

พฤติกรรมการณ์ซื้อสลากออนไลน์ชนิด N3 ของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา
Online N3 Lottery Purchasing Behavior of Consumers in Mae Chai District,
Phayao Province

กายน อะทะเมืองมูล¹

ดร.ปวิณห์ เทพคุณนิมิตต์²

ผศ.ดร.จารุวรรณ นาคัน³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสลากออนไลน์ชนิด N3 ของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการซื้อสลากออนไลน์ชนิด N3 การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ สุ่มตัวอย่างแบบง่าย และสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบไคสแควร์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 54.5) มีอายุเฉลี่ย 35.6 ปี ประกอบอาชีพเกษตรกร (ร้อยละ 36.5) มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (ร้อยละ 28.0) และมีรายได้เฉลี่ย 18,640 บาทต่อเดือน เหตุผลหลักในการซื้อคือต้องการเสี่ยงโชค/ลุ้นรางวัล (ร้อยละ 42.0) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือราคาเริ่มต้นต่ำ (ร้อยละ 78.0) และความสะดวกในการซื้อทุกที่ทุกเวลา (ร้อยละ 71.0) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อสลากงวดละครั้ง (ร้อยละ 33.0) ในช่วง 1-3 วันก่อนวันออกรางวัล (ร้อยละ 49.0) ใช้เงินเฉลี่ย 328 บาทต่อครั้ง และซื้อเฉลี่ย 6.4 เลข ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อและจำนวนเลขที่ซื้อต่อครั้ง ($p\text{-value} < 0.05$) อาชีพมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากต่อครั้ง ($p\text{-value} = 0.002$) และรายได้มีความสัมพันธ์กับทั้งจำนวนเงินที่ใช้ซื้อและจำนวนเลขที่ซื้อต่อครั้ง ($p\text{-value} < 0.001$) โดยรายได้มีความสัมพันธ์สูงสุด ขณะที่เพศและระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากออนไลน์ชนิด N3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: พฤติกรรมการซื้อ, สลากออนไลน์ชนิด N3, ผู้บริโภคในพื้นที่ชนบท, อำเภอแม่ใจ

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

² อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

³ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมการค้นคว้าอิสระ

Abstract

This research aimed to study online N3 lottery purchasing behavior among consumers in Mae Chai District, Phayao Province, and examine the relationship between consumer characteristics and online N3 lottery purchasing behavior. This quantitative research employed questionnaires as the data collection instrument from a sample of 400 respondents obtained through stratified random sampling, simple random sampling, and systematic sampling. Data were analyzed using descriptive statistics including frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics using Chi-Square test at a significance level of 0.05. The research findings revealed that most respondents were female (54.5%) with an average age of 35.6 years, working as farmers (36.5%), having education at upper secondary/vocational certificate level (28%), and earning an average monthly income of 18,640 baht. The main reasons for purchase were to try their luck/win prizes (42%) and to earn supplementary income (31%). The most influential factors in purchasing decisions were low starting price (78%) and convenience of purchasing anytime, anywhere (71%). Most consumers purchased once per lottery draw (33%), within 1-3 days before the draw date (49%), spending an average of 328 baht per purchase, and buying an average of 6.4 numbers. Hypothesis testing results showed that age was related to purchase frequency and number of digits purchased per time ($p\text{-value} < 0.05$). Occupation was related to the amount of money spent on lottery purchases per time ($p\text{-value} = 0.002$). Income was related to both the amount of money spent and the number of digits purchased per time ($p\text{-value} < 0.001$), with income showing the highest correlation. Meanwhile, gender and education level showed no statistically significant relationship with online N3 lottery purchasing behavior.

Keywords: Purchasing behavior, Online N3 lottery, Rural consumers, Mae Chai District

บทนำ

สลากกินแบ่งรัฐบาลถือเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตคนไทยมาอย่างยาวนาน นับเป็นช่องทางการระดมทุนที่รัฐบาลใช้ในการพัฒนาประเทศและสนับสนุนสาธารณประโยชน์ต่างๆ โดยข้อมูลจากสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล (2566) ระบุว่ารายได้จากการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนโครงการสาธารณประโยชน์เป็นจำนวนมาก โดยในปีงบประมาณ 2566 สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลนำส่งรายได้แผ่นดินถึง 52,815 ล้านบาท ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคได้นำมาซึ่งการพัฒนารูปแบบการจำหน่ายสลากแบบใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเกิดขึ้นของสลากออนไลน์ชนิด N3 ซึ่งเป็นนวัตกรรมใหม่ในวงการสลากของไทย สลากชนิด N3 เป็นรูปแบบสลากที่เน้นการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีลักษณะเด่นคือการเสี่ยงโชคด้วยตัวเลข 3 หลักสุดท้าย มีอัตราการจ่ายเงินรางวัลที่สูงกว่า ส่งผลให้ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว จากรายงานของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล (2566) พบว่ามูลค่าการจำหน่ายสลาก N3 มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 15 ต่อปีนับตั้งแต่เริ่มเปิดให้บริการ

อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา เป็นพื้นที่ชนบทที่มีประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม แม้จะเป็นพื้นที่ชนบท แต่การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและการใช้สมาร์ตโฟนของประชาชนในพื้นที่มีอัตราที่สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2564) ระบุว่าอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของประชากรในพื้นที่ชนบทของภาคเหนือเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 45 ในปี 2559 เป็นร้อยละ 78 ในปี 2564 ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อการเข้าถึงสลากออนไลน์ชนิด N3

จากการสำรวจเบื้องต้นและรายงานของสถาบันวิจัยสลากกินแบ่งรัฐบาล (2565) พบว่า แม้อำเภอแม่ใจจะเป็นพื้นที่ชนบท แต่มีอัตราการซื้อสลาก N3 ผ่านช่องทางออนไลน์ในระดับที่สูงเมื่อเทียบกับพื้นที่ชนบทอื่นๆ ในภาคเหนือ การซื้อสลากออนไลน์ชนิด N3 ในพื้นที่อำเภอแม่ใจก่อให้เกิดประเด็นปัญหาและความท้าทายหลายประการ ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะความเสี่ยงที่ประชาชนอาจใช้เงินเกินตัวในการซื้อสลาก N3 เนื่องจากความสะดวกในการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ (วารสารวิจัยทางสังคม, 2562) จากความสำคัญและปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการซื้อสลากออนไลน์ชนิด N3 ของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา เพื่อให้เข้าใจถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากออนไลน์ชนิด N3 ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการวางแผนและกำหนดนโยบายที่เหมาะสม รวมถึงการพัฒนามาตรการส่งเสริมการเล่นอย่างรับผิดชอบและการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการซื้อสลากออนไลน์ชนิด N3 ในพื้นที่ชนบทต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสลากออนไลน์ชนิด N3 ของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา
2. เพื่อศึกษาคุณลักษณะผู้บริโภคที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากออนไลน์ชนิด N3

สมมติฐานการวิจัย

คุณลักษณะผู้บริโภคมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการซื้อสลากออนไลน์ชนิด N3 ของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้อาศัยทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของ Kotler & Keller (2016) ที่อธิบายว่าพฤติกรรมผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ซึ่งส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมการบริโภค นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้นำโมเดล 6W1H ของ Kotler (2012) มาประยุกต์ใช้ โดยเน้นที่คำถามด้านเหตุผลของการซื้อ (Why) เวลาในการซื้อ (When) ราคาที่ซื้อ และปริมาณที่ซื้อในแต่ละครั้ง (How)

ตัวแปรต้น: คุณลักษณะของผู้บริโภค (เพศ, อายุ, อาชีพ, ระดับการศึกษา, รายได้)

ตัวแปรตาม: พฤติกรรมการซื้อสลากออนไลน์ชนิด N3 (เหตุผลของการซื้อ, เวลาในการซื้อ, ราคาที่ซื้อ, ปริมาณที่ซื้อในแต่ละครั้ง)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป และเคยซื้อสลากออนไลน์ชนิด N3 อย่างน้อย 1 ครั้งในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา จากข้อมูลของ Phonhan & Ayuthya (2023) อำเภอแม่ใจมีประชากรทั้งสิ้น 29,367 คน โดยประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปมีประมาณร้อยละ 75 หรือประมาณ 22,025 คน และจากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2567) พบว่าประชาชนในพื้นที่ชนบทของภาคเหนือมีอัตราการซื้อสลากประมาณร้อยละ 40 ดังนั้นประชากรที่ศึกษาจึงมีประมาณ 8,810 คน

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) จากประชากร 8,810 คน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ สุ่มตัวอย่างแบบง่าย และสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

1. ข้อมูลคุณลักษณะของผู้บริโภค

2. พฤติกรรมการซื้อสลากออนไลน์ชนิด N3

3. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

แบบสอบถามได้ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โดยคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) พบว่าทุกข้อคำถามมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67-1.0 และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.858

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 54.5) มีอายุเฉลี่ย 35.6 ปี (S.D. = 11.4) โดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20-29 ปี (ร้อยละ 34.0) มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (ร้อยละ 28.0) ประกอบอาชีพเกษตรกร (ร้อยละ 36.5) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 18,640 บาท (S.D. = 9,870)

