A STUDY OF FACTORS INFLUENCING LOTTERY PURCHASE BEHAVIOR IN THAILAND

Chavanvit VONGSUNTHORNLERT[1]

1 Faculty of Economics, Chulalongkorn University, Thailand; 6680002329@student.chula.ac.th

ARTICLE HISTORY

Received: 6 October 2025 **Revised:** 20 October 2025 **Published:** 3 November 2025

ABSTRACT

The objective of this study is to examine the factors influencing lottery purchasing behavior in Thailand (including government lotteries, underground lotteries, and other types). Utilizing secondary data from the Center for Gambling Studies (2023; N = 7,051), this analysis adopts Social Learning Theory (SLT) as its theoretical framework. The methodology employs Independent Sample t-tests and Chi-square tests to compare participants and non-participants, alongside Logistic and OLS Regression models to analyze the determinants of "participation" and "expenditure." The findings reveal that variables consistent with SLT, specifically "seeing others gamble" (observational learning) and "attitudes toward gambling" (social norms), are significant positive predictors of lottery participation. Furthermore, gender, age (in an inverted U-shape), and income remain key determinants. The gender effect is notably complex: females are more likely to participate, but while they spend less on government lotteries, they spend significantly more on underground lotteries than males.

Keywords: Lottery, Behavior, Gambling

CITATION INFORMATION: Vongsunthornlert, C. (2025). A Study of Factors Influencing Lottery Purchase Behavior in Thailand. *Procedia of Multidisciplinary Research, 3*(11), 8

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อหวยของคนไทย

ชวัลวิทย์ วงศ์สุนทรเลิศ[1]

1 คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 6680002329@student.chula.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อหวยของคนไทย (ทั้งสลากกินแบ่งรัฐบาล หวยใต้ดิน และหวยประเภทอื่น) โดยอาศัยข้อมูลทุติยภูมิจากศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน ปี 2566 (N = 7,051) และใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) ในการวิเคราะห์ การวิจัยใช้วิธี Independent Sample t-test และ Chi-square test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มผู้ซื้อและไม่ซื้อ และใช้แบบจำลอง Logistic และ OLS Regression เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อ "การเข้าร่วม" (Participation) และ "ระดับค่าใช้จ่าย" (Expenditure) ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรที่สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม ได้แก่ "การพบเห็นคนเล่นพนัน" และ "ทัศนคติเกี่ยวกับการพนัน" ส่งผลบวกต่อการเข้าร่วมซื้อหวยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ ปัจจัยด้านเพศ อายุ (ในลักษณะ Inverted U-shape) และรายได้ ยังคงเป็นปัจจัยกำหนดที่สำคัญ โดยผลกระทบของเพศมีความซับซ้อน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้ม "เข้าร่วม" ซื้อหวยมากกว่า แต่ใช้จ่ายกับ "หวยใต้ดิน" มากกว่า ในขณะที่ใช้จ่ายกับ "สลากกินแบ่งรัฐบาล" น้อยกว่าเพศชาย

คำสำคัญ: หวย, พฤติกรรมการพนัน, การพนัน

ข้อมูลการอ้างอิง: ชวัลวิทย์ วงศ์สุนทรเลิศ. (2568). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อหวยของคนไทย. *Procedia of Multidisciplinary Research, 3*(11), 8

บทนำ

สลากกินแบ่งรัฐบาลนับเป็นรูปแบบการพนันที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย จากรายงานของ ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน (2566) พบว่า ร้อยละ 50.3 ของประชากรไทยซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลในปี 2566 ซึ่งถือเป็นรูปแบบการพนันที่มีผู้เข้าร่วมมากที่สุดของประเทศไทย และข้อมูลจาก สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล (2568) พบว่า ในปี 2566 มีการจำหน่ายสลากจำนวนทั้งสิ้น 2,351.4 ล้านฉบับ มีเงินนำส่งรายได้แผ่นดิน 168,748.86 ล้านบาท ซึ่งสูงที่สุดเป็นอันดับ 1 ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจทั้งหมด

นอกเหนือจากสลากกินแบ่งรัฐบาล คนไทยยังมีการเข้าร่วมการเล่นหวยในรูปแบบอื่นๆ อีกหลายชนิด เช่น หวยใต้ดิน หวยต่างประเทศ และหวยหุ้น โดยสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดินถือเป็นรูปแบบที่มีการเล่นแพร่หลายมากที่สุดในประเทศไทย แม้ว่าจำนวนผู้เล่นหวยต่างประเทศและหวยประเภทอื่นๆ จะยังมีสัดส่วนค่อนข้างน้อย แต่จากรายงานของศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน (2566) พบว่า หวยประเภทอื่นๆ มีอัตราการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญในปี 2566 เมื่อเทียบกับปี 2564 อย่างไรก็ตาม หวยประเภทอื่นๆ ทั้งหมด นอกเหนือจากสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นสิ่งที่ยังไม่ถูกกฎหมายในประเทศไทย

