

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนการซื้อหวยใต้ดินของประชากรใน
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

FACTORS AFFECTING THE PLANNING BEHAVIOR OF THE UNDERGROUND
LOTTERY PURCHASE OF THE PLOPLE LIVING IN BANGKOK AND
SURROUNDING PROVINCES

กาญจจิรา ใหญ่หน้า

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของประชากร ทักษะคิดต่อพฤติกรรมการซื้อ บัตรพื้นฐานทางสังคมและ การรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการซื้อหวยใต้ดินของประชากรใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของประชากร ทักษะคิดต่อพฤติกรรมการซื้อหวยใต้ดิน บัตรพื้นฐานทางสังคม และ การรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการซื้อหวยใต้ดินมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อ และการวางแผนพฤติกรรมการซื้อหวยใต้ดินของประชากรในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่มีรายได้ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติโดยใช้การทดสอบ t-test และ ANOVA เพื่อทดสอบความแตกต่างของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม และ การวิเคราะห์การถดถอยพหุเชิงเส้นตรง (Multiple Liner Regression) เพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทักษะคิดต่อพฤติกรรมการซื้อหวยใต้ดิน บัตรพื้นฐานทางสังคม และการรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการซื้อหวยใต้ดินมีผลต่อการตั้งใจและพฤติกรรมการซื้อหวยใต้ดินของประชากรใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

คำสำคัญ : พฤติกรรมการวางแผน, ทักษะคิดต่อพฤติกรรมการซื้อ, บัตรพื้นฐานทางสังคม, การรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการซื้อ, ความตั้งใจซื้อ, หวยใต้ดิน

ABSTRACT

The purpose of this research are to study (1) To study general population data Attitude towards buying behavior Social norms and Perception about the ability to buy underground lottery numbers of the population in Bangkok and surrounding provinces. (2) To study general population data. Attitude towards the underground lottery buying behavior Social norms and perceptions about the ability to buy underground lottery have a relation with the intention of buying and planning the behavior of underground lottery buying of the population in Bangkok and suburb. The sample group used in this research is 400 people with income in Bangkok and metropolitan area by using questionnaires as a tool for data collection. The statistics used in the analysis were frequency, percentage, mean, and standard deviation. Statistical hypotheses were tested using t-test and ANOVA to test the difference of independent variables with dependent variables and multiple liner regression to test the influence of independent variables on variables. according The hypothesis test found that Attitude towards the underground lottery buying behavior Social norms And perceptions about the ability to buy underground lottery affect the intention and behavior of the underground lottery buying of the population in Bangkok and surrounding provinces.

Keywords: Planned behavior, Attitude towards buying behavior, Social norms, Perception about the ability to buy, Purchase intention, The underground lottery

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประชากรในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นกลุ่มตัวอย่าง เพราะในพื้นที่ที่มีประชากรหนาแน่น และเป็นกลุ่มคนที่มีความสามารถในการซื้อค่อนข้างมาก กรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นศูนย์กลาง ด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุนและการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมได้มีการเจริญเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเป็นแหล่งที่ประชากรมีความหลากหลายทางด้านอาชีพ และการศึกษา ซึ่งทุกคนล้วนแล้วแต่อยากมี อยากรวย เพื่อที่จะเปลี่ยนวิถีชีวิตของตนเอง และหาวิธีได้คืนก็เป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับผู้ที่ยากรวยทางลัด คนเล่นหาวิธีได้คืนนั้นประกอบไปด้วยผู้คนที่หลากหลาย การซื้อหาวิธีได้คืนก็สามารถหาซื้อได้ง่ายและนิยมกันอย่างแพร่หลาย

จากที่กล่าวมาข้างต้น การซื้อห่วยใต้ดินเป็นการเลี่ยงโทษซึ่งเป็นรูปแบบของการพนันชนิดหนึ่ง ซึ่งถือว่ามีผิดกฎหมาย แต่ได้รับความนิยมค่อนข้างสูงจากกลุ่มประชากรในแต่ละพื้นที่ ซึ่งผู้วิจัยจึงสนใจในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนการซื้อห่วยใต้ดินของประชากรในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ รูปแบบการซื้อ ทศนคติต่อห่วยใต้ดิน ความตั้งใจ หรือค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง เพื่อมาหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาการซื้อห่วยใต้ดินในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

