่ใช้จ่ายในชีวิตประจำวันมากกว่า”

(หญิง, อายุ 35 ปี)

“มีผล ทำให้เงินเหลือเก็บน้อยลงในเดือนที่ซื้อ เพราะจะเอาเงินเก็บซื้อเพื่อทำให้เงินที่ต้องใช้ในชีวิตประจำวันพอใช้จนถึงสิ้นเดือน”

(หญิง, อายุ 23 ปี)

“ไม่ส่งผลกระทบเท่าไร เพราะเราไม่ได้ซื้อหลายใบ และก็ไม่ได้ซื้อทุกงวด ส่วนใหญ่ก็ซื้อไม่บ่อยนานๆครั้งซื้อที”

(ชาย, อายุ 29 ปี)

“การออมไม่มีผลกระทบ แต่อาจจะต้องใช้จ่ายน้อยลงแต่ก็ไม่มาก เพราะซื้อแค่ 1-2 ใบ”

(หญิง, อายุ 30 ปี)

จากการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาพบว่าพฤติกรรม การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมีทั้งส่งผลกระทบและไม่ส่งผลกระทบต่อการออมของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่าพฤติกรรม การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการออมของเขา โดยกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ได้ให้เหตุผลว่า การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของเขานั้น ไม่ได้เกิดการซื้อเป็นประจำ นานๆ ซื้อที และปริมาณในการซื้อแต่ละครั้งของเขาไม่ได้ซื้อจำนวนมาก ดังนั้นการซื้อในแต่ละครั้งของพวกเขาจึงไม่ได้ทำให้เกิดผลกระทบต่อการออมเงินของเขา สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีผลกระทบด้านการออมจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่า ผลกระทบที่เกิดขึ้นส่งผลทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของเขาในครั้งต่อไป หรือความถี่ในการซื้อของเขาอาจจะต้องมีการซื้อที่น้อยลง ซึ่งจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การซื้อนั้นอาจจะไม่ได้ส่งผลทำให้ปริมาณการออมของเขาเพิ่มขึ้น แต่ก็เป็นการทำให้เขามีเงินสำหรับการใช้จ่ายในส่วนอื่นๆ ที่เพิ่มมากขึ้นแทน

6.2 ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านการใช้จ่าย

จากการสัมภาษณ์และคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน ซึ่งเป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่าผลจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลส่งผลกระทบต่อการออมในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป พิจารณาจากคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่าง เช่น

“ไม่มีผลกระทบ ซื้อตามกำลังที่เราจะซื้อได้แล้วไม่ทำให้เดือดร้อน ซื้อพอสนุกสนานมากกว่า”

(ชาย, อายุ 33 ปี)

“มีผลกระทบ เราก็ต้องซื้อของอย่างอื่นให้น้อยลง เพราะราคาสลากกินแบ่งรัฐบาลก็ค่อนข้างราคาสูง”

(หญิง, อายุ 28 ปี)

“ก็มีบ้างนะ เพราะราคาล็อตเตอรี่ที่ขายกันทั่วไปก็ราคาใบละ 100 บาทขึ้นไป ก็ใช้ซื้ออย่างอื่นได้เยอะเหมือนกัน แต่ถ้าวัดไหนเราอยากซื้อจริง ๆ ก็ต้องซื้อของอย่างอื่นให้น้อยลงเพื่อไม่ให้เราเดือดร้อน”

(หญิง, อายุ 30 ปี)

จากการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาพบว่าพฤติกรรม การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมีทั้งส่งผลกระทบและไม่ส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายในชีวิตประจำวันของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่าพฤติกรรม การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายในชีวิตประจำวันของพวกเขา โดยกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ได้ให้เหตุผลว่า การซื้อของเขา นั้นซื้อเพื่อความสนุกสนานมากกว่า และไม่ได้ซื้อในจำนวนที่เยอะจนทำให้เขาเดือดร้อน สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีผลกระทบด้านการใช้จ่ายในชีวิตประจำวันจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ได้ให้เหตุผลว่า ราคาสลากกินแบ่งรัฐบาลในปัจจุบันมีราคาสูง ดังนั้นการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของเขาในแต่ละครั้งนั้น เขาก็ต้องมีการลดปริมาณการใช้จ่ายในส่วนอื่นๆ ลงบ้าง



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึง มูลเหตุและผลกระทบเชิงพฤติกรรมที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ผู้วิจัยได้สรุปผลของการวิจัย ดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายของการวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลโดยรวม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจ ซึ่งประกอบด้วย ด้านเหตุผล และด้านอารมณ์พนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ
3. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งประกอบด้วย กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ
4. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งประกอบด้วย ด้านประโยชน์ ด้านข้อมูล ข่าวสารด้านความรู้สึกรับ และด้านความตั้งใจในการซื้อพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ
5. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย สถานที่ซื้อ เวลาที่ซื้อ ปริมาณที่ซื้อ ความถี่ในการซื้อ จำนวนเงินในการซื้อต่อครั้งโดยประมาณ สาเหตุที่ซื้อและผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ
6. ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ประกอบด้วย ด้านการออม และด้านการใช้จ่ายในชีวิตประจำวันพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อให้รัฐบาลได้รับข้อมูลด้านผลกระทบต่อเงินออมของผู้บริโภคที่เกิดจากการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล เพื่อการตัดสินใจในการกำหนดนโยบายที่เหมาะสมมากยิ่งขึ้น
2. เพื่อให้บุคคลทั่วไปได้ทราบถึงปัจจัยในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล รวมทั้งผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อเป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้จ่าย
3. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับบุคคลอื่นที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และผลกระทบที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล
4. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อไป

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (ด้านปริมาณการซื้อ

ความถี่ในการซื้อ และจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งโดยประมาณ) ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

2. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (ด้านปริมาณการซื้อ ความถี่ในการซื้อ และจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งโดยประมาณ) ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

3. ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (ด้านปริมาณการซื้อ ความถี่ในการซื้อ และจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งโดยประมาณ) ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

4. พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล (ด้านการใช้จ่าย) ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง มูลเหตุและผลกระทบเชิงพฤติกรรมที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล และอธิบายผลได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคล

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.00 และเพศชาย 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 ตามลำดับ

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 35-44 ปี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 อายุระหว่าง 15-24 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 และอายุ 45 ปีขึ้นไป จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส โสด จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 และสถานภาพ สมรส จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษานุปริญญา / ปวส. จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. จำนวน 104 คิดเป็นร้อยละ 26.00 ปริญญาตรี หรือสูงกว่า จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 และมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 12,001 – 14,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 รองลงมาคือ รายได้ 14,001 – 16,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 รายได้ 10,001 – 12,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 รายได้ 16,001 บาทขึ้นไป

จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

แรงจูงใจด้านเหตุผล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแรงจูงใจด้านเหตุผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย และสลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวกกว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่นๆ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และ 3.72 ตามลำดับ ส่วนสลากกินแบ่งรัฐบาลมีการออกรางวัลที่โปร่งใส และยุติธรรม และท่านได้เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยพัฒนาสังคมจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 และ 3.13 ตามลำดับ

แรงจูงใจด้านอารมณ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแรงจูงใจด้านอารมณ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านซื้อเพราะอยากถูกรางวัลเหมือนคนอื่น ๆ และท่านซื้อเพราะต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และ 3.51 ตามลำดับ ส่วนท่านซื้อเพราะคนสนิทหรือคนที่นับถือซื้อ หรือแนะนำให้ซื้อ และท่านซื้อเพราะเห็นคนอื่น ๆ ซื้อกัน อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 และ 3.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านมักจะเข้าร่วมกิจกรรมการเสี่ยงโชครูปแบบอื่น ๆ อยู่เสมอ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 ส่วนท่านมักจะตามหาเลขเด็ดตามคำบอกเล่าของบุคคลอื่น และท่านมักจะเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อการเสี่ยงโชค เช่น จากเกจิอาจารย์ดัง ๆ ให้เลข เป็นต้น อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.57 และ 2.43 ตามลำดับ

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความสนใจเกี่ยวกับการทำนายเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากความฝัน หรือวิธีอื่นๆ และมีความสนใจแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคกับคนรอบข้าง อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.66 และ 2.64 ตามลำดับ ส่วนท่านสนใจติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.48

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล หาซื้อได้ง่าย เหมาะกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของท่าน ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นสินค้าที่มีราคาคุ้มค่ากับการตัดสินใจซื้อ ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลถือเป็นการมอมเมาประชาชน และท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถช่วยพัฒนาสังคมได้ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 2.78 2.75 และ 2.73 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล

ทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้รัฐบาลมีรายได้เพิ่มขึ้น สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เงินนอกระบบเศรษฐกิจกลับเข้ามาสู่ระบบเพื่อเป็นการพัฒนาประเทศ เงินที่ได้จากการขายสลากกินแบ่งรัฐบาล สามารถช่วยในการพัฒนาสังคม สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น และสลากกินแบ่งรัฐบาลมีผลดีมากกว่าผลเสีย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 3.11 2.98 2.91 และ 2.88 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านข้อมูลข่าวสาร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การให้ข่าวทางสื่อต่าง ๆ ทำให้สลากกินแบ่งรัฐบาลมีความน่าเชื่อถือ ท่านพอใจกับการให้ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล และข่าวเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้เกิดผลดีต่อการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล เช่น ภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 3.06 และ 3.05 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านความรู้สึกชอบ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ส่วนสลากกินแบ่งรัฐบาลมีความน่าเชื่อถือในการรับประกันและคุ้มครองสิทธิตามกฎหมาย สลากกินแบ่งรัฐบาลน่าสนใจกว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่น ๆ ท่านชอบซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะมีเลขให้เลือกหลากหลาย สลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถจูงใจท่านให้สนใจมากกว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่น ๆ สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้คนชอบการเสี่ยงโชคมากขึ้น และท่านสนับสนุนสลากกินแบ่งรัฐบาลเพราะได้ช่วยสังคม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 3.31 2.98 2.88 2.86 2.80 และ 2.78 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านความตั้งใจในการซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านอยากซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพราะเงินรางวัลที่ยุติธรรม การมีโอกาสถูกรางวัลที่เหมาะสม ทำให้ท่านต้องการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ความตื่นเต้นจากการเสี่ยงโชคทำให้ท่านอยากมีส่วนร่วมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ท่านยินดีที่จะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะมีส่วนในการช่วยพัฒนาสังคม ความสะดวกรวดเร็วในการตรวจรางวัลและรับเงินรางวัลทำให้ท่านตั้งใจจะซื้อ และคนรอบข้างซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อของท่าน อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 3.19 3.03 2.91 2.87 และ 2.85 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแต่ละครั้งเป็นจำนวนกี่ฉบับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 1 – 3 ฉบับ จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 83.00 รองลงมาคือ 4 – 6 ฉบับ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 และ 7 – 10 ฉบับ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.19 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.726

ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลกี่ครั้งในรอบ 1 ปี (24 งวด) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 1 – 6 ครั้ง จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75 รองลงมาคือ 7 – 12 ครั้ง จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 19 – 24 ครั้ง จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 และ 13 – 18 ครั้ง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 10.50 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 7.776

จำนวนเงินในการซื้อต่อครั้งโดยประมาณ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 100 – 500 บาท จำนวน 367 คน คิดเป็นร้อยละ 91.75 รองลงมาคือ 501 – 900 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 901 – 1,300 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 1,701 – 2,100 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 2,101 – 2,500 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 และ 1,301 – 1,700 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 287.68 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 311.756

ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจากแหล่งจำหน่ายใด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจากร้านค้าแผงลอยทั่วไป จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมาคือ คนเดินเร่ขาย จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 คนพิการ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และแผงลอยของสำนักงานสลาก จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 ตามลำดับ

ท่านเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลในช่วงเวลาใด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ก่อนออกรางวัล 1 วัน จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 รองลงมาคือ เข้าซองวันออกรางวัล จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 ก่อนออกรางวัล 2 – 3 วัน จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 ก่อนออกรางวัล 1 สัปดาห์ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 และก่อนออกรางวัล 3 – 5 วัน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

สาเหตุหลักที่ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพราะ อยากถูกรางวัล จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมาคือ เพื่อความสนุกสนาน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 ชอบเสี่ยงโชค จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 ได้เลขเด็ดมา จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 ทำการกุศล/ช่วยเหลือรัฐบาล จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 และถูกชักจูงจากบุคคลอื่น จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ

ท่านคิดว่าใครมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของท่านมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพราะ ตนเอง จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 รองลงมาคือ เพื่อน จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ครอบครัว จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และพนักงานขาย จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 ตามลำดับ

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

ผลกระทบด้านการออม

ปัจจุบันท่านมีการออมเงินหรือไม่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการออม จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 79.50 และไม่มีการออม จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 ตามลำดับ

ท่านคิดว่าการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมีผลทำให้การออมเงินของท่านเปลี่ยนแปลงอย่างไร จาก 318 คน ที่มีการออม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบ เท่าเดิม จำนวน 164 คน คิดเป็น

ร้อยละ 51.57 รองลงมาคือ ลดลง 147 คน คิดเป็นร้อยละ 46.23 และเพิ่มขึ้น จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20 ตามลำดับ

ท่านมีการออมเงินในรูปแบบใดบ้าง จาก 318 คน ที่มีการออม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรูปแบบการออมเป็น เงินฝากธนาคาร จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 92.45 รองลงมาคือ เงินสด จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 34.60 การเล่นแชร์ หรือการให้กู้ยืมเงินโดยไม่มีสัญญา จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 24.53 ทองคำ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 และการให้กู้ยืมเงินระยะสั้น หรือยาวที่มีสัญญาตามกฎหมาย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.77 ตามลำดับ

ผลกระทบด้านการใช้จ่าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผลกระทบด้านการใช้จ่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.49 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านการสื่อสาร เช่น ค่าบริการโทรศัพท์บ้าน ค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ ค่าบริการชั่วโมงอินเทอร์เน็ต ท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม การใช้จ่ายด้านกิจกรรมเพื่อสังคม และการใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 2.62 2.62 และ 2.62 ตามลำดับ ส่วนท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย ท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านยานพาหนะและการเดินทาง ท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านที่พักอาศัย เช่น ค่าเช่าบ้าน ค่าผ่อนชำระที่พักอาศัย ค่าน้ำ ค่าไฟ และท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านสุขภาพ เช่น ค่ารักษาพยาบาล ค่ายารักษาโรค อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56 2.44 2.28 และ 2.15 ตามลำดับ

ส่วนที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย แรงจูงใจด้านเหตุผล และแรงจูงใจด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย ด้านปริมาณการซื้อ ความถี่ในการซื้อ และจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง โดยประมาณ โดยสามารถจำแนกออกเป็นสมมติฐานย่อยได้ 3 สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย แรงจูงใจด้านเหตุผล และแรงจูงใจด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ

ปัจจัยแรงจูงใจด้านเหตุผลโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยแรงจูงใจด้านอารมณ์โดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย แรงจูงใจด้านเหตุผล และแรงจูงใจด้าน

ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านข้อมูลข่าวสารโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านความรู้สึกชอบโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านความตั้งใจในการซื้อโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อโดยรวม ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย ด้านปริมาณในการซื้อ ด้านความถี่ในการซื้อ และด้านจำนวนเงินในการซื้อ มีความสัมพันธ์กับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการใช้จ่าย ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านปริมาณการซื้อ ไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการใช้จ่าย ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านความถี่ในการซื้อ มีความสัมพันธ์กับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการใช้จ่าย ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านจำนวนเงินในการซื้อ ไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการใช้จ่าย ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา มูลเหตุและผลกระทบเชิงพฤติกรรมที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. แรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยองโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแรงจูงใจด้านเหตุผลในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมากกว่าแรงจูงใจด้านอารมณ์ ซึ่งแรงจูงใจด้านเหตุผลที่สำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามคือ สลากกินแบ่งรัฐบาลคือการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมายและสามารถหาซื้อได้ง่ายสะดวกกว่าการเสี่ยงโชครูปแบบอื่น ซึ่งสอดคล้องกับ พิบูล ที่ปะปาล (2545, น. 156-159) กล่าวถึงแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล (Rational Buying Motives) ว่าเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการใคร่ครวญพิจารณาของผู้ซื้อที่มีเหตุผลก่อนว่า ทำไมจึงซื้อสินค้าชนิดนั้น เช่น ความเชื่อถือได้ (Dependability) เป็นแรงจูงใจในการซื้อที่มีความสำคัญมากอย่างหนึ่ง และความสะดวกในการใช้ (Convenience) เป็นแรงจูงใจในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดย

คำนึงถึงความสะดวกสบายและประหยัดเวลาในการใช้ เป็นต้น และสอดคล้องกับ สรารัตน์ บุญวงศ์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ที่มีอาชีพค้าขายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ลำดับที่หนึ่ง ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย/สถานที่ มีผลต่อการซื้อสลากในระดับมาก ได้แก่ การที่สามารถหาซื้อได้ง่าย รองลงมาคือ สถานที่จัดจำหน่ายมีเพียงพอต่อลูกค้า และมีการจัดจำหน่ายที่เพียงพอ ตามลำดับ

2. รูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง มากกว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมและความสนใจ ซึ่งความคิดเห็นที่สำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามคือ เชื่อว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นสินค้าที่คุ้มค่ากับการตัดสินใจซื้อ รัฐบาลสามารถนำรายได้ไปพัฒนาสังคมได้ และเป็นสินค้าที่หาซื้อได้ง่ายและเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของเขา ซึ่งสอดคล้องกับ เอ็นเจอร์ แบคเวล และมินิเยด (Engel, James F. Blackwell, Roger D., & Miniard, W, Paul, 1993) ให้คำจำกัดความของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นไว้ว่าความคิดเห็น เป็น “คำตอบ” ของแต่ละบุคคลในการตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นซึ่งเปรียบเสมือนเป็น “คำถาม” ในลักษณะของการตีความ ความคาดหวัง และการประเมินผล เช่น ความหวังเหตุการณ์ในอนาคต และการประเมินผลดีและผลเสียของการเลือกที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

3. ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย ด้านประโยชน์ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านความรู้สึกรับชอบ และด้านความตั้งใจในการซื้อ อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นไปได้ที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการช่วยสนับสนุนให้ภาครัฐมีรายได้เพิ่มขึ้น ทั้งนี้สลากกินแบ่งรัฐบาลอยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐบาลซึ่งเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย มีเงินรางวัลเป็นสิ่งจูงใจ หาซื้อได้สะดวก ง่าย มีความโปร่งใส ในทางกลับกันยังสามารถช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้จำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น ส่งผลให้คนมีรายได้จากการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลมากขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชญานิษฐ์ เมธาชนโชติ (2546) ได้ศึกษาเรื่อง ทศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสลากอัตรโนมัติ 2 ตัวและ 3 ตัว ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ผลการวิจัยพบว่า ทศนคติที่มีต่อสลากอัตรโนมัติ 2 ตัวและ 3 ตัว ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านประโยชน์ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านความรู้สึกรับชอบ และด้านความตั้งใจในการซื้อ อยู่ในระดับปานกลาง

4. พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ส่วนใหญ่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 1-3 ฉบับ โดยใน 1 ปี ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 1-6 ครั้ง ค่าใช้จ่ายในการซื้อ ประมาณ 100-500 บาท ส่วนมากซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจากร้านค้าแผงลอยทั่วไป ซึ่งจะซื้อในช่วงเวลาก่อนออกรางวัล 1 วัน มีสาเหตุหลักๆ คือ อยากถูกรางวัล และตนเองเป็นคนตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรารัตน์ บุญวงศ์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ที่มีอาชีพค้าขายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลทุกงวด งวดละ 3 ฉบับโดยเฉลี่ย ค่าใช้จ่ายในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 338 บาทต่องวด ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อสลากก่อนวันออกรางวัล 1-2 วัน และนิยมซื้อตามร้านขายทั่วไปมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพรรณิการ์ รัตนกุล (2547)

ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อสลากเลขท้ายของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการซื้อสลากเลขท้ายเพราะอยากถูกรางวัล

5. ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง ส่วนใหญ่มีการออมเงิน โดยคิดว่าจะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเท่าเดิม มีการออมเงินในรูปแบบเงินฝากธนาคาร และกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการดำรงชีวิตประจำวันในระดับต่ำ เพราะจากผลการศึกษา กลุ่มตัวอย่างมีการกำหนดการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลอยู่ที่ไม่เกิน 500 บาท หรือสูงสุด 3 ฉบับต่องวด จึงทำให้เห็นว่าการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลไม่ได้กระทบต่อการออมเงิน

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

1. ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย แรงจูงใจด้านเหตุผล และแรงจูงใจด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย ด้านปริมาณการซื้อ ความถี่ในการซื้อ และจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งโดยประมาณจากการศึกษาพบว่า

1.1 ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านเหตุผล ด้านอารมณ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ และด้านจำนวนเงินในการซื้อ เพราะการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหาซื้อได้ง่ายและเป็นของหน่วยงานรัฐบาล มีการออกรางวัลที่โปร่งใส อีกทั้งการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน จึงไม่ได้เป็นผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล นอกจากการคาดเดาว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลจะมีการปรับลดราคาตลาดจากปัจจุบันเพื่อเป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

1.2 ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านเหตุผล ด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ จากงานวิจัยพบว่า ผู้บริโภคซึ่งเป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมมีแรงจูงใจด้านเหตุผลในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะสลากกินแบ่งรัฐบาลมีการออกรางวัลที่โปร่งใสและยุติธรรม อีกทั้งสลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวกกว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับพิบูล ที่ปะปาล (2545 : 156-159) กล่าวถึงแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล (Rational Buying Motives) ว่าเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการใคร่ครวญพิจารณาของผู้ซื้อที่มีเหตุผลก่อนว่า ทำไมจึงซื้อสินค้าชนิดนั้น เช่น ความเชื่อถือได้ (Dependability) เป็นแรงจูงใจในการซื้อที่มีความสำคัญมากอย่างหนึ่ง และความสะดวกในการใช้ (Convenience) เป็นการซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยคำนึงถึงความสะดวกสบายและประหยัดเวลาในการใช้เป็นต้น ส่วนทางด้านแรงจูงใจด้านอารมณ์ ผู้บริโภคซึ่งเป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมมีแรงจูงใจด้านอารมณ์ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน ซื้อเพราะอยากถูกรางวัลเหมือนคนอื่นๆ ซื้อเพราะคนสนิทหรือคนที่นับถือซื้อหรือแนะนำให้ซื้อ และซื้อเพราะเห็นคนอื่นๆ ซื้อกัน ซึ่งสอดคล้องกับพิบูล ที่ปะปาล (2545 : 156-159) กล่าวถึงแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ (Emotion Buying Motive) ว่าต้องการ अनुโลมคล้ายตามผู้อื่น (Conformity) เป็นลักษณะตรงข้ามกับพวกที่ต้องการ

จุดเด่นเป็นเอกเทศ พวกนี้จะรอคอยคนอื่นซื้อกัน หรือซื้อตามบุคคลที่มีชื่อเสียงที่ชื่นชอบ และต้องการความสำราญเพลิดเพลินใจ (Entertainment and Pleasure) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากผู้ซื้อต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน เป็นต้น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของฐาจุฑา สมประสงค์ (2542 : บทคัดย่อ) พบว่า มูลเหตุจูงใจที่ประชาชนเล่นการพนันมากที่สุด คือ อยากร่ำรวย รองลงมา คือ เป็นการเล่นเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน

2. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ ด้านความคิดเห็น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย ด้านปริมาณการซื้อ ความถี่ในการซื้อ และจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งโดยประมาณ ผลการศึกษาพบว่า

2.1 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ การที่กลุ่มตัวอย่างจะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยมีการหาเลขเด็ด การเสี่ยงโชค หรือกิจกรรมรูปแบบอื่น จะไม่ได้ส่งผลต่อปริมาณการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล อาจเป็นเพราะเงินรางวัลที่ได้รับไม่สูง จึงทำให้หันไปซื้อหวยใต้ดินที่มีได้รับเงินที่สูงกว่าเมื่อถูกรางวัล หรือกลุ่มตัวอย่างได้กำหนดงบประมาณในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลในแต่ละครั้งเพื่อไม่ให้กระทบต่อการดำรงชีวิตในปัจจุบัน

2.2 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อ และความถี่ในการซื้อ เนื่องจากสลากกินแบ่งรัฐบาลหาซื้อได้ง่ายสะดวก และเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง ส่งผลให้ปริมาณการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ เอ็นเจอร์, แบควิล และมิเนียด (Engel, et al., 1993) ให้คำจำกัดความของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นไว้ว่าความคิดเห็น เป็น “คำตอบ” ของแต่ละบุคคลในการตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นซึ่งเปรียบเสมือนเป็น “คำถาม” ในลักษณะของการตีความ ความคาดหวัง และการประเมินผล เช่น ความหวัง เหตุการณ์ในอนาคต และการประเมินผลดีและผลเสียของการเลือกที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

2.3 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมและความสนใจ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ เนื่องจากสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยรัฐบาลเป็นผู้กำหนดวันจำหน่าย 2 ครั้งต่อเดือน ทำให้ความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลอย่างมากก็ 2 ครั้งต่อเดือนถึงแม้จะได้เลขเด็ดจากการเสี่ยงโชคหรือจากคนรอบข้างก็ตาม

2.4 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ด้านความคิดเห็น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ เนื่องจากรางวัลไม่เป็นสิ่งจูงใจที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมากขึ้น แต่อาจหันกลับไปซื้อหวยใต้ดินซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ถูกกฎหมาย เพราะเมื่อถูกรางวัลจะได้รับเงินรางวัลที่สูงกว่าการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล จึงเป็นผลทำให้ไม่ว่าจะได้เลขเด็ดเพื่อการเสี่ยงโชคจากที่ใดก็ได้ก็ยังซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลไม่มาก

2.5 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมักมีความเชื่อหรือให้ความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารจากสื่อต่างๆ หรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับบุคคลรอบข้าง จึงอาจทำให้กลุ่มตัวอย่างซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ เอ็นเจอร์, แบควิล และมิเนียด (Engel, et al., 1993) ให้คำจำกัดความของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ว่าเป็นความสนใจในบางวัตถุประสงค์ บางสถานการณ์หรือบางเรื่อง ซึ่งหมายถึง ระดับความตื่นตัวที่เกิดขึ้นพร้อมกับความเอาใจใส่เป็นพิเศษ หรือความเอาใจใส่แบบต่อเนื่อง

3. ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย ด้านประโยชน์ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านความรู้สึกชอบ และด้านความตั้งใจในการซื้อ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย ด้านปริมาณการซื้อ ความถี่ในการซื้อ และจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งโดยประมาณ ผลการศึกษาพบว่า

3.1 ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านความรู้สึกชอบ ด้านความตั้งใจในการซื้อ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านปริมาณการซื้อโดยรวม ไม่ว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นสิ่งที่ถูกกฎหมาย มีผลดีมากกว่าผลเสีย ถึงแม้ภาครัฐจะมีการให้รางวัลพิเศษ แต่กลุ่มตัวอย่างยังคงคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลในบางงวดเกิดการฉ้อโกงทำให้สลากกินแบ่งรัฐบาลขาดความน่าเชื่อถือส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างไม่ได้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมากขึ้นกว่าเดิม

3.2 ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์ ด้านข้อมูลข่าวสารโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ ซึ่งปัจจัยด้านประโยชน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชญาณิชฐ์ เมธาธนโชติ (2546) ได้ศึกษาเรื่อง ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อสลากอัตรโนมัติ 2 ตัวและ 3 ตัวของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อสลากอัตรโนมัติ 2 ตัวและ 3 ตัว ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3.3 ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านความรู้สึกชอบ ด้านความตั้งใจในการซื้อ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความถี่ในการซื้อ กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกชอบสลากกินแบ่งรัฐบาลเนื่องจาก เป็นการเสี่ยงโชคแบบถูกกฎหมาย มีเลขให้เลือกหลากหลาย มีความน่าเชื่อถือและมีการคุ้มครองสิทธิ และความตั้งใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเนื่องจาก มีโอกาสในการถูกรางวัลที่เหมาะสม มีเงินรางวัลที่ยุติธรรม มีความสะดวกรวดเร็วในการตรวจรางวัลและการรับเงินรางวัล ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ อุดุลย์ จาตุรงคกุล และดลยาจาตุรงคกุล (2546: 131) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ทัศนคติในทางที่ดีจะก่อให้เกิดความโน้มเอียงกับผู้บริโภคที่จะปฏิบัติหรือมีปฏิภิกิริยาในทางที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ ทัศนคติในทางที่ไม่ดี จะก่อปฏิภิกิริยาในทางตรงกันข้าม คือ จะมีความโน้มเอียงที่จะไม่ปฏิบัติต่อตัวกระตุ้นที่เขาไม่พอใจ เช่นเดียวกับผลงานวิจัย