การศึกษาพฤติกรรมการซื้อหวยมีความสำคัญไม่เพียงแต่ในมิติของการพนันเท่านั้น แต่ยังรวมถึงผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจและการกระจายรายได้อีกด้วย งานวิจัยของ Beckert and Lutter (2013) แสดงให้เห็นว่า แม้ว่าพฤติกรรมการเล่นหวยจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามระดับรายได้ แต่กลุ่มประชากรที่มีรายได้น้อยกลับมีสัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการซื้อหวยต่อรายได้ที่สูง เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มที่มีรายได้สูงกว่า ทำให้การซื้อหวยกลายเป็นแหล่งรายได้ทางภาษีในลักษณะถดถอย (regressive tax) ที่สร้างภาระภาษีต่อผู้มีรายได้น้อย ดังนั้น การศึกษาและพยายามทำความเข้าใจพฤติกรรมการซื้อหวย จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง

จากงานศึกษาที่ผ่านมาพบว่า ประเทศไทยยังขาดงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกับการซื้อหวย และยังไม่ได้มีการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อหวยในประเภทต่างๆ ดังนั้น งานวิจัยฉบับนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อหวยในบริบทของประเทศไทย โดยอาศัยข้อมูลทุติยภูมิ จาก ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 7,131 คน โดยหลังจากจัดการข้อมูลแล้วตัวอย่างจำนวน 7,051 คน

การศึกษานี้ได้ประยุกต์ใช้กรอบแนวคิด ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์ไม่ได้เกิดจากปัจจัยภายในหรือการรับรางวัล/ลงโทษโดยตรงเท่านั้น แต่เป็นผลมาจากการสังเกตและการเลียนแบบพฤติกรรมของผู้อื่น (Bandura, 1977) ผู้วิจัยคาดหวังว่าผลการศึกษาในครั้งนี้จะมีส่วนช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิม และเป็นรากฐานสำคัญสำหรับการศึกษาวิจัยในประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไปในอนาคต

การทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยในประเทศไทย พรเพ็ญ วรสิทธา (2555) ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในชนบท เพื่อศึกษาศักยภาพในการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่เหมาะสมซึ่งสามารถทำหน้าที่เป็นกลไกการออมเพื่อการเกษียณ โดยมองว่าการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการลงทุนที่มีเหตุผลในกลุ่มผู้มีรายได้น้อย เนื่องจาก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระบุว่า ซื้อหวยเพราะหวังเงินรางวัลและเงินที่ซื้อไม่ใช่เงินที่กู้ยืมมา ในทางตรงกันข้าม Zenker et al. (2018) ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลในจังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้การออกแบบการทดลองให้ความรู้เกี่ยวกับความเสี่ยงและความน่าจะเป็น พบว่า กลุ่มทดลองมีความตระหนักรู้เกี่ยวกับความเสี่ยงเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับกลุ่มควบคุม อย่างไรก็ตาม ความตระหนักรู้ที่เพิ่มขึ้นนี้ไม่ได้ส่งผลต่อการลดระดับความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงสรุปว่า แรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลไม่ได้ขับเคลื่อนโดยปัจจัยทางการเงินเพียงอย่างเดียว หากแต่รวมถึงความสนุกสนานและความหวังด้วย

การศึกษาปัจจัยด้านประชากรและสังคมศาสตร์ แสงระวี อังสุโวทัย (2562) พบว่า รายได้ ส่งผลเชิงลบต่อพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ในทางกลับกัน อัตราส่วนเงินออมต่อรายได้ อัตราส่วนหนี้สินต่อรายได้ และการเล่นการพนันรูปแบบอื่นๆ ส่งผลเชิงบวกต่อการเข้าร่วมซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ฐิติมน สื่อเสาวลักษณ์ (2556) พบว่า เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับพฤติกรรมการซื้อหวยใต้ดิน นอกจากนี้ เฉลิมพงษ์ พงษ์ประชา (2558) พบว่า อายุ อาชีพ และการอยู่อาศัยในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่งผลเชิงบวกต่อการเข้าร่วมซื้อหวยใต้ดิน ในขณะที่รายได้ที่สูงขึ้นส่งผลเชิงลบต่อพฤติกรรมการซื้อหวยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

งานศึกษาในต่างประเทศ Haisley et al. (2008) ชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมการซื้อลอตเตอรี่ของผู้มีรายได้น้อยมักเกิดจากความต้องการที่จะยกระดับสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม สลากกินแบ่งจึงถูกมองว่าเป็นกลไกที่หาได้ยากที่ทำให้ผู้ด้อยโอกาสมีโอกาสในการถูกรางวัลเท่าเทียมกับผู้ที่มีฐานะดีกว่า ขณะที่ Thaler and Ziemba (1988) พบว่า ในบริบทของการซื้อลอตเตอรี่ บุคคลมีแนวโน้มที่จะยอมรับความเสี่ยงในระดับสูง แม้ว่าความน่าจะเป็นในการถูกรางวัลจะต่ำมาก แต่ผลตอบแทนมีมูลค่าสูง ซึ่งขัดแย้งกับทฤษฎีอรรถประโยชน์ที่คาดหวัง (expected utility theory) ซึ่งโดยทั่วไปชี้ว่าบุคคลมักจะหลีกเลี่ยงความเสี่ยงเมื่อเผชิญกับผลลัพธ์ที่มีความน่าจะเป็นต่ำ