(1) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของประชากร ทศนคติต่อพฤติกรรมการซื้อห่วยใต้ดิน บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการซื้อห่วยใต้ดินของประชากรในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (2) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของประชากร ทศนคติต่อพฤติกรรมการซื้อห่วยใต้ดิน บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการซื้อห่วยใต้ดินมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อและการวางแผนพฤติกรรมการซื้อห่วยใต้ดินของประชากรในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ขอบเขตของการวิจัย

(1) ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ ประชากรที่ซื้อห่วยใต้ดินในกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล (2) ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย ทศนคติความรู้สึกส่วนบุคคล , ทศนคติต่อรูปแบบการซื้อ และทศนคติด้านราคา/ผลตอบแทน ศึกษาถึง บรรทัดฐานทางสังคมได้แก่ อิทธิพลของครอบครัวต่อการซื้อ การรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการซื้อห่วยใต้ดิน ความตั้งใจในเชิงพฤติกรรม และสุดท้ายคือ (3) ขอบเขตด้านระยะเวลา ระหว่าง พฤษภาคม – สิงหาคม 2562

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

(1) ประโยชน์เชิงวิชาการ ผลจากการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อการศึกษาการกำหนดและหาแนวทางการแก้ไขปัญหาการของประชากรที่มีทศนคติ บรรทัดฐาน และการรับรู้ความสามารถในการซื้อที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อในเชิงพฤติกรรม ซึ่งผู้วิจัยคาดหวังว่าผลจากการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์กับผู้ที่กำลังศึกษา ค้นคว้า วิจัยหรือนักคิดอื่นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรดังกล่าว ตลอดจนเป็นแนวทางต่อเนื่องในเรื่องที่เกี่ยวข้องสำหรับผู้ศึกษาการทำวิจัยต่อไป

(2) ประโยชน์เชิงนโยบาย ผลจากการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปประยุกต์ใช้เพื่อให้รัฐบาลและผู้ที่เกี่ยวข้องต้องกำหนดกลยุทธ์และหานโยบายเพื่อป้องกันการซื้อห่วยใต้ดินของประชากร และทำให้ห่วยใต้ดินเป็นห่วยที่ถูกกฎหมายของประเทศ

แนวคิดและทฤษฎี

1. แนวคิดและทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการพนัน จี๊ด เศรษฐบุตร (2540) ให้คำนิยามว่า “การพนันเป็นเอกเทศสัญญาที่คู่สัญญาได้ให้คำมั่น ซึ่งกันและกัน ฝ่ายหนึ่งจะจ่ายเงินหรือทรัพย์สินแก่อีกฝ่ายหนึ่งแล้วแต่ว่าเหตุการณ์ที่คู่สัญญาไม่รู้ไม่แน่นอนอันหนึ่งจะได้ปรากฏแก่คู่สัญญาว่าแน่นอนในทางใด เมื่อปรากฏเหตุการณ์ออกมาแน่นอน ในทางใดแล้วคู่สัญญาที่จ่ายเงินหรือทรัพย์สินตามคำมั่นนั้น ได้ชื่อว่าเป็นผู้แพ้ส่วนคู่สัญญาที่รับเงิน หรือทรัพย์สินตามคำมั่นได้ชื่อว่าเป็นผู้ชนะ”

2. แนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจ คือ การจูงใจ (Motivation) และ สิ่งจูงใจ (Motives) หมายถึง สิ่งกระตุ้นหรือพลังกระตุ้นภายในบุคคลแต่ละคน ซึ่งกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติ โดยโมเดล ของกระบวนการจูงใจประกอบด้วย สภาพความตึงเครียด (Tension) ซึ่งเกิดจากความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (wants) และความปรารถนา (Desire) ที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง (Unfulfilled) ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะผลักดันให้เกิดพฤติกรรมที่ไปสู่การบรรลุเป้าหมาย คือ การได้รับการ ตอบสนองในความต้องการ และสามารถลดความตึงเครียดที่เกิดขึ้นได้ (Needs) ความต้องการ (wants) และความปรารถนา (Desire) ที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง (Unfulfilled) ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะผลักดันให้เกิดพฤติกรรมที่ไปสู่การบรรลุเป้าหมาย คือ การได้รับการ ตอบสนองในความต้องการ และสามารถลดความตึงเครียดที่เกิดขึ้นได้

3. ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) เสนอ โดย Ajzen ในปี 1985 เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคม (Social psychology) ที่พัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action) ของ Fishbein และ Ajzen (1975) โดยทฤษฎีนี้อธิบายว่า การแสดงพฤติกรรมของมนุษย์จะเกิดจากการชี้นำโดยความเชื่อ 3 ประการ ได้แก่ ความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรม (Behavioral beliefs) ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (Normative beliefs) และความเชื่อเกี่ยวกับความสามารถในการควบคุม (Control beliefs) ซึ่งความเชื่อแต่ละตัวจะส่งผลต่อตัวแปรต่าง ๆ (Ajzen, 1991)

4. แนวคิดและทฤษฎีความคาดหวัง Victor Vroom (1964) ได้เสนอรูปแบบของความคาดหวังในการทำงาน ซึ่งได้รับความนิมอย่างมาในการอธิบายกระบวนการจูงใจของมนุษย์ในการทำงาน โดย Vroom มีความเห็นว่า การที่จะจูงใจให้พนักงานทำงานเพิ่มขึ้นนั้นจะต้องเข้าใจกระบวนการทางความคิดและการรับรู้ของบุคคลก่อน โดยปกติเมื่อคนจะทำงานเพิ่มขึ้นจากระดับปกติเขาจะคิดว่าเขาจะได้อะไรจากการกระทำนั้นหรือการคาดคิดว่าอะไรจะเกิดขึ้นเมื่อเขาได้แสดงพฤติกรรมบางอย่างในกรณีของการทำงาน พนักงานจะเพิ่มความพยายามมากขึ้นเมื่อเขาคิดว่าการทำงานนั้นนำไปสู่ผลลัพธ์บางประการที่เขามีความพึงพอใจ

5. แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค พฤติกรรม หมายถึง การปฏิบัติหรือการกระทำที่มนุษย์แสดงออกมา โดยมีความรู้ ความเข้าใจ เจตคติ และการปฏิบัติ เป็นตัวก่อให้เกิดพฤติกรรมนั้น แสดงพฤติกรรมออกมา อาจเป็น พฤติกรรมที่ถูกหรือผิดก็ได้ ทั้งนี้พฤติกรรมดังกล่าวแบ่งเป็นพฤติกรรมที่สังเกตได้และพฤติกรรมที่สังเกตไม่ได้

6. แนวคิดเรื่องความเสี่ยง ความเสี่ยง (Risk) คือ การวัดความสามารถ ที่จะดำเนินการให้วัตถุประสงค์ของงานประสบความสำเร็จ ภายใต้การตัดสินใจ งบประมาณ กำหนดเวลา และข้อจำกัดด้านเทคนิคที่เผชิญอยู่ อย่างเช่น การจัดทำโครงการเป็นชุดของกิจกรรม ที่จะดำเนินการเรื่องใดเรื่องหนึ่งในอนาคต โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด มาดำเนินการให้ประสบความสำเร็จ ภายใต้กรอบเวลาอันจำกัด ซึ่งเป็นกำหนดการปฏิบัติการในอนาคต ความเสี่ยงจึงอาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา อันเนื่องมาจากความไม่แน่นอน และความจำกัดของทรัพยากร โครงการ ผู้บริหาร โครงการจึงต้องจัดการความเสี่ยงของโครงการ เพื่อให้ปัญหาของโครงการลดน้อยลง และสามารถดำเนินการให้ประสบความสำเร็จ ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิตติมน สือเสาวลักษณ์ (2556) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อหอยไต้ดินของประชาชนในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหอยไต้ดินด้านรูปแบบการซื้อหอยไต้ดิน ประชาชนไม่คำนึงถึงเรื่องทางเลือกของการซื้อที่หลากหลายประเภท อาทิ 2 ตัวบน-ล่าง 3 ตัวบน-ล่าง ไต้ดินหรือคุนมากนักร เพราะมีหลายทางเลือกซื้อก็จริง แต่ถ้าซื้อเยอะต้นทุนก็จะสูงขึ้น ฉะนั้น ประชาชนจึงคำนึงถึงเรื่องการเลือกซื้อเลขได้ตามต้องการมากกว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหอยไต้ดิน

