

การตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

Decision to Buy Lottery of Trader in Bangkok

ฉัตรชัย พลอยประดับ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการตัดสินใจการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยพฤติกรรมการซื้อ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ ประชากรผู้มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้สูตรการคำนวณของคอคแรน (Cochran) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมานเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย t-test, One-Way ANOVA และทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการศึกษาพบว่า ประชากรผู้มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยรวมอยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์เปรียบเทียบจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้มีอาชีพค้าขาย ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ยกเว้น เพศ ที่ไม่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบจำแนกตามปัจจัยด้านพฤติกรรมการซื้อพบว่า ปัจจัยพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้มีอาชีพค้าขาย ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

คำสำคัญ : สลากกินแบ่งรัฐบาล

ABSTRACT

The purposes of this research to study the decision to buy lottery of trader in Bangkok. According to personal factors and purchase behavior. The Sample group used are trader population in Bangkok. According to Cochran thought, the sample of this study consists of 400 samples and using convenience sampling method. By using questionnaires as a research instrument. Data Analyze statistical with software by descriptive statistics method i.e. simple statistics such as frequency, percentage, mean, standard deviation and used inferential statistics compares and test the difference of mean t-test and One-Way ANOVA analysis of variance by pair to LSD method.

The results were as follows the decision to buy lottery of trader in Bangkok is high level. Comparative analysis by personal factors has found that difference personal factors affect the decision to buy lottery of the people of different traders, significantly at 0.05, except for different sexes. The comparison on purchase behavior factors has found that the difference buying behavior factors affect the decision to buy lottery of the people of different traders, significantly at 0.05

Keywords : lottery

บทนำ

ปัจจุบันสังคมไทยถือได้ว่าเป็นสังคมที่ผูกพันกับการเสี่ยงโชคกลางหรือความเชื่อในสิ่งต่างๆ ซึ่งเราสามารถเห็นได้จากภาพข่าว เช่น การไปกราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ การไปขูดขอเลขจากสิ่งต่างๆ รวมไปถึงการฝันแล้วนำมาตีเป็นเลขเด็ด เพื่อใช้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวย สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าเป็นการพึ่งพาเสี่ยงดวงเพื่อให้ได้มาซึ่งเงินทองทรัพย์สิน “สลากกินแบ่งรัฐบาล” จึงเปรียบเสมือนกับโอกาสและเส้นทางลัดที่จะทำให้พวกเขามีชีวิตที่ดีขึ้นได้

โดยกรุงเทพมหานครนั้นซึ่งเป็นทั้งศูนย์กลางทางการปกครอง ทางด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน การศึกษา การคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการท่องเที่ยว ซึ่งได้มีการเจริญเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้เกิดแรงงานย้ายถิ่นฐานเข้ามาทำงานในกรุงเทพมหานครเป็นจำนวนมาก ซึ่งคนส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการเปลี่ยนวิถีชีวิตของตนเอง หาเงินมาใช้จ่ายในครอบครัวเพื่อให้มีชีวิตที่ดีขึ้น ซึ่งในกรุงเทพมหานครนั้นมีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่นและมีกำลังซื้อสูง ส่งผลให้เกิดอาชีพการค้าขายเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้เพียงพอหรือรองรับต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้นด้วย ทำให้ผู้วิจัยมองเห็นถึงปัญหาของผู้มีอาชีพค้าขายที่มีเพิ่มมากขึ้น และเกิดการแข่งขันทางการค้าที่รุนแรงมากขึ้นไปทุกวัน ซึ่งต่างก็อยากมีรายได้ที่เพียงพอต่อความต้องการ หรือการมีชีวิตการเป็นอยู่ที่ดีมากขึ้นกว่าเดิม และสลากกินแบ่งรัฐบาลนี้เองก็เปรียบเสมือนกับโอกาสและเส้นทางลัดที่จะทำให้พวกเขามีเงินเพิ่มมากขึ้น มีชีวิตการเป็นอยู่ที่ดีขึ้น จึงสะท้อนให้เห็นว่าเป็นการพึ่งพาเสี่ยงดวงเพื่อให้ได้มาซึ่งเงินทองทรัพย์สิน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ที่มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้มีอาชีพค้าขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมการซื้อของผู้มีอาชีพค้าขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาเรื่อง การตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นประโยชน์ต่อการกำหนดสมมติฐาน การกำหนดตัวแปร การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง กรอบแนวความคิด และแนวทางในการดำเนินงานวิจัย ซึ่งมีเนื้อหา ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ(2538) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะทาง

ประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่สำคัญมีดังนี้

1. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญ นักการตลาดต้องศึกษาตัวแปรตัวนี้อย่างรอบคอบ เพราะในปัจจุบันนี้ตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุจากการที่สตรีทำงานมากขึ้น

2. อายุ (Age) เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างของส่วนตลาด นักการตลาดได้ค้นคว้าความต้องการของส่วนตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุนั้น

3. ลักษณะครอบครัว (Marital Status) ลักษณะครอบครัวในสังคมต่างๆ ย่อมมีโครงสร้างที่ต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นครอบครัวเดี่ยวหรือครอบครัวชาย ส่วนแล้วแต่ เป็นเป้าหมายที่สำคัญของทางการตลาดมา ซึ่งมีความสำคัญในส่วนที่เกี่ยวกับหน่วยผู้บริโภค นักการตลาดจะให้ความสนใจกับลักษณะของครอบครัวหรือบุคคลในครอบครัว ที่ใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่ง เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม

4. รายได้ การศึกษาและอาชีพ (Income, Education and Occupation) ถือได้ว่าเป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด ซึ่งนักการตลาดจะให้ความสนใจตรงส่วนนี้เป็นส่วนมาก โดยครอบครัวที่มีฐานะปานกลางหรือค่อนข้างรายได้ต่ำ จะเป็นกลุ่มที่ขนาดใหญ่ ปัญหาที่สำคัญในการแบ่งส่วนการตลาดคือ การใช้เกณฑ์รายได้เพียงอย่างเดียว โดยรายได้จะเป็นตัววัดความสามารถในการใช้จ่าย ในขณะที่เดียวกัน การเลือกสินค้าหรือการใช้จ่ายที่แท้จริงอาจถือเกณฑ์รูปแบบอื่นๆ เช่น รสนิยม ค่านิยม อาชีพ การศึกษา แต่โดยส่วนใหญ่แล้วนักการตลาดจะใช้เกณฑ์รายได้ร่วมกับตัวแปรด้านอื่นๆ ในการกำหนดตลาดเป้าหมาย

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538 อ้างถึงใน ชัยณรงค์ ทรายคำ, 2552 หน้า 8) ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior theory) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นที่ผ่านเข้ามาทางความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค เปรียบเสมือนกล่องดำ (Buyer's Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค จะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อจุดเริ่มต้นอยู่ที่มีสิ่งมากระตุ้นทำให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Buyer's Purchase Decision)

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

(กิตติ ภัคดีวัฒนกุล, 2546 หน้า 7 อ้างถึงใน สุทามาศ จันทราวาร. 2556, หน้า623) การตัดสินใจ คือกระบวนการคัดเลือกแนวทางปฏิบัติจากทางเลือกต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ซึ่งจัดเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการแก้ไขปัญหา กระบวนการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย

1. การรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา (Problem/Need Recognition) ในขั้นตอนแรกผู้บริโภคจะตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการในสินค้าหรือการบริการ

2. การแสวงหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภคทราบถึงความต้องการในสินค้าหรือบริการแล้ว ลำดับขั้นต่อไปผู้บริโภคก็จะทำการแสวงหาข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ โดยแหล่งข้อมูลของผู้บริโภค แบ่งเป็น แหล่งบุคคล, แหล่งทางการค้า, แหล่งสาธารณชน และแหล่งประสบการณ์