Blalock et al. (2007) ศึกษาสาเหตุที่ผู้มีรายได้น้อยเข้าร่วมการซื้อหวย พบว่า ผู้มีรายได้น้อยไม่ได้มองลอตเตอรี่เป็นเพียงรูปแบบของความบันเทิง แต่สะท้อนถึงการตอบสนองต่อความสิ้นหวังทางเศรษฐกิจและสังคม โดยผลการศึกษาชี้ว่า ความยากจนและรายได้ต่อหัว มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยอดขายหวย ขณะที่อัตราการว่างงานมีความสัมพันธ์เชิงลบ และยอดขายภาพยนตร์ต่อหัวซึ่งใช้แทนค่าใช้จ่ายด้านความบันเทิง ไม่พบความสัมพันธ์เชิงนัยสำคัญกับยอดขายสลาก ทั้งยังสรุปว่าลอตเตอรี่ในภาพรวมถือเป็นสินค้าปกติ (normal goods) แต่สำหรับผู้ยากจนกลับทำหน้าที่เป็นสินค้าด้อยคุณภาพ (inferior goods) Beckert and Lutter (2013) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมซื้อลอตเตอรี่ในประเทศเยอรมนี โดยใช้กรอบแนวคิดทางสังคมวิทยา 3 มิติ ได้แก่ 1) ปัจจัยโครงสร้างทางสังคม (socio-structural factors) 2) ปัจจัยทางวัฒนธรรม (cultural factors) และ 3) ปัจจัยทางเครือข่าย (network factors) ผลการศึกษาพบว่าโดยรวมปัจจัยทั้งหมดมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการใช้จ่ายลอตเตอรี่ นอกจากนี้รายได้และอายุยังมีผลเชิงบวกต่อการซื้อลอตเตอรี่ ต่อมา Lutter et al. (2018) พบว่าการเพ้อฝัน ความไม่พอใจในการทำงาน การเข้าร่วมลอตเตอรี่ของสมาชิกในครัวเรือน และการเล่นแบบกลุ่ม (syndicate play) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้จ่ายลอตเตอรี่ ในขณะที่เพศหญิงมีความสัมพันธ์เชิงลบ ส่วนอายุ รายได้ และการมีงานเต็มเวลา มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเข้าร่วม และ Rogers and Webley (2001) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อลอตเตอรี่ในสหราชอาณาจักร พบว่าอายุมีผลเชิงบวก ในขณะที่รายได้และการศึกษามีผลเชิงลบ นอกจากนี้ยังพบว่า การเข้าร่วมการพนันรูปแบบอื่นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการซื้อลอตเตอรี่ด้วย ในขณะที่การรับรู้ความสุ่มมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการซื้อ แต่ความเชื่อในทักษะและโชค รวมถึงการมองโลกในแง่ดี มีความสัมพันธ์เชิงบวก

Fu et al. (2021) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานะเศรษฐกิจและสังคม (SES) กับพฤติกรรมการซื้อลอตเตอรี่ โดยจำแนกสลากออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) สลากรางวัลสะสม (progressive-prize lotteries) 2) สลากรางวัลคงที่ (fixed-prize lotteries) และ 3) สลากขูด (instant-win tickets) พบว่าผู้มี SES ต่ำมีแนวโน้มซื้อลอตเตอรี่มากกว่าผู้ที่มี SES สูง และความสัมพันธ์นี้แตกต่างกันไปตามประเภทของสลาก โดยเด่นชัดที่สุดในสลากรางวัลสะสม รองลงมาคือสลากขูด และน้อยที่สุดในสลากรางวัลคงที่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1) ศึกษาความแตกต่างของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ สังคม และพฤติกรรม ระหว่างกลุ่มผู้เข้าร่วมซื้อหวยกับกลุ่มผู้ไม่เข้าร่วมซื้อหวย

2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อหวยของคนไทยในภาพรวม

3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อหวยของคนไทยในแต่ละประเภท

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิได้มาจากการสำรวจ “โครงการศึกษาสถานการณ์พฤติกรรมและผลกระทบจากการพนันในประเทศไทย ประจำปี 2566” ซึ่งดำเนินการโดยศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน และได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ชุดข้อมูลดังกล่าว ประกอบด้วย กลุ่มตัวอย่างจำนวน 7,131 ราย ซึ่งเป็นประชากรทั่วไปที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ครอบคลุม 24 จังหวัด โดยเก็บรวบรวมในช่วงวันที่ 15 พฤศจิกายน ถึง 27 ธันวาคม 2566 โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย Independent Sample t-test และ Chi-square test ในการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างคนที่ซื้อและไม่ซื้อหวย นอกจากนี้ยังมีการวิเคราะห์ Logistic Regression Analysis และ OLS Regression เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อหวย