ทองธรรม กุมภีพงษ์ (2559) ศึกษาการศึกษาความต้องการสลากรูปแบบใหม่ของประชากรในเขตกรุงเทพฯ ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงโดยอายุอยู่ในช่วง 20-39 ปี เป็นกลุ่มประชากรวัยทำงานที่อยู่ในวัยกลางคน ผลการวิเคราะห์ระดับอรรถประโยชน์ที่มีต่อชุดทางเลือกสลากรูปแบบใหม่โดยรวมสามารถนำมาคำนวณค่าความชอบรวมที่มีต่อชุดคุณลักษณะสลากรูปแบบใหม่ทั้ง 8 ชุดพบว่า กลุ่มตัวอย่างชอบ ชุดทางเลือกที่ 1 มากที่สุดเป็นอันดับ 1 โดยมีอรรถประโยชน์รวม เท่ากับ 6.917 ประกอบด้วย ลักษณะเลขท้าย 3 ตัวบน รับรางวัลบาทละ 500 ราคาซื้อเริ่มต้นที่ 100 บ. และได้รับส่วนลดทันที 10 บ.สามารถหาซื้อได้ที่ตู้ออนไลน์ โดยชอบบริการเงินรางวัลได้ที่ร้านค้าทั่วไปหัก ค่าธรรมเนียม 2% มากที่สุด

เสาวณีย์ ไทยรุ่งโรจน์ , ปรีดา โพธิ์ทอง , วาติตร รัศมีธรรม (2549) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคหอยไต้ดิน – หอยบนดินของไทย โดยใช้ข้อมูลทั้งแบบอนุกรมเวลา และข้อมูลภาคตัดขวางจากการสำรวจประชาชนผู้ซื้อหอยบนดินและหอยไต้ดิน ซึ่งนอกจากต้องการศึกษาถึงลักษณะและพฤติกรรมการซื้อหอยแล้ว ยังต้องการหาคำตอบว่าหอยบนดินสามารถทดแทน หอยไต้ดินได้หรือไม่ และผู้บริโภคมีลักษณะติดการพนันหรือไม่ ผล

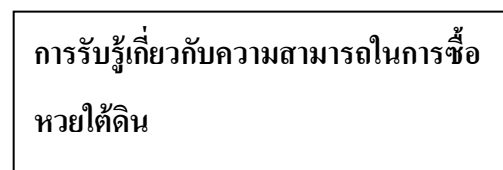
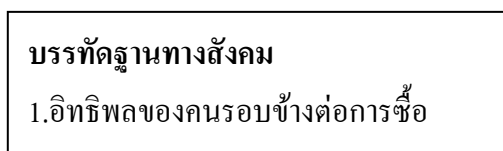
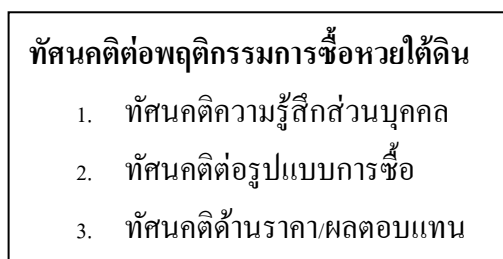
การศึกษาการบริโภคทั้งห่วยบนดินและห่วยใต้ดิน โดยใช้ข้อมูลภาคตัดขวางจากการสำรวจ พบว่า การบริโภคทั้งห่วยบนดินและห่วยใต้ดิน มีลักษณะ การเสพติดแต่เป็นการเสพติดแบบสมเหตุสมผล (Rational Addiction) มากกว่าแบบตาบอด (Myopic Addiction) กล่าวคือ การซื้อห่วยบนดินนั้นผู้บริโภคได้พิจารณาหรือวางแผนโดยคำนึงถึงการใช้จ่ายในอนาคตด้วย

พัชระ คงพินิจบรรจง (2552) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อห่วยเถื่อน ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาและวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเล่นห่วยเถื่อนของคนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ และศึกษาถึงกระบวนการในการบริหารห่วยเถื่อนของเจ้ามือ โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้เล่นการพนันห่วยเถื่อนตัวอย่างในพื้นที่เทศบาลนครเชียงใหม่ ผู้เล่นส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง ซึ่งเป็นวัยทำงานแล้ว แต่มีเงินเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท โดยเหตุผลในการเล่น ส่วนมากจะบอกว่าต้องการสร้างความหวังในชีวิต มีวิธีการเล่นที่ง่ายไม่ยุ่งยาก ผลตอบแทนที่ง่ายเมื่อถูกห่วยสูง ซื้อได้ไม่จำกัดวงเงิน