ข้างต้น ถ้าผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมีทัศนคติในทิศทางที่ดี พวกเขาก็จะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพิ่มขึ้น หรือเกิดการซื้อซ้ำอีกครั้ง

3.4 ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย ด้านประโยชน์ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านความรู้สึกชอบ และด้านความตั้งใจในการซื้อ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านจำนวนเงินในการซื้อ เนื่องจากปัจจุบันกลุ่มตัวอย่างอาจคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลขาดความโปร่งใสในการออกสลาก ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลข่าวสารที่ถูกกระแกว่าการออกสลากเป็นการล็อกเลขดัง จึงส่งผลกระทบต่อจำนวนเงินในการซื้อทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่กล้าที่จะเสี่ยงโชคมาก

4. พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย ด้านปริมาณในการซื้อ ด้านความถี่ในการซื้อ และด้านจำนวนเงินในการซื้อ มีความสัมพันธ์กับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการใช้จ่าย ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ผลการศึกษาพบว่า

4.1 พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านปริมาณการซื้อ ด้านจำนวนเงินในการซื้อ ไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการใช้จ่าย ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง เนื่องจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อความสนุกสนาน อีกทั้งในบางครั้งเลขที่ต้องการซื้อไม่มีจำหน่าย และงบประมาณการซื้อในแต่ละครั้งที่มีจำกัด จึงทำให้ไม่กระทบต่อการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน

4.2 พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านความถี่ในการซื้อ มีความสัมพันธ์กับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการใช้จ่าย ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง เนื่องจากหากมีเลขที่ต้องการซื้อในแต่ละงวดมากขึ้น จะทำให้การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเกิดขึ้นบ่อยครั้ง เกิดค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง เมื่อซื้อบ่อยครั้งทำให้เกิดค่าใช้จ่าย โดยมักกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการดำรงชีวิตในปัจจุบันได้ ซึ่งสอดคล้องกับ เมอร์ฟี และอาร์เดอร์ (Murphy, & Others, 1981, pp. 253) ที่กล่าวว่า ผลกระทบเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้เสมอ ด้วยเหตุหลายอย่างหลายประการ โดยทั่ว ๆ ไปแล้วผลกระทบเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ที่เป็นเหตุเป็นผลต่อกันของการเปลี่ยนแปลงระดับประมไปสู่ระดับต่อ ๆ ไป

ทั้งนี้ภายหลังการทดสอบวิธีทางสถิติโดยการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพโดยการศึกษาเชิงลึกด้วยวิธีการสัมภาษณ์เพื่อคุณภาพและความน่าเชื่อถือของงานวิจัยซึ่งได้ผลดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการ ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 – 34 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้นและอนุปริญญา / ปวส. มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 – 10,000 บาท

2. แรงจูงใจด้านเหตุผลในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลกลุ่มตัวอย่างมีความมั่นใจในสลากกินแบ่งรัฐบาลเพราะเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมายมีการคุ้มครองสิทธิมีความน่าเชื่อถือ และหาซื้อได้ง่าย ซึ่งเหตุผลเหล่านี้เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพื่อเป็นการตอบสนองต่อความต้องการที่จะเสี่ยงโชคแบบไม่ผิดกฎหมาย

“หาซื้อได้ง่ายสำหรับเรา” (หญิง, อายุ 26 ปี)

“คิดว่าเป็นการช่วยเหลือคนพิการที่เค้าขาย ถือเป็นการทำบุญแล้วก็ได้ลุ้นไปด้วย” (หญิง, อายุ 46 ปี)

“มีความน่าเชื่อถือเพราะเป็นของรัฐบาล มั่นใจได้ว่าจะได้เงินรางวัลจริง” (ชาย, อายุ 26 ปี)

“เป็นหวยถูกกฎหมายและมีการคุ้มครองสิทธิ” (ชาย, อายุ 35 ปี)

3. แรงจูงใจด้านอารมณ์ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลกลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจที่หลากหลายแตกต่างกันไป แต่แรงจูงใจที่สำคัญของการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ ความต้องการเงินรางวัล และความชอบในการเสี่ยงโชค นอกจากนั้นกลุ่มตัวอย่างบางคนมองว่าการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลนั้นเพื่อความสนุกสนานมากกว่า แต่ก็ยังมีความหวังในเงินรางวัลเล็กน้อย และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยอมรับว่าโอกาสในการถูกรางวัลมีน้อย แต่ก็ยังชอบที่จะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อเสี่ยงโชค

“ชอบเสี่ยงโชค ก็รู้ว่าโอกาสที่จะถูกรางวัลมันมีน้อยถึงน้อยมาก เราแค่รู้สึกว่าจะขอให้โชคดี ไม่น่าเราก็อาจจะถูกก็ได้” (หญิง, อายุ 26 ปี)

“เงินรางวัลคงเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้ซื้อ หรือไม่ก็คิดว่าซื้อเพราะจะลองเสี่ยงโชคสนุกๆ” (หญิง, อายุ 35 ปี)

“ซื้อตามโอกาสพิเศษมากกว่า อย่างเช่น เพิ่งออกรถมาใหม่เลยซื้อเลขทะเบียนรถ วันเกิด” (ชาย, อายุ 27 ปี)

“ได้เลขเด็ดมาจากเพื่อน เลยตั้งใจจะมาหาซื้อ เพราะเห็นเพื่อนถูกหวยบ่อย” (ชาย, อายุ 30 ปี)

4. รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ในลักษณะที่หลากหลายแตกต่างกันไป นำไปสู่การแสดงออกของพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือการเสี่ยงโชคของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคน โดยการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลส่วนใหญ่จะมีกิจกรรมหลักที่คล้ายคลึงกัน คือ การพูดคุยแลกเปลี่ยนกับคนรอบข้าง ก่อนทำการซื้อเสมอ ทั้งกับคนในครอบครัว เพื่อนฝูง หรือกับพ่อค้าแม่ค้าสลากตามสถานที่ที่เลือกจะซื้อ โดยบางคนเคยมีประสบการณ์การหาเลขดังจากสิ่งที่เชื่อหรือศรัทธา ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนขึ้นอยู่กับความเชื่อและมุมมองของแต่ละบุคคล และนอกเหนือจากนั้น มักจะเคยเสี่ยงโชคในรูปแบบอื่น เช่น การซื้อหวยใต้ดินอีกด้วย

“ก่อนซื้อก็จะมีการพูดคุยกับเพื่อนกับญาติพี่น้องบ้างว่างวดนี้มีเลขอะไรน่าสนใจบ้าง เพราะเป็นคนที่ชอบซื้อหวยเสี่ยงโชคอยู่แล้ว” (ชาย, อายุ 28 ปี)

“โดยปกติก็ซื้อไม่บ่อยนะ เพราะคิดว่าตัวเองไม่ได้มีโชคทางนี้เท่าไร แต่ก็ซื้อบ้างจะซื้อเพื่อความสนุกสนานเป็นบางครั้งบางคราวซะมากกว่า” (หญิง, อายุ 35 ปี)

“เป็นคนชอบเสี่ยงโชคอยู่แล้ว ก็จะมีซื้อหวย ซื้อลอตเตอรี่เป็นปกติประจำอยู่แล้ว มองว่ามันเป็นความหวังเล็กๆ น้อยๆ” (หญิง, อายุ 26 ปี)

5. รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ กลุ่มตัวอย่างที่มีกิจกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลก็ จะมีความสนใจกับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการเสี่ยงโชคเพื่อให้ได้มาซึ่งตัวเลขของการเสี่ยงโชคเหล่านั้น หรือ อาจจะเป็นการให้ความสนใจในหลักการหรือวิธีการหาเลขที่แตกต่างกันไปของแต่ละคน ซึ่งจากการ สัมภาษณ์โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะให้ความสนใจกับสิ่งใกล้ตัวของพวกเขา อาทิเช่น สนใจที่จะพูดคุย กับคนรอบข้าง หรือให้ความสนใจกับสื่อต่างๆ เช่น ข่าวทางทีวี หนังสือ หรือแม้กระทั่งสื่อออนไลน์ต่างๆ

“โดยปกติก็จะหาเลขเด็ดจากหนังสือหวยต่างๆ เช่น ม้าสีหมอก ขวัญใจคนจน หลวงพ่อปาก แดง เป็นต้น เพราะแม้มักชอบดูหนังสือพวกนี้อยู่แล้ว” (หญิง, อายุ 26 ปี)

“ไม่ค่อยมีความสนใจเท่าไรนะ เพราะส่วนใหญ่เวลาจะซื้อก็จะเลือกแค่เลขที่ถูกใจ หรือไม่ก็ คิดเลขเอาเองเลย” (หญิง, อายุ 35 ปี)

“ดูข่าวทางทีวีพอช่วงใกล้วันหวยออกก็จะได้ยินข่าวของแปลกพวกต้นไม้ออกลูกแปลกๆ อะไรพวกนี้ แล้วนำมาตีเป็นตัวเลขเพื่อจะซื้อ” (หญิง, อายุ 45 ปี)

6. รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น โดยอยากให้มีการควบคุมราคาขาย หรือการ ปรับเปลี่ยนรูปแบบการเสี่ยงโชคให้เกิดความแปลกใหม่ที่น่าสนใจมากขึ้น เพื่อเป็นการกระตุ้นให้คนหันมา สนใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมากกว่าการซื้อหวยใต้ดิน จะเป็นการช่วยให้เงินเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจได้มาก ขึ้น