ผลการวิจัย

จากการจัดการข้อมูลจากจำนวน 7,131 ตัวอย่าง เหลือจำนวน 7,051 ตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.52 อายุเฉลี่ย 43.03 ปี เป็นผู้มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 17.30 อายุ 26-30 ปี ร้อยละ 8.95 อายุ 31-45 ปี ร้อยละ 25.98 อายุ 46-60 ปี ร้อยละ 34.90 และอายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 12.86 ส่วนใหญ่มีสถานะสมรส ร้อยละ 61.38 โสด ร้อยละ 30.72 หม้ายและหย่าร้าง ร้อยละ 7.90 ส่วนใหญ่มีบุตร ร้อยละ 63.98 สำหรับการศึกษา ไม่ได้เรียน ร้อยละ 1.57 ประถมศึกษา ร้อยละ 23.03 มัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 23.27 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 25.78 อนุปริญญา/ปวส./ปวท. ร้อยละ 8.55 ปริญญาตรี ร้อยละ 16.91 ปริญญาโท ร้อยละ 0.81 และปริญญาเอก ร้อยละ 0.07 ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 11.19 รายได้ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 25.47 รายได้ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 40.73 รายได้ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 13.25 รายได้ 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 6.40 รายได้ 40,001-50,000 บาท ร้อยละ 2.28 และรายได้มากกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 0.68 ส่วนอาศัยอยู่นอกเขตเทศบาล ร้อยละ 61.68 อาศัยอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑล ร้อยละ 14.51 ภาคกลาง ร้อยละ 20.86 ภาคเหนือ ร้อยละ 17.61 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 33.06 และภาคใต้ ร้อยละ 13.96 โดยมีผู้เข้าร่วมซื้อหวยทุกประเภทจำนวน 4,021 คน สลากกินแบ่งรัฐบาล จำนวน 3,532 คน หวยใต้ดิน จำนวน 2,816 คน และหวยประเภทอื่นๆ (เช่น หวยหุ้น หวยต่างประเทศ) จำนวน 450 คน

จากตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ สังคม และพฤติกรรม ระหว่างกลุ่มผู้ที่เข้าร่วมซื้อหวยกับกลุ่มที่ไม่เข้าร่วมซื้อหวย พบว่า ทุกๆ ปัจจัย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การมีบุตร ระดับการศึกษา รายได้ จำนวนการพบเห็นคนเล่นพนัน ทัศนคติเกี่ยวกับการพนัน เขตที่พักอาศัย และภาคที่อยู่อาศัย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระหว่างกลุ่มผู้ซื้อหวยและกลุ่มผู้ไม่ซื้อหวย

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมซื้อหวย จาก Model ที่ 1, 3, 5 ซึ่งวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อหวยแต่ละประเภท พบว่า เพศหญิง สถานะหม้ายและหย่าร้าง รายได้ ทัศนคติเกี่ยวกับการพนัน การพบเห็นคนเล่นพนัน ส่งผลทางบวกต่อการเข้าร่วมซื้อหวยในทุกๆ แบบจำลอง ส่วน อายุ ส่งผลทางบวกต่อการเข้าร่วมซื้อหวย ขณะที่ อายุ ส่งผลทางลบต่อการเข้าร่วมซื้อหวยในทุกๆ แบบจำลอง แสดงให้เห็นว่า การเข้าร่วมซื้อหวยมีการเพิ่มขึ้นตามอายุแต่เป็นการเพิ่มขึ้นอย่างลดน้อยถอยลง ขณะที่ สถานะสมรส และค่าใช้จ่ายในการเล่นการพนันอื่นๆ ส่งผลทางบวกต่อการเข้าร่วมซื้อหวยทุกประเภทและสลากกินแบ่งรัฐบาล ส่วนการอาศัยนอกเขตเทศบาลส่งผลทางบวกต่อการเข้าร่วมซื้อหวยใต้ดิน ขณะที่ การมีบุตร และ การศึกษา ไม่พบนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบความแตกต่างของปัจจัย ระหว่างกลุ่มผู้ที่เข้าร่วมซื้อหวยกับกลุ่มที่ไม่เข้าร่วมซื้อหวย