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อได้ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 2 แล้ว ในขั้นต่อไป ผู้บริโภคก็จะทำการประเมินทางเลือก โดยในการประเมินทางเลือกนั้น ผู้บริโภคต้องกำหนดเกณฑ์หรือคุณสมบัติที่จะใช้ในการประเมิน เช่น ยี่ห้อ ราคา รูปแบบ บริการหลังการขาย ราคาขายต่อหน่วย เป็นต้น

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หลังจากที่ได้ทำการประเมินทางเลือกแล้ว ผู้บริโภคก็จะเข้าสู่ในขั้นของการตัดสินใจซื้อ ซึ่งต้องมีการตัดสินใจในด้านต่างๆ ดังนี้

- ตรายี่ห้อที่ซื้อ (Brand Decision)
- ร้านค้าที่ซื้อ (Vendor Decision)
- ปริมาณที่ซื้อ (Quantity Decision)
- เวลาที่ซื้อ (Timing Decision)
- วิธีการชำระเงิน (Payment-method Decision)

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) หลังจากที่ถูกค้าได้ทำการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้วนั้น นักการตลาดจะต้องทำการตรวจสอบความพึงพอใจภายหลังการซื้อ ซึ่งความพึงพอใจนั้นเกิดขึ้นจากการที่ถูกค้าทำ การเปรียบเทียบสิ่งที่เกิดขึ้นจริงกับสิ่งที่คาดหวัง ถ้าคุณค่าของสินค้าหรือบริการที่ได้รับจริงตรงกับที่คาดหวังหรือสูงกว่าที่ได้คาดหวังเอาไว้ ลูกค้านั้นก็จะเกิดความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการนั้น โดยถ้าลูกค้ามีความพึงพอใจก็จะเกิดพฤติกรรมในการซื้อซ้ำหรือบอกต่อ เป็นต้น แต่เมื่อใดก็ตามที่คุณค่าที่ได้รับจริงต่ำกว่าที่ได้คาดหวังเอาไว้ ลูกค้านั้นก็จะเกิดความไม่พึงพอใจพฤติกรรมที่ตามมาก็คือ ลูกค้านั้นจะเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่งขัน และมีการบอกต่อไปยังผู้บริโภคคนอื่นๆ ด้วย