2. พฤติกรรมการซื้อสลากออนไลน์ชนิด N3 เหตุผลของการซื้อ: ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสลากออนไลน์ชนิด N3 เพราะต้องการเสี่ยงโชค/ลุ้นรางวัล (ร้อยละ 42.0) รองลงมาคือต้องการรายได้เสริม (ร้อยละ 31.0) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือราคาเริ่มต้นต่ำ (ร้อยละ 78.0) และความสะดวกในการซื้อทุกที่ทุกเวลา (ร้อยละ 71.0)

เวลาในการซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสลากงวดละครั้ง (ร้อยละ 33.0) โดยซื้อในช่วง 1-3 วันก่อนวันออกรางวัล (ร้อยละ 49.0) และชอบซื้อในช่วงเวลาเย็น (ร้อยละ 42.0)

ราคาที่ซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เงินซื้อสลากเฉลี่ย 328 บาทต่อครั้ง (S.D. = 246) โดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 201-500 บาท (ร้อยละ 37.0) คิดเป็นสัดส่วนน้อยกว่าร้อยละ 5 ของรายได้ (ร้อยละ 42.0)

ปริมาณที่ซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสลากเฉลี่ย 6.4 เลข (S.D. = 4.2) โดยส่วนใหญ่ซื้อ 4-6 เลขต่อครั้ง (ร้อยละ 38.0) และใช้วิธีการเลือกเลขที่ชอบ/เลขมงคลมากที่สุด (ร้อยละ 56.0)

3. การทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะผู้บริโภคกับพฤติกรรมการซื้อสลากออนไลน์ชนิด N3 โดยใช้สถิติ Chi-Square Test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า

1. อายุ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อ ($\chi^2 = 28.647$, $p = 0.004$) และจำนวนเลขที่ซื้อต่อครั้ง ($\chi^2 = 32.184$, $p = 0.001$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มอายุ 20-39 ปีมีแนวโน้มซื้อสลากบ่อยกว่าและซื้อจำนวนเลขมากกว่ากลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไป
2. อาชีพ มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากต่อครั้ง ($\chi^2 = 35.624$, $p = 0.002$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยข้าราชการและพนักงานเอกชนมีแนวโน้มใช้เงินซื้อสลากมากกว่าเกษตรกรและผู้รับจ้าง
3. รายได้ มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อต่อครั้ง ($\chi^2 = 58.762$, $p < 0.001$) และจำนวนเลขที่ซื้อต่อครั้ง ($\chi^2 = 42.386$, $p < 0.001$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยรายได้มีค่าความสัมพันธ์สูงสุดเมื่อเทียบกับคุณลักษณะอื่น
4. เพศและระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากออนไลน์ชนิด N3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อสลากออนไลน์ชนิด N3 เพราะต้องการเสี่ยงโชค/ลุ้นรางวัลและต้องการรายได้เสริม สอดคล้องกับการศึกษาของ Binde (2013) ที่พบว่าโอกาสในการได้รับเงินรางวัลเป็นแรงจูงใจอันดับแรกในการเล่นการพนัน และสอดคล้องกับ Ariyabuddhiphongs (2011) ที่พบว่าแรงจูงใจในการซื้อสลากของคนไทยได้แก่ความต้องการเงินรางวัลและความเชื่อเรื่องโชคกลาง

ความสะดวกในการซื้อออนไลน์เป็นปัจจัยสำคัญ สอดคล้องกับการศึกษาของณัฐกันย์ เจริญพานิช (2567) ที่พบว่าความสะดวกสบายและการประหยัดเวลาเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ การที่ราคาเริ่มต้นต่ำเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการเข้าถึงที่ง่ายสำหรับผู้บริโภคในพื้นที่ชนบทที่มีรายได้ไม่สูงมาก

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้เงินซื้อสลากในสัดส่วนที่ไม่สูงมากของรายได้ (น้อยกว่าร้อยละ 5-10) แสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบในการใช้จ่ายและการควบคุมตนเอง อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้บริโภคบางส่วน (ร้อยละ 13.0) ที่ใช้เงินซื้อสลากมากกว่าร้อยละ 11 ของรายได้ ซึ่งอาจเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงต่อการใช้จ่ายเกินตัว

การที่อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากออนไลน์ชนิด N3 โดยกลุ่มอายุ 20-39 ปีมีแนวโน้มซื้อสลากบ่อยกว่าและซื้อจำนวนเลขมากกว่ากลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไป สอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของ Kotler & Keller (2016) และการศึกษาของจันทร์เพ็ญ ทรัพย์ประชา และวรวิธ สุวรรณฤทธิ์ (2566) อาจเกิดจากความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัลของกลุ่มอายุน้อย