ตัวแปร	ซื้อหวย	ไม่ซื้อหวย	(p-value)[a]
เพศชาย (%)	45.49	50.13	0.0026
อายุ (ค่าเฉลี่ย)	43.54 (13.71)	42.34 (17.21)	0.0011
สถานภาพ (%)			
โสด	26.09	36.86	0.0000
สมรส	66.08	55.15	
หม้าย	4.70	5.54	
หย่าร้าง	3.13	2.44	
มีบุตร (%)	67.20	59.70	0.0000
ระดับการศึกษา (%)			
ไม่ได้เรียน	1.37	1.85	0.0000
ประถมศึกษา	20.69	26.14	
มัธยมศึกษาตอนต้น	22.93	23.73	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	26.93	24.26	
อนุปริญญา/ปวส./ปวท.	9.72	7.00	
ปริญญาตรี	17.66	15.91	
ปริญญาโท	0.67	0.99	
ปริญญาเอก	0.02	0.13	
รายได้ (%)			
ไม่เกิน 5,000 บาท	4.87	19.57	0.0000
5,001-10,000 บาท	22.90	28.88	
10,001-20,000 บาท	46.16	33.53	
20,001-30,000 บาท	15.72	9.97	
30,001-40,000 บาท	6.86	5.78	
40,001-50,000 บาท	2.74	1.68	
มากกว่า 50,000 บาท	0.75	0.59	
จำนวนการพบเห็นคนรอบข้างเล่นการพนัน (ค่าเฉลี่ย)[b]	6.44 (2.12)	5.49 (2.47)	0.0000
ค่าใช้จ่ายในการเล่นการพนันอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย)	599.46 (2664.16)	304.03 (1920.19)	0.0000
ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการพนัน (ค่าเฉลี่ย)[c]	2.80 (1.18)	2.41 (1.07)	0.0000
อาศัยนอกเขตเทศบาล (%)	60.56	63.17	0.0256
ภาคที่อยู่อาศัย (%)			
กรุงเทพฯและปริมณฑล	16.39	12.01	0.0000
ภาคกลาง	19.52	22.64	
ภาคเหนือ	16.84	18.65	
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	33.47	32.51	
ภาคใต้	13.78	14.19	

[a] ใช้ t-test สำหรับตัวแปร เพศ อายุ การมีบุตร การพบเห็นคนรอบข้างเล่นการพนัน ค่าใช้จ่ายในการเล่นการพนันอื่นๆ ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการพนัน และการอาศัยนอกเขตเทศบาล และใช้ chi-square test สำหรับตัวแปร สถานภาพ การศึกษา รายได้ และภาคที่อยู่อาศัย

[b] ผลรวมของการเคยพบเห็นบุคคลอื่นเล่นการพนัน (รวมสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวย) เช่น แฟน พ่อ/แม่ เพื่อน พี่/น้อง

[c] คะแนนเฉลี่ยของระดับการเห็นด้วยของข้อความ (1-5 คะแนน) ที่สนับสนุนการพนัน เช่น ประเทศไทยควรเปิดบ่อนคาสิโนอย่างถูกกฎหมาย หากประเทศเปิดให้มีการพนันอย่างถูกกฎหมายจะเกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากกว่าผลกระทบทางสังคม

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อหวย

พฤติกรรมการซื้อหวย	Model (1) การเข้าร่วมหวยทุกประเภท[a]	Model (2) ค่าใช้จ่ายหวยทุกประเภท[b]	Model (3) การเข้าร่วมสลากกินแบ่งรัฐบาล[a]	Model (4) ค่าใช้จ่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล[b]	Model (5) การเข้าร่วมหวยใต้ดิน[a]	Model (6) ค่าใช้จ่ายหวยใต้ดิน[b]
เพศหญิง	0.3378***	42.6362	0.2785***	-56.5016**	0.3466***	52.8249**
	(0.0529)	(49.8533)	(0.0524)	(24.5151)	(0.0531)	(25.1186)
อายุ	0.1066***	64.8713***	0.1192***	25.0447***	0.1152***	33.5652***
	(0.0128)	(13.2775)	(0.0132)	(6.6389)	(0.0136)	(6.8474)
อายุ²	-0.0013***	-0.6723***	-0.0014***	-0.2286***	-0.0013***	-0.3752***
	(0.00014)	(0.1439)	(0.0001)	(0.0720)	(0.0002)	(0.0739)
สมรส	0.3220***	-92.6635	0.2902**	-76.7647	0.1732	-36.785
	(0.1162)	(97.5091)	(0.1141)	(47.2109)	(0.1125)	(47.6981)
หม้ายและหย่าร้าง	0.4839***	-3.6527	0.3415**	-35.1454	0.3879***	61.3515
	(0.149)	(130.5248)	(0.1473)	(64.8036)	(0.1453)	(63.8898)
การมีบุตร	-0.0987	56.6087	-0.1142	14.8723	-0.1415	-7.871
	(0.1112)	(92.4404)	(0.1083)	(44.8877)	(0.1052)	(45.0274)
การศึกษา	0.0893	157.4836***	0.0911	140.7067***	-0.0860	57.8499*
	(0.0628)	(58.5871)	(0.0623)	(28.5232)	(0.0625)	(29.7041)
รายได้	0.4619***	408.6609***	0.4146***	164.7351***	0.4314***	170.153***
	(0.0639)	(62.8037)	(0.0638)	(31.0796)	(0.0669)	(31.6201)
ทัศนคติเกี่ยวกับการพนัน	0.2776***	82.7488***	0.2478***	11.1641	0.2424***	30.4100***
	(0.0240)	(21.4859)	(0.0235)	(10.4983)	(0.0237)	(11.018)
การพบเห็นคนเล่นพนัน	0.1584***	46.0353***	0.1643***	20.4957***	0.1735***	-14.0433**
	(0.0125)	(12.3109)	(0.0124)	(6.0474)	(0.0125)	(6.3104)
ค่าใช้จ่ายในการเล่นการพนันอื่น ๆ	0.00004*	0.0405***	0.00003**	0.0116***	0.00001	0.0229***
	(0.00002)	(0.0094)	(0.00002)	(0.0045)	(0.00001)	(0.0046)
นอกเขตเทศบาล	0.0374	-69.1010	0.0555	-22.7163	0.1383**	-69.5827**
	(0.0589)	(55.0532)	(0.0584)	(27.2873)	(0.0595)	(27.6236)
Constant	-3.7355***	-1205.4460***	-4.1487***	-252.912*	-4.7552***	-133.5805
	(0.2481)	(273.7254)	(0.2544)	(136.2060)	(0.2621)	(145.8985)
Pseudo R2	0.0971		0.0959		0.0865	
Adj R2		0.0823		0.1268		0.1097
Obs.	7051	4021	7051	3532	7051	2816