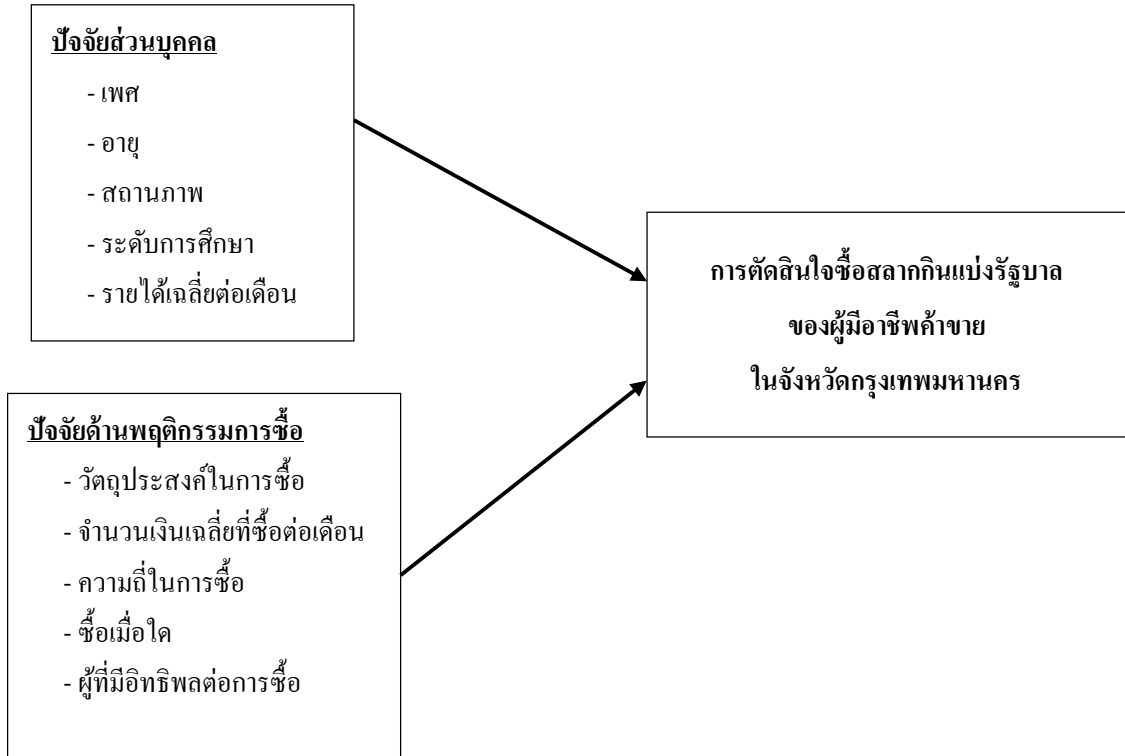
กรอบแนวความคิดการวิจัย

จากการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรอิสระจำนวน 2 กลุ่ม โดยกลุ่มแรกคือ กลุ่มปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มที่สองคือ กลุ่มปัจจัยด้านพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการซื้อ จำนวนเงินเฉลี่ยที่ซื้อต่อเดือน ความถี่ในการซื้อ ซื้อเมื่อใด ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ และกลุ่มตัวแปรตามจำนวน 1 กลุ่ม คือ การตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่แบ่งรัฐบาลของผู้ที่มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ทั้งนี้ จะทำการทดสอบในลักษณะตัวแปรเดียวของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามเป็นรายตัวแปร โดยสามารถอธิบายตามกรอบแนวความคิดการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



กรอบแนวความคิดการวิจัย

สมมุติฐานการวิจัย

1. ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน) ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

2. ความแตกต่างของปัจจัยด้านพฤติกรรมการซื้อ (วัตถุประสงค์ในการซื้อ จำนวนเงินเฉลี่ยที่ซื้อต่อเดือน ความถี่ในการซื้อ ซื้อในโอกาสใด ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ) ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยดังกล่าว ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ โดยใช้ตัวแปรต่างๆ โดยแบ่งข้อมูลเป็น 2 ส่วน คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือวิทยานิพนธ์ รายงานทางวิชาการ บทความวารสาร และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

โดยประชากรที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษางานวิจัยนี้คือ ผู้มีอาชีพค้าขาย ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่ตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร การเลือกกลุ่มตัวอย่างเนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรผู้มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานครที่แน่นอน ดังนั้นการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจึงสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของคอกแรน (Cochran) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้ นำไปจัดเก็บข้อมูลจากผู้มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นลักษณะคำถามปลายปิด (Close Ended Questionnaire) ทั้งหมดทุกส่วน ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการวิจัยไปทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา การใช้ภาษา และลักษณะของข้อความที่ใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา โดยนำแบบสอบถามให้ที่ปรึกษาของงานวิจัยตรวจสอบเนื้อหา และนำมาปรับปรุงทำการแก้ไขให้เหมาะสม และนำเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นได้ทำการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านมาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) จากนั้นจึงนำแบบสอบถามแจกกับกลุ่มตัวอย่างที่มีสภาพความเป็นกลุ่มตัวอย่าง (Pilot test) จำนวน 50 คน ซึ่งได้แก่ กลุ่มผู้มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล นำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยการนำแบบสอบถามมาทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือโดยการวิเคราะห์ประมวลหาค่าครอนบาร์คแอลฟา (Cronbach's Alpha Analysis Test) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.772 หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างให้ครบตามจำนวน 400 ตัวอย่าง ตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในการศึกษา

หลังจากที่ได้รวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดจากผู้ตอบแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาทำการตรวจสอบข้อมูล โดยการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามและคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก และนำแบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์มาลงรหัสตามที่กำหนดไว้ เพื่อประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป (Statistic Package for Social Sciences) ในการดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยตัวแปรต่างๆ จะถูกนำมาลงรหัส เพื่อเปลี่ยนสภาพข้อมูลให้อยู่ในรูปของตัวเลข แล้วนำมาวิเคราะห์ เพื่อหาความสัมพันธ์ในรูปแบบของตัวเลข และวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยจะนำเสนอใน 2 ส่วน ดังนี้

1. การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผลการวิเคราะห์พบว่า

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

1.1.1 เพศของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 80.0

1.1.2 อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 46-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.0 และมีอายุ 56 ปีขึ้นไปน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.0

1.1.3 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาไม่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 42.0

1.1.4 ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช. คิดเป็นร้อยละ 20.0 และจบการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. และปริญญาโทน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.0

1.1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 7,501-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001-22,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 30,001-37,500 บาทน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.0

1.2. ปัจจัยด้านพฤติกรรมการซื้อ

1.2.1 วัตถุประสงค์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ซื้อเพื่อต้องการเลี้ยงชีพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อต้องการเงินรางวัล คิดเป็นร้อยละ 42.0 และซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อความท้าทายสนุกสนานน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.0

1.2.2 จำนวนเงินเฉลี่ยที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อเดือนส่วนใหญ่ไม่เกิน 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.0

1.2.3 ความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ซื้อทุกงวด คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลนานๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 38.0

1.2.4 โอกาสในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเพื่ออยากเลี้ยงชีพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ ซื้อเป็นปกติซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 28.0 และซื้อในโอกาสพิเศษ/วันพิเศษน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.0

1.2.5 ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 90.0 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ครอบครัวยกเว้นกับคนขายมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.0

1.3. การตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

ระดับความสำคัญของการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก-มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.56 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก-มากที่สุด ได้แก่

- ความเสี่ยงน้อย ได้ผลตอบแทนเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.86
- สลากกินแบ่งรัฐบาลมีความเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.66
- มีความสะดวก รวดเร็วในการซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.61
- สามารถซื้อเลขได้ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.88
- มีความสะดวกสบายในการติดต่อรับเงินรางวัล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76
- ขนาดพิกพา สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67
- ราคาสามารถซื้อได้ ไม่แพง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.88
- สามารถหาซื้อได้ง่าย สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.63

2. การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลของสมมติฐานทั้ง 2 ข้อ ดังนี้

1. สมมติฐานข้อที่ 1 : ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน) ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ สถิติการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน (Independent Sample : t-Test) และ ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA : F-Test) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ผลการวิเคราะห์พบว่า

- ระดับความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล (ด้านเพศ) กับการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล (ด้านเพศ) ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

- ระดับความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล (ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านระดับการศึกษา ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน) กับการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล (ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านระดับการศึกษา ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน) ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้นจึงนำผล ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยค่าใดบ้างที่แตกต่างกัน พบว่า

(1) ด้านอายุ

- ผู้ที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี มีการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแตกต่างจากไปจากผู้ที่มีอายุ 26-35 ปี 36-45 ปี และอายุ 56 ปีขึ้นไป

- ผู้ที่มีอายุ 26-35 ปี มีการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแตกต่างจากไปจากผู้ที่มีอายุ 36-45 ปี 46-55 ปี และอายุ 56 ปีขึ้นไป

- ผู้ที่มีอายุ 36-45 ปี มีการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแตกต่างจากไปจากผู้ที่มีอายุ 56 ปีขึ้นไป

(2) ด้านสถานภาพ

- ผู้ที่มีสถานภาพโสดและสถานภาพสมรส มีการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแตกต่างจากไปจากผู้ที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

(3) ด้านระดับการศึกษา

- ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นและมีระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแตกต่างจากไปจากผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและปริญญาโท

- ผู้ที่มีระดับการศึกษามัธยมปลาย/ปวช. มีการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแตกต่างจากไปจากผู้ที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรีและปริญญาโท

- ผู้ที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. มีการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแตกต่างจากไปจากผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและปริญญาโท

(4) ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 7,500 บาท มีการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแตกต่างจากไปจากผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-22,500 บาท และผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 37,501 บาทขึ้นไป

- ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 7,501-15,000 บาทและผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-22,500 บาท มีการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแตกต่างจากไปจากผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 22,501-30,000 บาทและผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 37,501 บาทขึ้นไป

- ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 22,501-30,000 บาท มีการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแตกต่างจากไปจากผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 37,501 บาทขึ้นไป

2. สมมติฐานข้อที่ 2 : ความแตกต่างของปัจจัยด้านพฤติกรรมการซื้อ (วัตถุประสงค์ในการซื้อ จำนวนเงินเฉลี่ยที่ซื้อต่อเดือน ความถี่ในการซื้อ ซื้อในโอกาสใด ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ) ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA : F-Test)

เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ผลการวิเคราะห์พบว่า พฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้นจึงนำผล ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยค่าใดบ้างที่แตกต่างกัน พบว่า

(1) ด้านวัตถุประสงค์ในการซื้อ

- ผู้ซื้อที่มีความต้องการในการเลี้ยงโชค มีการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแตกต่างจากไปจากผู้ซื้อที่มีความต้องการความท้าทายสนุกสนาน
- ผู้ซื้อที่มีความต้องการเงินรางวัล มีการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแตกต่างจากไปจากผู้ซื้อที่มีความต้องการความท้าทายสนุกสนาน และความหลากหลายของรางวัล
- ผู้ซื้อที่มีความต้องการความท้าทายสนุกสนาน มีการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแตกต่างจากไปจากผู้ซื้อที่มีความต้องการความหลากหลายของรางวัล

(2) ด้านจำนวนเงินเฉลี่ยที่ซื้อต่อเดือน

- ผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 500 บาท มีการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแตกต่างจากไปจากผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเฉลี่ยต่อเดือน 501-1,000 บาท

(3) ด้านความถี่ในการซื้อ

- ผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแบบนานๆ ครั้ง มีการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแตกต่างจากไปจากผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแบบซื้อประจำ/ซื้อบ่อย และแบบซื้อทุกงวด

(4) ด้านโอกาสในการซื้อ

- ผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเนื่องในโอกาสพิเศษ มีการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแตกต่างจากไปจากผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลตามความฝัน
- ผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นปกติ ซื้อประจำ มีการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแตกต่างจากไปจากผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลตามความฝันและผู้ที่ยากเลี้ยงโชค
- ผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลตามความฝัน มีการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแตกต่างจากไปจากผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลตามเลขที่พบในเหตุการณ์ต่าง ๆ และผู้ที่ยากเลี้ยงโชค

(5) ผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อ

- ตนเองเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแตกต่างจากไปจากผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลที่มีคนขายเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ
- ครอบครัวเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแตกต่างจากไปจากผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลที่มีคนขายเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อและอื่นๆ
- คนขายเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลแตกต่างจากไปจากผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลที่มีอย่างอื่น ๆ เป็นอิทธิพล

สรุปและวิจารณ์ผล

การสรุปและวิจารณ์ผลจะเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลกับเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจะอธิบายตามสมมติฐานดังนี้

1. สมมติฐานข้อที่ 1: ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน) ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง โดยมีอายุ 36 - 45 ปี มากที่สุด ส่วนมาก มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ระดับ 7,501 - 15,000 บาท ทดสอบด้วยค่าสถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า เพศไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า อายุ, สถานภาพ, ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ทิรวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค โดยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยการที่บุคคลมีสถานภาพทางสังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจที่แตกต่างกันจะส่งผลไปที่ พฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน คืออาจตัดสินใจซื้อ / รับ บริการ และอาจจะมีการซื้อ / รับบริการอย่างต่อเนื่อง และอาจจะบอกต่อไปยังบุคคลอื่นๆ ที่ตนเองมีปฏิสัมพันธ์ในมรการซื้อ / รับบริการต่อไป ซึ่งผู้ประกอบการหรือนักการตลาดสามารถนำประโยชน์ของปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้ไปใช้ในการวิเคราะห์และประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้ เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