“คิดว่าจะมีการควบคุมราคาขายน้อย เพราะราคาที่ซื้อกันตอนนี้ 100 – 120 บาทต่อใบ แล้วซึ่งมันเกินกว่าราคาจริงตั้ง 20 – 40 บาท ถ้าเกิดว่ารัฐบาลควบคุมได้ก็อาจจะทำให้คนที่ซื้อใต้ดินหัน มาซื้อลอตเตอรี่กันมากขึ้นก็ได้” (ชาย, อายุ 43 ปี)

“ทางกองสลากน่าจะมีการหารูปแบบการเสี่ยงโชคแบบใหม่ๆ บ้าง เพื่อดึงดูดให้น่าสนใจ มากกว่านี้ และยังจะเป็นการดึงดูดให้พวกเล่นหวยใต้ดินได้เล่นแบบถูกกฎหมายน้อย และยังทำให้ รัฐบาลอาจจะได้เงินเข้าระบบมากขึ้นด้วย” (หญิง, อายุ 45 ปี)

7. ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านประโยชน์ โดยมีความคิดเห็นไปในทางเดียวกัน ก็คือ มองว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการสนับสนุนให้ประชาชนเสี่ยงโชคอย่างถูกกฎหมาย และยังทำให้เกิด ประโยชน์ต่อรัฐบาล เกิดเงินหมุนเวียน สามารถนำเงินจากการขายไปเป็นส่วนในการพัฒนาสังคม ทำให้ เกิดอาชีพเกิดการกระจายรายได้ และยังทำให้เงินนอกระบบเศรษฐกิจกลับเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจได้มากขึ้น

“อย่างน้อยเงินที่ซื้อลอตเตอรี่ก็เข้ารัฐดีกว่าซื้อหวยใต้ดินน้อย เพราะหวยใต้ดินเจ้ามือได้ อย่างเดียว” (หญิง, อายุ 39 ปี)

“ก็เป็นการทำให้คนมีอาชีพนะ เช่น คนแก่ คนพิการ เพราะปัจจุบันคนขายลอตเตอรี่มีเยอะ มาก แต่ก็ดีกว่านี้ถ้ามีการควบคุมราคาที่เหมาะสมจะได้ไม่เอาเปรียบกัน” (หญิง, อายุ 32 ปี)

“เป็นการกระจายรายได้ให้กับประชาชนรากหญ้า เช่น คนขายที่เดินเร่ขาย หรือคนพิการ ก็ ถือว่ามีประโยชน์” (หญิง, อายุ 25 ปี)

8. ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านข้อมูลข่าวสาร ซึ่งส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีความสนใจหรือ ติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยจะให้ความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับ ความโปร่งใสของผลการออกรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลมากกว่า ซึ่งทั้งกลุ่มที่มีความมั่นใจและไม่มีความ มั่นใจในความโปร่งใสของกระบวนการออกรางวัล โดยจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความ

มั่นใจว่าการออกรางวัลมีความโปร่งใส ซึ่งคิดว่ากองสลากมีกระบวนการออกรางวัลที่เป็นระบบ และยังมี การถ่ายทอดสดการออกรางวัล จึงทำให้เกิดความมั่นใจได้ว่าผลที่ออกมาไม่น่าเชื่อถือได้ และสำหรับกลุ่ม ที่ไม่ค่อยมั่นใจในความโปร่งใสของการออกผลรางวัลนั้น รู้สึกว่าเลขที่ออกนั้นมีการวนออกเหมือนๆ กันใน หลายๆ งวด และมองว่าการล้อเลขก็เคยเกิดขึ้นมาแล้ว และคิดว่ามันก็น่าที่จะทำได้อีก แต่ก็ยังคงเลือกที่ จะเสี่ยงโชคด้วยวิธีนี้อยู่แม้ว่าจะไม่ค่อยมั่นใจในความโปร่งใสของการออกรางวัลสลากก็ตาม

“ส่วนใหญ่ได้ยินแต่ข่าวการล้อเลข การออกรางวัลที่ไม่โปร่งใส ซึ่งโดยส่วนตัวแล้วค่อนข้าง มั่นใจในการออกรางวัลที่โปร่งใสนะ เพราะคิดว่าเค้าน่าจะมีคนตรวจสอบที่น่าเชื่อถือได้ และก็ยังมีการ ถ่ายทอดสดการออกรางวัลด้วยถึงแม้ว่าจะไม่เคยดู” (หญิง, อายุ 27 ปี)

“ปกติไม่ได้ติดตามข่าวสารเท่าไรนัก สำหรับห่วยคนก็สนใจว่าเลขที่ออกออกอะไรมากกว่า ไม่ได้สนใจหรือได้รับข้อมูลทางด้านอื่นๆ ว่านำเงินที่ได้จากการขายไปทำอะไรบ้าง แต่ก็คิดว่าเค้าน่าจะมี การจัดการที่ดีอยู่แล้วและก็ยังมั่นใจว่าการออกรางวัลมีความน่าเชื่อถือได้” (หญิง, อายุ 35 ปี)

“ไม่ค่อยมั่นใจว่าไม่ได้ล้อเลข เพราะหลายๆ ครั้งเลขที่ออกมามันเหมือนจงใจให้ออกมาแบบ นั้น อย่างเลขรถยนต์ที่ออกมาในหลายๆ งวด” (หญิง, อายุ 33 ปี)

9. ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านความรู้สึกชอบที่จะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเนื่องจากหาซื้อ ได้ง่ายและสะดวก และมีความน่าเชื่อถือเพราะเป็นของรัฐบาล ซึ่งมีกฎหมายคุ้มครองสิทธิ

“โดยส่วนตัวเป็นคนชอบการเสี่ยงโชคอยู่แล้ว ก็รู้สึกว่าชอบลอตเตอรี่ตรงที่เป็นรูปแบบการ เสี่ยงโชคแบบถูกกฎหมาย” (หญิง, อายุ 26 ปี)

“ชอบที่มีความน่าเชื่อถือมากกว่าห่วยใต้ดิน เพราะถ้าเป็นห่วยใต้ดินเราต้องซื้อกับคนที่รู้จัก ถึงจะไว้ใจได้ว่าจะไม่โกงเราถ้าถูกรางวัล แต่ถ้าเป็นลอตเตอรี่ก็มีรัฐบาลเป็นเจ้ามือ”(หญิง, อายุ 39 ปี)

“เราซื้อได้ง่ายดี แต่จะหาเลขที่ต้องการได้ยากหน่อย” (หญิง, อายุ 28 ปี)

10. ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านความตั้งใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อการเสี่ยงโชค เพราะเงินรางวัลที่น่าสนใจ และสลากกินแบ่งรัฐบาลหาซื้อได้ง่าย และเป็นทางเลือกสำหรับกลุ่มคนที่ชื่นชอบการเสี่ยงโชคที่จะการเสี่ยงโชคแบบถูกกฎหมาย

“จะซื้อก็ต่อเมื่อมีเลขที่ต้องการจะซื้อ หรือต้องการที่จะเสี่ยงโชคเท่านั้น” (หญิง, อายุ 35 ปี)

“ก็ถ้าอยากจะเสี่ยงโชคก็เลือกที่จะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมากกว่า เพราะมันหาซื้อได้ง่ายดี ไม่เหมือนห่วยใต้ดิน ถ้าเป็นห่วยใต้ดินเราต้องมีแหล่งที่รู้จักถึงจะไว้ใจได้” (หญิง, อายุ 28 ปี)

“อยากได้เงินรางวัลและก็ชอบเสี่ยงโชคอยู่แล้วก็จะซื้อเรื่อยๆ ถึงไม่ค่อยถูกรางวัลกับเขาแต่ก็ ชอบที่จะซื้อ” (หญิง, อายุ 26 ปี)

11. พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลส่วนใหญ่ซื้อจำนวน 2 ฉบับต่อครั้ง มีความถี่ในการ ซื้อส่วนใหญ่ซื้อ 1 – 6 งวด จำนวนเงินในการซื้อโดยประมาณ 100 – 200 บาท ส่วนใหญ่จะซื้อจากร้านค้าแผงลอยทั่วไป และซื้อก่อนออกรางวัล 1 – 2 วัน มีวัตถุประสงค์เพราะ อยากถูกรางวัล และตนเอง เป็นผู้ตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรรรัตน์ บุญวงศ์ (2556) ได้ศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ที่มีอาชีพค้าขายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า จำนวนฉลากที่ซื้อต่องวด 2 ฉบับ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อ 100-300 บาท โดยซื้อก่อนออกรางวัล 1-2 วัน

12. ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านการออม พบว่า มีทั้งส่งผลกระทบและไม่ส่งผลกระทบต่อการออมของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง โดยมีเหตุผลที่แตกต่างกันออกไปในส่วนที่คิดว่าไม่กระทบกับการออมนั้นเพราะไม่ได้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นประจำ และไม่ได้ซื้อในปริมาณที่มากจึงไม่กระทบต่อการออม ส่วนที่คิดว่ากระทบกับการออมนั้น ส่งผลทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของเขาในครั้งต่อไป หรือความถี่ในการซื้อของเขาอาจจะต้องมีการซื้อที่น้อยลง ซึ่งจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อนั้นอาจจะไม่ได้ส่งผลทำให้ปริมาณการออมของเขาเพิ่มขึ้น แต่ก็เป็นการทำให้เขามีเงินสำหรับการใช้จ่ายในส่วนอื่นๆ ที่เพิ่มมากขึ้นแทน

“ไม่มีผลเลย เพราะจะหักเงินในส่วนที่จะเก็บออกก่อน ส่วนเงินที่ใช้ซื้อก็เป็นเงินที่ใช้จ่ายในชีวิตประจำวันมากกว่า” (หญิง, อายุ 35 ปี)