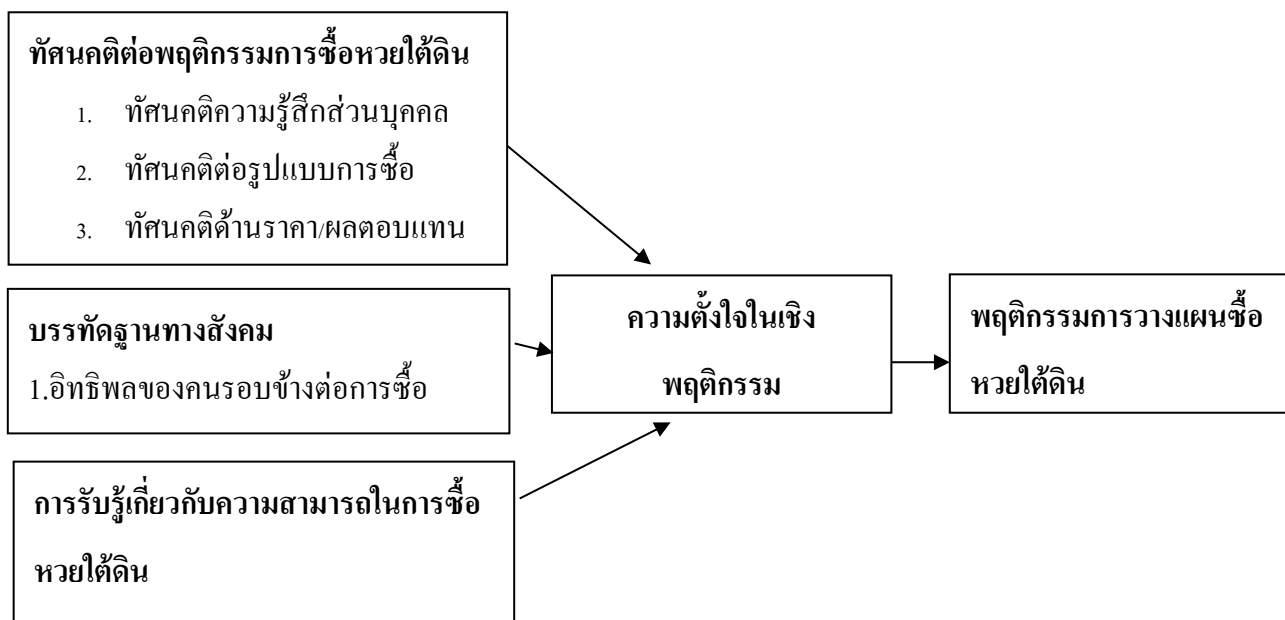
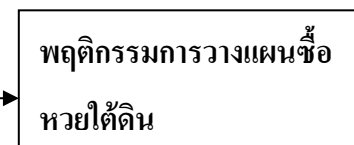
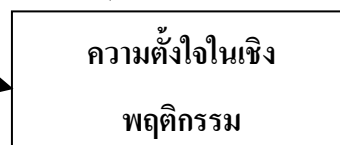
ยุทธการ ไวยอภา (2546) พฤติกรรมการซื้อห่วยใต้ดินนั้น เกิดจากความชอบ และความหลากหลายในการเลือกซื้อตัวเลขที่ชอบ ซึ่งห่วยใต้ดินมีวิธีการเล่นที่ง่ายและไม่ยุ่งยาก มีราคาที่ถูกกว่าห่วยประเภทอื่นๆ การซื้อในแต่ละครั้งไม่จำกัดจำนวนเงินที่ซื้อ อีกทั้งการซื้อห่วยใต้ดินในแต่ละครั้งยังสามารถใช้เครดิต และยังได้ส่วนลดเป็นเปอร์เซ็นต์ ง่ายผลตอบแทนที่สูง หลักการและเหตุผลที่ซื้อ ผู้ซื้อส่วนใหญ่มักที่จะแสวงหาเลขที่ซื้อได้เองในแต่ละครั้ง ตามความเชื่อและความชอบคนแต่ละบุคคล

กรอบแนวคิดวิจัย

ตัวแปรอิสระ



ตัวแปรตาม



สมมติฐานการวิจัย

(1) ทักษะคิดต่อพฤติกรรมการซื้อหอยใต้ดิน ทักษะคิดความรู้สึคนส่วนบุคคล ทักษะคิดต่อรูปแบบการซื้อ ทักษะคิดด้านราคาและผลตอบแทน มีผลต่อความตั้งใจซื้อในเชิงพฤติกรรม (2) บรรทัดฐานทางสังคม อิทธิพลของคนรอบข้าง มีผลต่อความตั้งใจซื้อในเชิงพฤติกรรม (3) การรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการซื้อหอยใต้ดินมีผลต่อความตั้งใจซื้อในเชิงพฤติกรรม (4) ความตั้งใจซื้อในเชิงพฤติกรรม มีผลต่อพฤติกรรมการวางแผนซื้อหอยใต้ดิน