2. สมมติฐานข้อที่ 2 : ความแตกต่างของปัจจัยด้านพฤติกรรมการซื้อ (วัตถุประสงค์ในการซื้อ จำนวนเงินเฉลี่ยที่ซื้อต่อเดือน ความถี่ในการซื้อ ซื้อในโอกาสใด ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ) ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อต้องการเสี่ยงโชค ซึ่งจำนวนเงินเฉลี่ยที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลต่อเดือนส่วนใหญ่ไม่เกิน 500 บาท ความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลส่วนมากซื้อทุกงวด และโอกาสในการซื้อส่วนใหญ่เพื่ออยากเสี่ยงโชค โดยตนเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ความแตกต่างของปัจจัยด้านพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้มีอาชีพค้าขาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชญา ฉัทรวานนท์ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชนในเขตอำเภอหนองใหญ่ จังหวัดชลบุรี” ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชนในเขตอำเภอหนองใหญ่ จังหวัดชลบุรี แต่ปัจจัยด้านอื่นๆ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชน ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชนในเขตอำเภอหนองใหญ่ จังหวัดชลบุรี ได้แก่ การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น วันเกิด หรือวันสำคัญ การซื้อเพราะต้องการช่วยคนขายที่ด้อยโอกาส สามารถหาซื้อได้ง่ายและมีเลขตามต้องการ ซื้อตามคำทำนายว่าให้เสี่ยงโชค โดยมีความคาดหวังว่าจะถูกรางวัลหรือเพราะชอบเสี่ยงโชค ชอบในสิ่งเร้นลับ มีความมั่นใจว่าจะถูกหวยทุกครั้งและคาดหวังว่าจะทำให้รวยเร็ว หรือทำให้เศรษฐกิจในครอบครัวดีขึ้น ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการนำไปปรับปรุง และวิเคราะห์การดำเนินงานของธุรกิจให้ตรงกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน

ซึ่งผู้บริโภคแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2549). *การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล* (พิมพ์ครั้งที่ 8).

กรุงเทพมหานคร. ธรรมสาร.

ก่อเกียรติ วิริยะกิจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร. วังอักษร.

จूरืพร อินทรานุกัษย์. (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาโคกกรวด จ.นครราชสีมา*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

จิตติมน สือเสาวลักษณ์. (2556). *พฤติกรรมการซื้อของขวัญได้คืนของประชาชนในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา

นิภา ศรีไพโรจน์. (2527). *หลักการวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ. ศึกษาพร.

นัทพลปิยะ สุวรรณเดช. (2553). *การตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชน บริเวณสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย ราชภัฏธนบุรี.

บรรยงค์ โฉจินดา. (2540). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร. ไทยวัฒนาพานิช.

ไพศาล หวังพานิช. (2546). *การวัดผลการศึกษา*. กรุงเทพฯ. ไทยวัฒนาพานิช.

ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์. (2548). *ทฤษฎีและเทคนิคการสุ่มตัวอย่าง*. กรุงเทพฯ. โอเดียนสโตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร. เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค : ฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพมหานคร. พัฒนาศึกษา.

เสรี วงษ์มณฑา. (2547). *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพมหานคร. บ้านเสรีรัตน์.

สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล. (2558). *เงินนำส่งรายได้แผ่นดิน*. ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2561, จาก http://www.glo.or.th/ewt_news.php?nid=65

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคลยา จาตุรงค์กุล. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Assale, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action*. (6th ed.). Cincinnati: South Western Colleg.

Kotler, Philip. (2000). *Marketing management*. (10th ed). New Jersey: Prentice-Hall.