“มีผล ทำให้เงินเหลือเก็บน้อยลงในเดือนที่ซื้อ เพราะจะเอาเงินเก็บซื้อเพื่อทำให้เงินที่ต้องใช้ในชีวิตประจำวันพอใช้จนถึงสิ้นเดือน” (หญิง, อายุ 23 ปี)

13. ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านการใช้จ่ายมีทั้งส่งผลกระทบและไม่ส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ซึ่งในส่วนที่ไม่ส่งผลกระทบเนื่องจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อความสนุกสนานและไม่ได้ซื้อจำนวนมาก ผลกระทบด้านการใช้จ่ายในชีวิตประจำวันจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ได้ให้เหตุผลว่า ราคาสลากกินแบ่งรัฐบาลในปัจจุบันมีราคาสูง ดังนั้นการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของเขาในแต่ละครั้งนั้น เขาก็ต้องมีการลดปริมาณการใช้จ่ายในส่วนอื่นๆ ลงบ้าง

“มีผลกระทบ เราก็ต้องซื้อของอย่างอื่นให้น้อยลง เพราะราคาสลากกินแบ่งรัฐบาลก็ค่อนข้างราคาสูง” (หญิง, อายุ 28 ปี)

“ก็มีบ้างนะ เพราะราคาล็อตเตอรี่ที่ขายกันทั่วไปก็ราคาใบละ 100 บาทขึ้นไป ก็ใช้ซื้ออย่างอื่นได้เยอะเหมือนกัน แต่ถ้าวัดไหนเราอยากซื้อจริงๆ ก็ต้องซื้อของอย่างอื่นให้น้อยลงเพื่อไม่ทำให้เราเดือดร้อน” (หญิง, อายุ 30 ปี)

จากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึก ผลจากการสัมภาษณ์นั้นสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยปัจจัยแรงจูงใจ มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล กล่าวคือ ผู้บริโภคมีความมั่นใจในสลากกินแบ่งรัฐบาล มีความสะดวกในการหาซื้อได้ง่าย และเงินรางวัลยังจูงใจให้เกิดการเสี่ยงโชค หรือแม้แต่เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ดังนั้นการวิจัยเชิงคุณภาพสามารถสนับสนุนการวิจัยเชิงปริมาณได้ว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล กล่าวคือ ผู้บริโภคมักจะมีกิจกรรม และให้ความสนใจ ในรูปแบบที่หลากหลายแตกต่างกันโดยส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับสิ่งใกล้ตัว เช่น การพูดคุยแลกเปลี่ยนกับคนรอบข้างหรือพ่อค้าแม่ค้า มีความสนใจในหลักการหรือวิธีการหา

เลขเด็ด แม้จะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาลในแง่ดีและไม่ดีก็ตาม ดังนั้นการวิจัยเชิงคุณภาพสามารถสนับสนุนการวิจัยเชิงปริมาณได้ว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

ทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล กล่าวคือ ผู้บริโภคถึงประโยชน์ของสลากกินแบ่งรัฐบาล ถึงแม้ว่าจะไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารของสลากกินแบ่งรัฐบาลมากนัก แต่ความสะดวกในการหาซื้อ และเหตุผลที่เป็นการเสี่ยงโชคแบบถูกกฎหมายก็ทำให้เขามีความรู้สึกชอบและตั้งใจที่จะเลือกซื้อ ดังนั้นการวิจัยเชิงคุณภาพสามารถสนับสนุนการวิจัยเชิงปริมาณได้ว่า ปัจจัยทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล มีผลต่อผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคตัดสินใจที่จะเสี่ยงโชคโดยการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ทำให้เขาเลือกที่จะลดสัดส่วนการใช้จ่ายในส่วนอื่นๆ ลง ดังนั้นการวิจัยเชิงคุณภาพสามารถสนับสนุนการวิจัยเชิงปริมาณได้ว่า พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ด้านการใช้จ่าย ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้

จากการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ส่วนใหญ่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 1-3 ฉบับ โดยใน 1 ปี ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล 1-6 ครั้ง ค่าใช้จ่ายในการซื้อ ประมาณ 100-500 บาท ส่วนมากซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจากร้านค้าแผงลอยทั่วไป ซึ่งจะซื้อในช่วงเวลาเช้าของวันที่ออกรางวัล มีสาเหตุหลัก ๆ คือ อยากถูกรางวัล และตนเองเป็นคนตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเอง โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง อยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะในเรื่องการออกรางวัลที่โปร่งใส และยุติธรรม ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการออกรางวัลแบบโปร่งใส ตามระบบมาตรฐานสากล เพื่อป้องกันเล่ห์เหลี่ยม และสร้างความน่าเชื่อถือในการออกรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล

2. รูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ด้านความคิดเห็น ซึ่งพบว่า ส่วนใหญ่มีความคิดว่าเมื่อใกล้ถึงวันที่ออกสลากกินแบ่งรัฐบาล จะเกิดกิจกรรมในการหาเลขเด็ด เพื่อการเสี่ยงโชคในรูปแบบต่าง ๆ โดยเลขที่ได้จากการเสี่ยงโชคมักจะออกรางวัล จึงทำให้คิดได้ว่าเป็นเลขลို့ด จึงแนะนำว่า สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลควรมีมาตรฐานในการออกรางวัลอย่างโปร่งใสมากกว่าปัจจุบัน มีขั้นตอนที่สามารถตรวจสอบการออกรางวัลได้ทุกขั้นตอน

3. ทศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง ประกอบด้วย ด้านประโยชน์ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านความรู้สึกรักชอบ และด้านความตั้งใจในการซื้อ อยู่ในระดับปานกลาง เพราะเป็นการสนับสนุนรัฐบาลให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น แต่รายได้ที่เพิ่มมากขึ้นก็ไม่ได้ส่งผลให้เกิดการพัฒนาประเทศมากนัก ดังนั้นจึงแนะนำให้หน่วยงานภาครัฐควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ประชาชนเข้าใจวัตถุประสงค์ของการจำหน่ายสลากถึงรายได้จากการจำหน่ายสลากสามารถนำไปทำประโยชน์ในการช่วยเหลือสังคมหรือเป็นการพัฒนาประเทศได้จริง

4. ผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเกิดผลกระทบทั้งทางด้านการออมและการใช้จ่าย เพราะเนื่องจากสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมายและหาซื้อได้ง่ายจึงทำให้ประชาชนเกิดความมั่นใจและเกิดการสนับสนุนมากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลให้ประชาชนเกิดการติดการพนันเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้ความเข้าใจกับประชาชนเพื่อให้ตระหนักถึงโทษของการพนันที่อาจเกิดขึ้นทั้งกับตนเองและผู้อื่น รวมถึงควรมีการรณรงค์เกี่ยวกับการออมเงินและการวางแผนการใช้จ่ายให้กับประชาชน ควบคู่ไปด้วย

ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชนในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการซื้อและผลกระทบของประชาชนทั่วประเทศต่อการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม
2. ควรศึกษาผลกระทบที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลในด้านอื่นๆ เช่น ผลกระทบด้านสังคม หรือครอบครัว เป็นต้น



บรรณานุกรม

- เสถียร เหลืองอร่าม. (2527). รายงานผลการวิจัยเรื่องบทบาทของโครงสร้างงานในชนบทที่มีผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจและสังคม. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. คณะรัฐศาสตร์
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการโฆษณา. กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- เอก มงคล. (2538). ความคิดเห็นของประชาชนจังหวัดระนองต่อผลกระทบของแรงงานพม่าในด้านเศรษฐกิจและสังคม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเกริก, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาเทคโนโลยีสังคมบัณฑิตวิทยาลัย.
- กรวิกา คงเดชศักดิ์. "ห่วย ความเป็นมาอย่างไร". [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://2ded.com/articles/lotto-huey-thai.php>
- กวิณุฒิ กลั่นไพฑูรย์. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตพณิชยการพระนคร. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. อุดมศึกษา
- กันตพันธ์ ยืนยง. (2551). การศึกษาเงินออมและหนี้สินของผู้ถือบัตรเดบิตและบัตรเครดิตในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2544). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- _____. (2545). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2546). การใช้เอสพีเอสเอสฟอร์วินโดวส์ในการวิเคราะห์ข้อมูล (SPSS for Windows). พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- จังหวัดระยอง. สถานประกอบการอุตสาหกรรม จำนวนเงินทุน และจำนวนคนงาน จำแนกเป็นรายอำเภอ พ.ศ. 2555. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://www.rayong.go.th/v2/king60/>
- ชญาธิษฐ์ เมธาธนโชติ. (2546). ทักษะชีวิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสุขภาพอัตโนมัติ 2 ตัวและ 3 ตัว ของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ชนุรักษ์ โชติกุล. (2552). การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยกำหนดการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชนกรุงเทพมหานคร. ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

ฐาจุหา สมประสงค์. (2542). *มูลเหตุจูงใจและพฤติกรรมในการเล่นการพนัน ศึกษาเฉพาะในเขต อำเภอ*

ปากคาด จังหวัดหนองคาย. สารนิพนธ์ คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์.กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธงชัย สันติวงษ์. *การบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2539.*

นพดล กรรณิการ์. "ประสบการณ์และพฤติกรรมการเล่นหวยของประชาชน". [ออนไลน์] แหล่งที่มา :

<http://www.manager.co.th>

บันลือ สุทธารมณ. (2527). *การวิเคราะห์ต้นทุน ประโยชน์ และสัมฤทธิ์ภาพ. กรุงเทพฯ; ม.ป.ท.*

บุญเสริม หุตะแพทย์. (2538). *อุตสาหกรรมกรรมการบริการ. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย สุโขทัย*

ธรรมราชา. อัดสำเนา

ปานจิต บุญพันธ์. (2549). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกออมเงินกับธนาคารพาณิชย์.*

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การจัดการ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พิบูล ทีปะปาล. (2545). *หลักการตลาด. สหวิทยาลัยรัตนโกสินทร์ บ้านสมเด็จพระเจ้าพระยา. คณะวิชา*

วิทยาการจัดการ. ภาควิชาการตลาด. กรุงเทพฯ : ภาควิชาการตลาด คณะวิชาวิทยาการจัดการ สหวิทยาลัยรัตนโกสินทร์ บ้านสมเด็จพระเจ้าพระยา.