การที่รายได้มีความสัมพันธ์สูงที่สุดกับพฤติกรรมการซื้อสลากออนไลน์ชนิด N3 สอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของ Kotler & Keller (2016) ที่อธิบายว่ารายได้เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดกำลังซื้อและการตัดสินใจซื้อสินค้า ผู้มีรายได้สูงมีแนวโน้มใช้เงินซื้อสลากมากกว่าและซื้อจำนวนเลขมากกว่าผู้มีรายได้ต่ำ

อย่างไรก็ตาม ต้องระมัดระวังว่าผู้มีรายได้น้อยแม้จะใช้เงินซื้อสลากน้อยกว่า แต่อาจคิดเป็นสัดส่วนที่สูงกว่าของ รายได้

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

การวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอแม่ใจมีพฤติกรรมการซื้อสลากออนไลน์ชนิด N3 โดยมี เหตุผลหลักคือต้องการเสี่ยงโชค/ลุ้นรางวัลและต้องการรายได้เสริม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ มากที่สุดคือราคาเริ่มต้นต่ำและความสะดวกในการซื้อ คุณลักษณะผู้บริโภคที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อ สลากออนไลน์ชนิด N3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้ โดยรายได้มีความสัมพันธ์สูงสุด ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. สำหรับสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ควรพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มอายุและรายได้ พัฒนาแอปพลิเคชันให้ใช้งานง่ายและมีเสถียรภาพสูง และส่งเสริมการซื้อสลากอย่าง รับผิดชอบโดยพัฒนาระบบเตือนและจำกัดวงเงินการซื้อสำหรับผู้ที่มีพฤติกรรมการซื้อที่มากเกินไป

2. สำหรับหน่วยงานภาครัฐ ควรพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ส่งเสริมความรู้ ทางดิจิทัลและการเงิน พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล และสนับสนุนการวิจัยและการติดตามผลกระทบอย่าง ต่อเนื่อง

3. สำหรับผู้บริโภค ควรซื้อสลากอย่างมีสติและรับผิดชอบ กำหนดงบประมาณอย่างชัดเจน ให้ความสนใจ ความเสี่ยงและผลกระทบ และใช้เทคโนโลยีอย่างปลอดภัย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายขอบเขตการวิจัยให้ครอบคลุมพื้นที่ชนบทอื่นๆ หรือเปรียบเทียบระหว่างพื้นที่ชนบทและ เมือง

2. ควรศึกษาปัจจัยเพิ่มเติม เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยด้านการตลาด

3. ควรใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ หรือแบบผสมผสานเพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรม และแรงจูงใจอย่าง ลึกซึ้ง

4. ควรศึกษาผลกระทบระยะยาวโดยใช้วิธีการวิจัยแบบยาว (Longitudinal Study)

5. ควรพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุและเครื่องมือวัดความเสี่ยงต่อการติดการพนันที่เหมาะสมกับบริบทไทย

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2566). รายงานสถานการณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของประชากรไทย ปี 2566. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยและสำรวจข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศ.
- จันทร์เพ็ญ ทรัพย์ประชา และวรวิธ สุวรรณฤทธิ์. (2566). พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและสลากออนไลน์ในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย. วารสารเศรษฐกิจและสังคม, 15(2), 78-92.
- ณัฐกันย์ เจริญพานิช. (2567). อิทธิพลของการส่งเสริมการขายออนไลน์ต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคเจเนอเรชัน Y. วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ, 12(1), 45-60.
- วารสารวิจัยทางสังคม. (2562). ความเสี่ยงและโอกาสจากการเล่นสลาก N3. วารสารวิจัยทางสังคม, 8(4), 112-130.
- สถาบันวิจัยสลากกินแบ่งรัฐบาล. (2565). การศึกษาผลกระทบและแนวโน้มการจำหน่ายสลาก N3. กรุงเทพฯ: สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). รายงานการสำรวจการเข้าถึงและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2564. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2567). รายงานการสำรวจพฤติกรรมการเล่นการพนันของคนไทย พ.ศ. 2567. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล. (2566). รายงานประจำปี 2566. กรุงเทพฯ: สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล.
- Ariyabuddhipongs, V. (2011). Lottery Gambling: A Review of the Factors Influencing Lottery Gambling Behavior. International Gambling Studies, 11(3), 309-325.
- Binde, P. (2013). Why People Gamble: A Model with Five Motivational Dimensions. International Gambling Studies, 13(1), 81-97. <https://doi.org/10.1080/14459795.2012.712150>
- Kotler, P. (2012). Marketing Management (14th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Phonhan, S., & Ayuthya, P. (2023). Population in Mae Chai District. Bangkok: National Statistical Office.
- Welte, J. W., Barnes, G. M., Wieczorek, W. F., Tidwell, M. C., & Parker, J. C. (2017). Gambling and Problem Gambling Across the Lifespan. Journal of Gambling Studies, 33(2), 259-280.