[a] ใช้ Logistic Regression ในการวิเคราะห์

[b] ใช้ OLS Regression ในการวิเคราะห์ โดยใช้เฉพาะข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการซื้อหวยในแต่ละประเภท

[c] *,**,*** แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 10%, 5% และ 1% ตามลำดับ

จาก Model ที่ 2, 4, 6 ใน**ตารางที่ 2** วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อหวยแต่ละประเภท พบว่า อายุส่งผลทางบวกอย่างลดน้อยถอยลง การศึกษา รายได้ และค่าใช้จ่ายในการเล่นการพนันอื่นๆ ส่งผลทางบวกต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อหวยในทุกๆ แบบจำลอง ในขณะที่เพศหญิงส่งผลทางลบต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล แต่ส่งผลทางบวกต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อหวยใต้ดิน ทัศนคติเกี่ยวกับการพนันส่งผลทางบวกต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อหวยทุกประเภทและหวยใต้ดิน การพบเห็นคนเล่นพนันส่งผลทางบวกต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อหวยทุกประเภทและสลากกินแบ่งรัฐบาล แต่ส่งผลทางลบต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อหวยใต้ดิน และการอาศัยนอกเขตเทศบาลส่งผลทางลบต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อหวยใต้ดิน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สำหรับการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อหวยในบริบทของสังคมไทยในครั้งนี้ สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1) ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยตัวแปรระหว่างกลุ่มที่มีการซื้อหวยกับกลุ่มที่ไม่มีการซื้อหวย พบว่า ทุกๆ ปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการซื้อหวยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2) ผลการศึกษาพบว่า การพบเห็นคนรอบข้างเล่นการพนัน ส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมการซื้อหวย ยกเว้น กรณีของค่าใช้จ่ายในการซื้อหวยใต้ดิน ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory)

3) ผลการศึกษาพบว่า ค่าใช้จ่ายในการเล่นการพนันอื่นๆ ส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมการซื้อหวย สอดคล้องกับงานศึกษาของ Rogers and Webley (2001)

4) ผลการศึกษาพบว่ารายได้ส่งผลในทางบวกต่อพฤติกรรมการซื้อหวย ซึ่งสอดคล้องกับ Beckert and Lutter (2013) ขณะที่การศึกษาส่งผลในทางบวกในกรณีของค่าใช้จ่ายในการซื้อหวยทุกประเภทและสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งขัดแย้งกับงานศึกษาที่พบว่าการศึกษาส่งผลในทางลบต่อพฤติกรรมการซื้อหวย ซึ่งแสดงให้เห็นว่า โดยทั่วไปแล้วหวยในประเทศไทยถือเป็นสินค้าปกติ และการศึกษาไม่ได้มีส่วนช่วยให้พฤติกรรมการซื้อหวยของคนไทยลดลง

5) เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านอายุ พบว่า อายุส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อหวยในทางบวกแต่มีลักษณะการเพิ่มขึ้นแบบลดน้อยถอยลง กล่าวคือ ในช่วงแรกพฤติกรรมการซื้อหวยจะเพิ่มขึ้นตามอายุ แต่จะค่อยๆ ลดลงเมื่ออายุเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับงานศึกษาของ Barnes et al. (2010) ซึ่งพบว่า เมื่ออายุ 60 ปีขึ้นไป การซื้อหวยจะลดน้อยลง