วันวิสาข์ จำรัส. (2552). *การออมเพื่อการดำรงชีพยามชราภาพของประชาชนในอำเภอเมืองจังหวัด*

เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ สม. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. อัดสำเนา.

วิเชียร เกตุสิงห์. (2541). *การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช*

วิไลลักษณ์ ไทยอุตสาหกรรม; และ วลัยภรณ์ อัดตะนันท์. (2531). *การเร่งการออมของครัวเรือนในประเทศไทย.*

กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. อัดสำเนา.

วิจิตร อาวะกุล. (2534). *เทคนิคการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: O.S. Printing House Co.,LTD*

ศักดิ์ สุนทรเสถียร. เจตคติ. กรุงเทพฯ : รุ่งวัฒนา, 2531.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาด และกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ :*

ไทมอนด์อินบิซิเนสเวิร์ลด์

_____. (2542). *องค์การและการจัดการ ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ :ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.*

_____. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.*

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัทวิสิทธ์พัฒนา จำกัด.*

_____. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ไทมอนด์อินบิซิเนสเวิร์ลด์*

_____. (2541). *การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ : A.N. การพิมพ์.*

_____. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสารจำกัด*

สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2540). รายงานผลการศึกษาผลทาง

สังคมจากสลากออนไลน์. กรุงเทพฯ : สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล.

สรารัตน์ บุญวงศ์. (2556). *พฤติกรรมการเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ที่มีอาชีพค้าขายในเขต อำเภอ*

เมือง จังหวัดเชียงราย. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สังคีต พิริยะรังสรรค์ และคณะ. (2546). *เศรษฐกิจการพนัน* : ทางเลือกเชิงนโยบาย กรุงเทพฯ :

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

_____. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

_____. (2546). *เศรษฐกิจการพนัน* : ทางเลือกเชิงนโยบาย กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____. (2550). *โครงการสำรวจความคิดเห็นและพฤติกรรม ของประชาชนเกี่ยวกับการพนันในสังคมไทย*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

สากล จริยวิทยานนท์. (2542). *สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล. "ประวัติสำนักงาน". [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://glo.or.th>

_____. (2539). *การศึกษาความสนใจของผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล*. กรุงเทพฯ :

กองการเจ้าหน้าที่งานพัฒนาบุคคล สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล.

สุปัญญา ไชยชาญ. (2543). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น

สุพรรณิการ์ รัตนกุล. (2547). *พฤติกรรมผู้บริโภคเลขท้ายของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*.

ปริญญา นิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุพงษ์ โสชนะเสถียร. *การสื่อสารกับสังคม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533

อดุล จาตุรงค์กุล และคนอื่นๆ. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2526). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

_____. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค (ปรับปรุงครั้งที่ 6)*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

_____. (2543). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อภิขญา จีพัฒน์กุล. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมและการใช้จ่ายของผู้สูงอายุ*.

ปริญญา นิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
ถ่ายเอกสาร.

อำนาจ คุณกรธรรมนพ. (2550). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อสลากพิเศษแบบเลขท้าย*

2 ตัว 3 ตัว (ห่วยบนดิน) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.

มหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

Engel, J.F., Blackwell, R.D.; & P.W. Miniard. (1993). *Consumer Behavior*. Chicago: The Dryden Press

Hawkins, Del I Best Roger J and Coney Kenneth A. (1998). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*. 7 th ed. Boston McGraw-Hill

Kotler, Philip.(1999). *Marketing management*. New Jersey : Prentice Hall.

Murphy & Others. (1981). *Contemporary Public Administration*. Illinois: P.E. Peacock Publishers, Inc.

Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leslie Lazar. (2000). *Consumer Behavior*. 7 th ed. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.







ภาคผนวก ก
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย
แบบคำถามสัมภาษณ์



แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง “มูลเหตุและผลกระทบเชิงพฤติกรรมที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงาน

อุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง”

แบบสอบถามชุดนี้ จัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลในการทำปริญญานิพนธ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยแบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วยคำถาม 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล

ตอนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

ตอนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

เลขที่แบบสอบถาม.....

ตอนที่ 1 : ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ○ ที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ 15 – 24 ปี

☐ 25 – 34 ปี

☐ 35 – 44 ปี

☐ 45 – 54 ปี

☐ 55 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

☐ โสด

☐ สมรส

☐ หม้าย / หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ มัธยมศึกษาตอนต้น

☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

☐ อนุปริญญา / ปวส.

☐ ปริญญาตรี

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ☐ ต่ำกว่า 8,000 บาท
 ☐ 8,001 – 10,000 บาท
☐ 10,001 – 12,000 บาท
 ☐ 12,001 – 14,000 บาท
☐ 14,001 – 16,000 บาท
 ☐ 16,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด

แรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	ระดับความคิดเห็น				
	(5) เห็นด้วยมากที่สุด	(4) เห็นด้วยมาก	(3) เห็นด้วยปานกลาง	(2) เห็นด้วยน้อย	(1) เห็นด้วยน้อยที่สุด
ด้านเหตุผล					
1. สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย					
2. ท่านได้เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยพัฒนาสังคมจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล					
3. สลากกินแบ่งฯ มีการออกรางวัลที่โปร่งใส และยุติธรรม					
4. สลากกินแบ่งฯ สามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวกกว่าการซื้อสลากหรือการเสี่ยงโชคชนิดอื่นๆ					
ด้านอารมณ์					
1. ท่านซื้อเพราะต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน					
2. ท่านซื้อเพราะเห็นคนอื่น ๆ ซื้อกัน					
3. ท่านซื้อเพราะคนสนิทหรือคนที่นับถือซื้อ หรือแนะนำให้ซื้อ					
4. ท่านซื้อเพราะอยากถูกรางวัลเหมือนคนอื่น ๆ					

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับความถี่ในการทำกิจกรรม				
	(5) มากที่สุด	(4) มาก	(3) ปานกลาง	(2) น้อย	(1) น้อยที่สุด
ด้านกิจกรรม					
1. ท่านมักจะเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชค เช่น จากเกจิอาจารย์ต่างๆ ให้เลข เป็นต้น					
2. ท่านมักจะร่วมกิจกรรมการเสี่ยงโชครูปแบบอื่น ๆ อยู่เสมอ					
3. ท่านมักจะตามหาเลขเด็ดตามคำบอกเล่าของบุคคลอื่น					

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับความสนใจ				
	(5) มากที่สุด	(4) มาก	(3) ปานกลาง	(2) น้อย	(1) น้อยที่สุด
ด้านความสนใจ					
1. ท่านมีความสนใจเกี่ยวกับการทำนายเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากความฝัน หรือวิธีอื่นๆ					
2. ท่านสนใจติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการหาเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคจากสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง					
3. ท่านมีความสนใจ แลกเปลี่ยนข้อมูล หรือค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับเลขเด็ดเพื่อเสี่ยงโชคกับคนรอบข้าง					

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับความคิดเห็น				
	(5) เห็นด้วยมากที่สุด	(4) เห็นด้วยมาก	(3) เห็นด้วยปานกลาง	(2) เห็นด้วยน้อย	(1) เห็นด้วยน้อยที่สุด
ด้านความคิดเห็น					
1. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นสินค้าที่มีราคาคุ้มค่ากับการตัดสินใจซื้อ					
2. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถช่วยพัฒนาสังคมได้					
3. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล หาซื้อได้ง่าย เหมาะกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของท่าน					
4. ท่านคิดว่าสลากกินแบ่งรัฐบาล ถือเป็นการมอมเมาประชาชน					

ส่วนที่ 4 : ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด

ประเด็นพิจารณา	ระดับความคิดเห็น				
	(5) เห็นด้วยมากที่สุด	(4) เห็นด้วยมาก	(3) เห็นด้วยปานกลาง	(2) เห็นด้วยน้อย	(1) เห็นด้วยน้อยที่สุด
ด้านประโยชน์					
1. เงินที่ได้จากการขายสลากกินแบ่งรัฐบาล สามารถช่วยในการพัฒนาสังคม					
2. สลากกินแบ่งรัฐบาล ทำให้รัฐบาลมีรายได้เพิ่มขึ้น					
3. สลากกินแบ่งรัฐบาล มีผลดีมากกว่าผลเสีย					