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากร(Population) ที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชากรที่มีรายได้ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน การสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวอย่าง (sample size) ให้มีความเหมาะสมกับระดับความเชื่อมั่นในทางสถิติที่ระดับ .05 จึงได้นำสูตรของยามานะ(Yamane,1976) จากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์และประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคำนวณทางสถิติ SPSS ประกอบด้วย (1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive analysis) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และตัวแปรทุกตัวตามกรอบแนวคิดการวิจัย และ (2) สถิติอนุมานเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน (Independent sample T-test) การทดสอบความแตกต่างของค่าความแปรปรวน (One-way anova) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple regression analysis)

สรุปผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001 – 30,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับทักษะคิดต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในการซื้อหอยใต้ดิน โดยภาพรวมในระดับมาก โดยทักษะคิดต่อพฤติกรรมการซื้อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การรับรู้ความสามารถในการซื้อ และบรรทัดฐานทางสังคม ตามลำดับ ให้ความสำคัญภาพรวมกับความตั้งใจซื้อหอยใต้ดินให้ความสำคัญรวมในระดับมาก โดยที่เงินตั้งใจจะซื้อหอยใต้ดินอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ฉันต้องการที่จะเลือกซื้อหอยใต้ดินอย่างแน่นอน และลำดับที่ได้ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ถ้าราคาผลตอบแทนหอยใต้ดินลดลงฉันจะตัดสินใจซื้อต่ออย่างแน่นอน ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะในการซื้อหอยใต้ดินแบบสองตัวล่างมากที่สุด หลักใน

การซื้อคือมักจะซื้อเลขสำคัญที่เกี่ยวข้องกับตนเอง การซื้อในแต่ละครั้งมักจะเลือกซื้อกับคนรู้จัก และค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งพบว่ามีค่าเฉลี่ยที่ซื้อต่ำกว่า 500 บาทต่องวดที่ซื้อ

สมมติฐานข้อที่ 1 ทักษะคิดต่อพฤติกรรมการซื้อหอยใต้ดิน บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการซื้อหอยใต้ดินมีผลต่อการตั้งใจซื้อหอยใต้ดินและความตั้งใจของประชากรในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนการซื้อหอยใต้ดินของประชากรในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สอดคล้องไปกับสมมติฐานข้อที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 โดยมีความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อทักษะคิดต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในการซื้อเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณการซื้อหอยใต้ดินในแต่ละครั้งก็เพิ่มขึ้นสูงด้วยตามและมีการวางแผนการซื้อตามลักษณะต่างๆที่เพิ่มสูงขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 21 – 30 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้เป็นกลุ่มคนที่หารายได้เพื่อยังชีพ มีรายได้ที่ไม่เพียงพอต่อการใช้ชีวิต จึงเป็นกลุ่มที่มักเสี่ยงโชค เพื่อหวังว่าจะรวยทางลัด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับทักษะคิดต่อพฤติกรรมการซื้อบรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการซื้อหอยใต้ดิน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยทักษะคิดต่อพฤติกรรมการซื้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด และให้ความสำคัญในระดับที่มาก รองลงมาคือ การรับรู้ความสามารถในการซื้อ และบรรทัดฐานทางสังคม ตามลำดับ เนื่องจากปัจจุบันประชากรมีทักษะคิดต่อพฤติกรรมการซื้อหอยใต้ดิน และสามารถรับรู้ได้ว่าควบคุมปริมาณการซื้อได้เอง โดยที่บรรทัดฐานทางสังคมมีผลกับการซื้อบ้าง แต่ก็ยังไม่เทียบเท่ากับทักษะคิดและการรับรู้ความสามารถในการซื้อหอยใต้ดินของตน