6) เมื่อเปรียบเทียบระหว่างแบบจำลองปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมซื้อหวยกับค่าใช้จ่ายในการซื้อหวย พบว่า แม้ว่าเพศหญิงจะมีผลทางบวกต่อการเข้าร่วมการซื้อหวยในทุกประเภท แต่กลับส่งผลทางลบต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล และส่งผลทางบวกต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อหวยใต้ดิน แสดงให้เห็นว่า แม้เพศหญิงจะมีการเข้าร่วมเล่นหวยในทุกประเภทมากกว่าเพศชาย แต่ในส่วนของค่าใช้จ่ายในการซื้อหวยจะน้อยกว่าเพศชายในกรณีของสลากกินแบ่งรัฐบาล และมากกว่าในกรณีของหวยใต้ดิน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อหวยของคนไทย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1) การกำกับดูแลการสื่อสารการตลาดเพื่อลดการสร้างบรรทัดฐานทางสังคม (Normalization) ผลการวิจัยชี้ชัดว่า ปัจจัยที่สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (SLT) ได้แก่ "การพบเห็นคนเล่นพนัน" และ "ทัศนคติเกี่ยวกับการพนัน" ส่งผลบวกต่อการเข้าร่วมซื้อหวยในทุกแบบจำลอง นี่คือหลักฐานว่าอิทธิพลจากคนรอบข้าง (Peer effects) และการที่พฤติกรรมนี้ถูกทำให้เป็นเรื่องปกติ (Normalization) เป็นปัจจัยขับเคลื่อนที่สำคัญ ดังนั้น ภาครัฐจึงควรมีมาตรการกำกับดูแลการโฆษณา การสื่อสารการตลาด และการส่งเสริมการขายสลากกินแบ่งรัฐบาลอย่างเข้มงวด โดยเฉพาะในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อลดการกระตุ้นพฤติกรรมเลียนแบบ และลดการสร้างบรรทัดฐานทางสังคมที่มองว่าการซื้อหวยเป็นเรื่องปกติ

2) การประเมินผลกระทบข้างเคียงและการตีความเสียงเรียกร้องให้เปิดเสรีการพนัน ผลการศึกษาพบว่า "ทัศนคติเกี่ยวกับการพนัน" (ซึ่งวัดการสนับสนุนให้การพนันถูกกฎหมาย) และ "พฤติกรรมการซื้อหวย" มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นนัยเชิงนโยบายที่สำคัญ 2 ประการที่ต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ ประการแรก การเปิดเสรีการพนันประเภทอื่น อาจส่งผลกระทบข้างเคียงโดยการ "สร้างบรรทัดฐานใหม่" ให้กับการพนันในสังคม ซึ่งอาจกระตุ้นให้การซื้อหวยเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ประการที่สอง ผู้กำหนดนโยบายควรใช้ความระมัดระวังในการตีความ "เสียงเรียกร้อง" ให้ออกนโยบายเปิดเสรีการพนัน ผลการวิจัยนี้ชี้ว่า เสียงเรียกร้องดังกล่าวอาจไม่ได้เป็นตัวแทนของประชากรทั่วไป แต่มีแนวโน้มที่จะมาจาก "กลุ่มผู้ที่เล่นการพนันอยู่แล้ว" ซึ่งมีทัศนคติเชิงบวกต่อการพนันเป็นทุนเดิม และอาจยังไม่ได้พิจารณาถึงผลกระทบต่อสังคมในภาพรวมอย่างถี่ถ้วน

3) การออกแบบนโยบายที่มุ่งเป้าหมายเฉพาะ โดยแยกแยะระหว่าง "การเข้าร่วม" และ "ค่าใช้จ่าย" ข้อค้นพบที่สำคัญจากการศึกษานี้คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อ "การเข้าร่วมซื้อหวย" และปัจจัยที่ส่งผลต่อ "ค่าใช้จ่ายในการซื้อหวย" ไม่ได้มี

ทิศทางเดียวกันเสมอไป ดังที่เห็นได้ชัดจากผลกระทบของ "เพศ" หรือ "การพบเห็นคนเล่นพนัน" ดังนั้น ผู้กำหนดนโยบายต้องระบุเป้าหมายให้ชัดเจนว่าต้องการลด "จำนวนผู้เล่นหน้าใหม่" หรือลด "ภาระค่าใช้จ่าย" ของผู้เล่นเดิม หากต้องการลดการเข้าร่วม นโยบายควรมุ่งเน้นไปที่การลดปัจจัยทางสังคม เช่น การลดการพบเห็น (Visibility) และการปรับทัศนคติเชิงบรรทัดฐาน (Social Norms) หากต้องการลดค่าใช้จ่าย นโยบายอาจต้องมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อระดับการใช้จ่าย หรือการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์หวยใต้ดินที่พบว่าเพศหญิงมีการใช้จ่ายสูงกว่า เป็นต้น การออกแบบนโยบายที่ขาดความเข้าใจในบริบทที่ซับซ้อนนี้ อาจนำไปสู่การแทรกแซงที่ไม่มีประสิทธิภาพได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) แม้ว่าผลการศึกษาในครั้งนี้ จะพบว่า รายได้มีผลทางบวกต่อการซื้อหวย แต่จากการศึกษาของ Beckert and Lutter (2013) พบว่า ค่าใช้จ่ายในการซื้อหวยต่อรายได้ของคนที่มีรายได้น้อยมักจะสูงกว่าคนที่มีรายได้สูง และมีลักษณะเป็น regressive tax ซึ่งงานศึกษาในครั้งนี้ยังไม่ได้ครอบคลุมในส่วนนี้ เนื่องจากข้อมูลรายได้จากแบบสอบถามมีลักษณะเป็นช่วง ไม่ได้แสดงรายได้ที่แท้จริง

2) ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้เป็น cross-sectional data โดยใช้ข้อมูลเพียงหนึ่งปี ซึ่งอาจยังแสดงถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการซื้อหวยได้ไม่เพียงพอ หากมีการใช้ข้อมูลที่มีการเก็บข้อมูลพฤติกรรมในระยะยาว (time series data) ในอนาคต น่าจะช่วยในการทำความเข้าใจพฤติกรรมการซื้อหวยของคนไทยได้ดียิ่งขึ้น

3) สำหรับการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการเพิ่มปัจจัยอื่นๆ ทางด้านพฤติกรรมศาสตร์เข้ามาศึกษาพฤติกรรมในการซื้อหวยของคนไทย และควรมีการวิเคราะห์เชิงคุณภาพเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ซื้อหวย เพื่อให้เข้าใจถึงเหตุผล แรงจูงใจ และกระบวนการตัดสินใจที่อยู่เบื้องหลังพฤติกรรมอย่างลึกซึ้ง ซึ่งอยู่นอกเหนือขอบเขตของการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้ข้อมูลทุติยภูมิในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

เฉลิมพงษ์ พงษ์ประชา. (2558). มิติเชิงสังคมของพฤติกรรมการเล่นหวยใต้ดินในประเทศไทย. *วารสารการบริหารท้องถิ่นมหาวิทยาลัยขอนแก่น, 8*(4), 64-75.

ฐิติมน สื่อเสาวลักษณ์. (2556). *พฤติกรรมการซื้อหวยใต้ดินของประชาชนในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี*. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

พรเพ็ญ วรสิทธา. (2555). พฤติกรรมการเล่นหวยและความเป็นไปได้ของการเปลี่ยนเงินหวยเป็นเงินออมระยะยาว Behavior of Lottery Players and the Possibility of Shifting Lottery Money to Long-Term Savings. *NIDA Development Journal, 50*(3), 75-89.

ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน. (2566). *โครงการศึกษาสถานการณ์พฤติกรรม และผลกระทบการพนันในประเทศไทย ประจำปี 2566*. ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน.

สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล. (2568). *ผลการดำเนินงาน การนำส่งรายได้แผ่นดิน*.

แสงระวี อังสุโวทัย. (2562). *พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและความต้องการผลิตภัณฑ์การออมที่เชื่อมโยงกับเงินรางวัลของพนักงานสำนักงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Barnes, G., Welte, J., Tidwell, M.-C., & Hoffman, J. (2010). Gambling on the Lottery: Sociodemographic Correlates Across the Lifespan. *Journal of gambling studies / co-sponsored by the National Council on Problem Gambling and Institute for the Study of Gambling and Commercial Gaming, 27*, 575-586.

Beckert, J., & Lutter, M. (2013). Why the Poor Play the Lottery: Sociological Approaches to Explaining Class-based Lottery Play. *Sociology, 47*(6), 1152-1170.

Blalock, G., Just, D. R., & Simon, D. H. (2007). Hitting the Jackpot or Hitting the Skids: Entertainment, Poverty, and the Demand for State Lotteries. *The American Journal of Economics and Sociology, 66*(3), 545-570.

Fu, H. N., Monson, E., & Otto, A. R. (2021). Relationships between socio-economic status and lottery gambling across lottery types: neighborhood-level evidence from a large city. *Addiction, 116*(5), 1256-1261.

Haisley, E., Mostafa, R., & Loewenstein, G. (2008). Subjective relative income and lottery ticket purchases. *Journal of Behavioral Decision Making, 21*(3), 283-295.

Lutter, M., Tisch, D., & Beckert, J. (2018). Social explanations of lottery play: New evidence based on national survey data. *Journal of gambling studies, 34*(4), 1185-1203.

Rogers, P., & Webley, P. (2001). “It could be us!”: Cognitive and social psychological factors in UK national lottery play. *Applied Psychology, 50*(1), 181-199.

Thaler, R. H., & Ziemba, W. T. (1988). Anomalies: Parimutuel Betting Markets: Racetracks and Lotteries. *The Journal of Economic Perspectives, 2*(2), 161-174.

Zenker, J., Wagener, A., & Vollmer, S. (2018). Better Knowledge Need Not Affect Behavior: A Randomized Evaluation of the Demand for Lottery Tickets in Rural Thailand. *The World Bank Economic Review, 32*(3), 570-583.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher’s Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.

Copyright: © 2025 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).