ประเด็นพิจารณา	ระดับความคิดเห็น				
	(5) เห็นด้วยมากที่สุด	(4) เห็นด้วยมาก	(3) เห็นด้วยปานกลาง	(2) เห็นด้วยน้อย	(1) เห็นด้วยน้อยที่สุด
ด้านประโยชน์ (ต่อ)					
4. สลากกินแบ่งรัฐบาล ทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น					
5. สลากกินแบ่งรัฐบาล ทำให้เงินนอกกระบบเศรษฐกิจกลับเข้ามาสู่ระบบเพื่อเป็นการพัฒนาประเทศ					
ด้านข้อมูลข่าวสาร					
1. ท่านพอใจกับการให้ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล					
2. ข่าวเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล ทำให้เกิดผลดีต่อการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล เช่น ภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ					
3. การให้ข่าวทางสื่อต่าง ๆ ทำให้สลากกินแบ่งรัฐบาลมีความน่าเชื่อถือ					
ด้านความรู้สึกชอบ					
1. สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย					
2. สลากกินแบ่งรัฐบาลน่าสนใจว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่น ๆ					
3. สลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถจูงใจท่านให้สนใจมากกว่าการเสี่ยงโชคชนิดอื่น ๆ					
4. สลากกินแบ่งรัฐบาลทำให้คนชอบการเสี่ยงโชคมากขึ้น					
5. ท่านสนับสนุนสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะได้ช่วยสังคม					
6. ท่านชอบซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะมีเลขให้เลือกหลากหลาย					
7. สลากกินแบ่งรัฐบาลมีความน่าเชื่อถือในการรับประกันและคุ้มครองสิทธิตามกฎหมาย					

ประเด็นพิจารณา	ระดับความคิดเห็น				
	(5) เห็นด้วยมากที่สุด	(4) เห็นด้วยมาก	(3) เห็นด้วยปานกลาง	(2) เห็นด้วยน้อย	(1) เห็นด้วยน้อยที่สุด
ด้านความตั้งใจในการซื้อ					
1. การมีโอกาสถูกรางวัลที่เหมาะสม ทำให้ท่านต้องการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล					
2. ท่านอยากซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะเงินรางวัลที่ยุติธรรม					
3. ท่านยินดีที่จะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพราะมีส่วนในการช่วยพัฒนาสังคม					
4. ความตื่นตัวจากการเสี่ยงโชค ทำให้ท่านอยากมีส่วนร่วมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล					
5. คนรอบข้างซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อของท่าน					
6. ความสะดวกรวดเร็วในการตรวจรางวัลและรับเงินรางวัล ทำให้ท่านตั้งใจจะซื้อ					

ตอนที่ 5 : ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด

1. ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแต่ละครั้ง เป็นจำนวน..... ฉบับ
2. ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลกี่ครั้งในรอบ 1 ปี (24 งวด)..... ครั้ง (งวด)
3. จำนวนเงินในการซื้อต่อครั้งโดยประมาณ..... บาท
4. ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจากแหล่งจำหน่ายใด

☐ แผงลอยของสำนักงานสลาก

☐ ร้านค้าแผงลอยทั่วไป

☐ คนเดินเร่ขาย

☐ คนพิการ

☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. ท่านเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลในช่วงเวลาใด

- | | |
|---|---|
| ☐ เข้าของวันออกรางวัล | ☐ ก่อนออกรางวัล 1 วัน |
| ☐ ก่อนออกรางวัล 2 – 3 วัน | ☐ ก่อนออกรางวัล 3 – 5 วัน |
| ☐ ก่อนออกรางวัล 1 สัปดาห์ | |

6. สาเหตุหลักที่ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

- | | |
|---|---|
| ☐ อยากถูกรางวัล | ☐ ถูกชักจูงจากบุคคลอื่น |
| ☐ ทำการกุศล/ช่วยเหลือรัฐบาล | ☐ ชอบเสี่ยงโชค |
| ☐ ได้เลขเด็ดมา | ☐ เพื่อความสนุกสนาน |
| ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

7. ท่านคิดว่าใครมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของท่านมากที่สุด

- | | |
|--|----------------------------------|
| ☐ ตนเอง | ☐ ครอบครัว |
| ☐ เพื่อน | ☐ พนักงานขาย |
| ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

ตอนที่ 6: ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

ด้านการออม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด

1. ปัจจุบันท่านมีการออมเงินหรือไม่

- | | |
|--------------------------|-----------------------------|
| ☐ มี | ☐ ไม่มี |
|--------------------------|-----------------------------|

2. ท่านคิดว่าการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมีผลทำให้การออมเงินของท่านเปลี่ยนแปลงอย่างไร

- | | | |
|---------------------------------|----------------------------|--------------------------------|
| ☐ เพิ่มขึ้น | ☐ ลดลง | ☐ เท่าเดิม |
|---------------------------------|----------------------------|--------------------------------|

3. ท่านมีการออมเงินในรูปแบบใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|---|--|---|
| ☐ เงินฝากธนาคาร | ☐ เงินสด | ☐ ทองคำ |
| ☐ การเล่นแชร์ หรือการให้
กู้ยืมโดยไม่มีสัญญา | ☐ การให้กู้ยืมเงินระยะสั้น
หรือยาวที่มีสัญญาตาม
กฎหมาย | ☐ อื่นๆ โปรดระบุ..... |

ด้านการใช้จ่าย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด

ผลจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	ระดับความถี่ที่เกิด				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การใช้จ่ายในการดำรงชีวิต					
ท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม					
ท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย					
ท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านที่พักอาศัย เช่น ค่าเช่าบ้าน ค่าผ่อนชำระที่พักอาศัย ค่าน้ำ ค่าไฟ					

ผลจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	ระดับความถี่ที่เกิด				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การใช้จ่ายในการดำรงชีวิต (ต่อ)					
ท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านสุขภาพ เช่น ค่ารักษาพยาบาล ค่ายารักษาโรค					
ท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านยานพาหนะ และการเดินทาง					
ท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านการสื่อสาร เช่น ค่าบริการโทรศัพท์บ้าน ค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ ค่าบริการอินเทอร์เน็ต					
ท่านต้องลดการใช้จ่ายด้านกิจกรรมเพื่อสังคม					
ท่านต้องลดการใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว					



คำถามในการสัมภาษณ์

เรื่อง “มูลเหตุและผลกระทบเชิงพฤติกรรมที่เกิดจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของพนักงานโรงงาน

อุตสาหกรรมระดับปฏิบัติการในจังหวัดระยอง”

แบบสอบถามชุดนี้ จัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลในการทำปริญญานิพนธ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยแบบสอบถาม ชุดนี้ประกอบด้วยคำถาม 6 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล
- ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต
- ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล
- ตอนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล
- ตอนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

เลขที่แบบสอบถาม.....

ตอนที่ 1 : ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพสมรส
4. ระดับการศึกษาสูงสุด
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

1. ด้านเหตุผล - เหตุผลที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคืออะไร (เช่น สลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการเสี่ยงโชคที่ถูกกฎหมาย มีความโปร่งใสยุติธรรม)
2. ด้านอารมณ์ - แรงจูงใจด้านอารมณ์ที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคืออะไร (เช่น ต้องการความสนุกสนาน ซื้อตามคนอื่น ๆ มีคนใกล้ชิดแนะนำให้ซื้อ หรืออยากถูกรางวัลเหมือนคนอื่น ๆ)

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

1. ด้านกิจกรรม - ท่านเคยทำกิจกรรมอะไรที่เกี่ยวข้องกับการเสี่ยงโชคหรือไม่ อย่างไร เช่น การหาเลขเด็ดเพื่อการเสี่ยงโชค การเสี่ยงโชคชนิดอื่นๆ
2. ด้านความสนใจ - ท่านให้ความสนใจกับการเสี่ยงโชค หรือการหาตัวเลขที่จะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลด้วยวิธีใดบ้าง และท่านให้ความสนใจมากน้อยแค่ไหน
3. ด้านความคิดเห็น - ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรบ้างเกี่ยวกับสลากกินแบ่งรัฐบาล

ส่วนที่ 4 : ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อสลากกินแบ่งรัฐบาล

1. ด้านประโยชน์ - ท่านคิดว่าการออกจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมีประโยชน์ต่อสังคม รัฐบาล หรือต่อประเทศชาติหรือไม่ เพราะอะไร
2. ด้านข้อมูลข่าวสาร - ท่านคิดว่าการให้ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นอย่างไร
3. ด้านความรู้สึกชอบ - ท่านมีความรู้สึกชอบสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือไม่ เพราะอะไร
4. ด้านความตั้งใจในการซื้อ - ท่านเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นวิธีการเสี่ยงโชคของท่านเพราะอะไร และในอนาคตท่านจะยังคงเลือกเสี่ยงโชคด้วยวิธีนี้หรือไม่

ตอนที่ 5 : ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

1. ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจากแหล่งจำหน่ายใด
2. ท่านเลือกซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลในช่วงเวลาใด
3. ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจำนวนเท่าใดในแต่ละครั้ง
4. ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลกี่ครั้งในรอบ 1 ปี (24 งวด)
5. จำนวนเงินในการซื้อต่อครั้งโดยประมาณ
6. สาเหตุหลักที่ท่านซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล
7. ท่านคิดว่าใครมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 6 : ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

1. ด้านการออม - การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของท่านส่งผลต่อการออมเงินของท่านหรือไม่ อย่างไร และท่านมีรูปแบบการออมเงินของท่านในรูปแบบใดบ้าง และในอนาคตท่านคิดว่าแนวโน้มการออมเงินของท่านจะเป็นอย่างไร
2. ด้านการใช้จ่าย - การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของท่านทำให้ท่านต้องลดการใช้จ่ายในส่วนอื่น ๆ ของท่านหรือไม่ อย่างไร



รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. อาจารย์ รศ.สุพาดา สิริกุตตา	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2 อาจารย์ ดร.กัลยกิตติ์ กীরติอังกูร	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ





ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อสกุล	นางสาววนิดา ศรีเหนียง
วันเดือนปีเกิด	25 มกราคม 2532
สถานที่เกิด	อำเภอบ้านหมอ จังหวัดสระบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	159/98 ม.11 ต. หนองละลอก อ. บ้านค่าย จ. ระยอง 21120
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2554	เศรษฐศาสตร์ (สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) จาก มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
พ.ศ. 2557	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ) จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