ส่วนใหญ่มองว่าการซื้อหอยใต้ดินเป็นการลงทุนที่น้อยแต่ได้กำไรมาก ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีความคาดหวังของวูม (Vloom, 1964 อ้างถึงใน สิทธิโชควรานุสันติกุล, 2525, หน้า 6) การที่บุคคลคาดหวังไว้ล่วงหน้าก่อนที่จะแสดงพฤติกรรมว่า ถ้าหากเขาจะกระทำพฤติกรรมนั้นแล้วเขาจะได้ผลลัพธ์ที่จะเป็นผลดีหรือผลเสียอย่างไรต่อตัวเขา ตัวอย่างเช่น การซื้อหอยใต้ดินที่คนคิดในการซื้อของผู้ซื้อแต่ละครั้งมักจะคาดหวังกับการซื้อในแต่ละครั้งว่าตนเองจะถูกรางวัลใหญ่ โดยรางวัลของแต่ละคนจะมีค่าไม่เท่ากัน เช่น ผู้ที่มีฐานะดีก็จะมองว่าเงินรางวัลมีค่าน้อยสำหรับเขา กับกันสำหรับคนที่ขาดเงินรางวัลที่ได้มีค่าสำหรับตัวเขาที่ต้องใช้ประครองชีวิต เลี้ยงชีพ เลี้ยงครอบครัวได้ ซึ่งยังสอดคล้องกับผลการศึกษานายพัชระ คงพินิจบรรจง (2552)

ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อหวยเถื่อน ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า คนเงินเดือนน้อย เหตุผลในการซื้อส่วนมากจะบอกว่าต้องการสร้างความหวังในชีวิต มีผลตอบแทน ที่จ่ายเมื่อถูกหวยสูง

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับการวางแผนในการซื้อหวยใต้ดินเป็นอย่างมาก เพราะหวยใต้ดินได้รับความนิยมจากประชากร การซื้อในแต่ละครั้งจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับเงินที่มีในขณะนั้น และ การซื้อมักจะซื้อกับคนที่รู้จัก ซึ่งมีการหาเลขเด็ดอาจจะได้มาจากเลขสำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับตนเอง เช่นทะเบียนบ้าน ทะเบียนรถ เลขวันเกิด ฯลฯ หรือมีการหาเลขมาจากความฝัน บางครั้งเป็นการได้เลขมาจากเหตุการณ์บางเมืองที่เกิดขึ้น ณ ปัจจุบัน หรือในบางครั้งมักจะซื้อตามความรู้สึกซื้อ เป็นต้น การซื้อแต่ละครั้งจะมีรูปแบบในการซื้อหลายรูปแบบ เช่น เลขสองตัวล่างที่ได้รับความนิยมสูงสุดจากการตอบแบบสอบถาม การแทงตรงแทงโต๊ด เลขบน เลขล่าง การซื้อหวยใต้ดินเป็นการเสี่ยงโชคลงทุนน้อยแต่หากถูกรางวัลจะได้รับเงินจำนวนที่สูง ดังนั้น ประชากรเหล่านี้จึงต้องพยายามขวนขวายให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ดีกว่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดความเสี่ยง (Francis, 1963 อ้างถึงใน สิทธิโชค วรรณสันติกุล, 2525) กับความเสี่ยงที่ว่า มนุษย์ชอบขยายเขตความรู้สึกของตัวเองออกไป ชอบผจญภัย ชอบเสี่ยง ชอบพบเห็นและได้ลองของแปลก ๆ ใหม่ๆ การที่คนที่มีความอยากรู้อยากเห็นและชอบค้นหาสิ่งต่าง ๆ หรือชอบเสี่ยงนั้น เป็นเพราะคน มีความปรารถนาที่จะมีความรู้สึกใหม่ๆ เกิดขึ้นเสมอเช่นเดียวกับการซื้อหวยใต้ดิน ซึ่งเป็น พฤติกรรมอย่างหนึ่งที่แสดงออกถึงความเสี่ยงของมนุษย์

ผลการศึกษาพบว่า ทศนคติต่อพฤติกรรมการซื้อหวยใต้ดิน บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการซื้อหวยใต้ดินมีผลต่อการตั้งใจซื้อหวยใต้ดินของประชากรในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเมื่อวิเคราะห์รายละเอียดต่างๆแล้ว พบว่า ทศนคติต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการซื้อและความตั้งใจในการซื้อ มีผลต่อพฤติกรรมการวางแผนการซื้อหวยใต้ดินของประชากรในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Ajzen, 1991) ที่ว่าด้วยพฤติกรรมมาจากความตั้งใจที่จะมีพฤติกรรมนั้น ร่วมกับการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม เชื่อว่าการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม เป็นปัจจัยสำคัญที่เสริมความตั้งใจที่จะมีพฤติกรรม และมีผลให้เกิดการกระทำพฤติกรรมนั้น หรืออีกนัยหนึ่งการที่บุคคล จะมีความตั้งใจที่แรงกล้าก็ต่อเมื่อมีการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมนั้นได้มาก ดังนั้น ความตั้งใจ (ในการมีพฤติกรรม) จึงเป็นดัชนีชี้วัดความพร้อมของบุคคลที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น ยกตัวอย่างเช่นการตั้งใจที่จะซื้อหวยใต้ดินย่อมเกิดจากการวางแผนที่จะซื้อหวยใต้ดินในแต่ละครั้ง ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนในลักษณะเลขที่จะซื้อหรือการคำนวณค่าใช้จ่าย ล้วนแต่เกิดจากการตั้งใจของประชากร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการจากผลการวิจัย

(1).บรรทัดฐานทางสังคม อิทธิพลของคนรอบข้าง คือ สังคมออนไลน์ เพื่อนครอบครัว มีผลเป็นอย่างมาก ต่อพฤติกรรมการวางแผนการซื้อหวยใต้ดิน ดังนั้นรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้าไปศึกษาถึงปัญหา สื่อสังคมออนไลน์ที่ทำให้ประชากรเกิดแรงจูงใจ เกิดความตั้งใจในการซื้อหวยใต้ดิน เพื่อหาแนวทางในการ แก้ไขปัญหาการเล่นหวยใต้ดินของประชากร (2) การวางแผนการซื้อหวยใต้ดินของประชากรใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑลมาจากทัศนคติ ไม่ว่าจะเป็นทัศนคติความรู้สึกรู้สึกส่วนบุคคล ทัศนคติต่อรูปแบบ การซื้อ และทัศนคติด้านผลตอบแทนและราคา ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรหากิจกรรมที่ทำให้ประชากร ได้มีส่วนร่วม เพื่อปรับทัศนคติที่มีต่อการซื้อหวยใต้ดิน เพื่อเป็นการลดความสนใจในการซื้อหวยใต้ดินลง (3) ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรศึกษาถึงปัญหาอย่างจริงจังเกี่ยวกับหวยใต้ดินเพื่อจัดทำกลยุทธ์และ นโยบายที่เหมาะสมเพื่อที่จะทำให้หวยใต้ดินถูกกฎหมายหรือลดปริมาณการซื้อของประชากรลง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

(1) การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่ประกอบไปด้วยข้อคำถาม และรายละเอียดที่มีความใกล้เคียงกัน อาจทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเบื่อหน่ายในการตอบ และด้วยเวลาที่จำกัดในการตอบแบบสอบถามอาจ ทำให้เกิดความคลาดเคลื่อน (2) การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดทางด้านเวลาทำให้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล กรกฎาคม – สิงหาคม 2562 ควรระมัดระวังในการนำข้อมูลไปใช้ เนื่องจากอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามเวลาและ สถานการณ์

บรรณานุกรม

ยุทธการ ไวยอาภา. (2546). พฤติกรรมการเล่นหวยใต้ดินของประชาชนในอำเภอสัน

ป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่. ปัญหาพิเศษศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาบริหารการพัฒนา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

จิตมิน สื่อเสาวลักษณ์. (2556). ศึกษาพฤติกรรมการเล่นหวยใต้ดินของประชาชนใน

ตำบลอ่างศิลา อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐ ประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัย บูรพา.

- ทองธรรม กุมภีพงษ์. (2559). การศึกษาความต้องการสลากรูปแบบใหม่ ของประชากรใน เขตกรุงเทพ. การ
ค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร,เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชา
เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เสาวณีษ์ ไทยรุ่งโรจน์ (2549). หวยใต้ดิน-หวยบนดิน: พฤติกรรมกำรบริโภคของคนไทย. (รายงานการวิจัย).
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, คณะเศรษฐศาสตร์.
- พีชระ คงพินิจบรรจง (2552) . ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อหวยเถื่อน ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์การเมือง, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). ทฤษฎีแรงจูงใจ. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ผาสุก พงษ์ไพจิตร. (2543). การพนันในสังคมไทย. กรุงเทพฯ: ตรีสวี
- ผาสุก พงษ์ไพจิตร, นวลน้อย ตรีรัตน์ และสังคีต พิริยะรังสรรค์. (2543). เศรษฐกิจการเมืองว่าด้วย หวยใต้ดิน.
หวย ช่อง บ่อน ยาบ้า ก๊บนโยบายสาธารณะในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: ตรีสวี.
- รุ่งโรจน์ รื่นเรืองวงศ์. (2524). ทฤษฎีการพนัน. กรุงเทพฯ: สารมวลชน.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior* (7th ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory Analysis*. New York: Harper and Row.
- Vroom, H. V. (1964). *Work and Motivation*. Now York: Wiley and Sons Inc