

## บทบาทของความเชื่อโชคลางต่อพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดินของผู้บริโภคชาวไทย\*

Semiotics of Superstition toward Government Lottery and Underground Lottery  
Purchasing Behavior of Thai Consumers

ธีรนุช พุคักดีศรีกิจ\*\*

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์\*\*\*

## บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดิน และบทบาทของความเชื่อด้านโชคลางต่อพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดินของผู้บริโภคชาวไทย เนื่องจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดินเป็นค่านิยมหนึ่งของสังคมไทย ซึ่งงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจกับพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยที่มีความเชื่อเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลายได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริโภคที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดินทั้งหมด 23 คน และการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจำนวน 87 คน ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา และการวิเคราะห์เชิงความสำคัญ

โดยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นเพศหญิง สมรสแล้ว อายุเฉลี่ย 41 ปี มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และทำงานแล้ว มากกว่าครึ่งเป็นผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดินเป็นประจำ โดยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดินเฉลี่ยครั้งละไม่เกิน 500 บาท ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลจะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมากที่สุด รองลงมาคือ ซื้อทั้งสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดิน และซื้อเฉพาะหวยใต้ดิน ตามลำดับ ผู้ให้ข้อมูลระบุว่าความสนุกและความตื่นเต้นในการลุ้นรางวัล และชอบเสี่ยงเป็นเหตุผลสำคัญในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดิน โดยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความเชื่อเกี่ยวกับโชคลางในการตัดสินใจซื้อ โดยผลการวิจัยสามารถจำแนกผู้บริโภคได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) นักเสี่ยงโชคเป็นกลุ่มที่มีปริมาณและความถี่ในการซื้อน้อย โดยตัดสินใจซื้อเมื่อพบเห็นสัญญาณที่เกี่ยวข้องกับโชคลาง และเชื่อว่าเป็นกลุ่มที่ไม่สามารถควบคุมโชคชะตาได้ และ 2) ผู้เสพติดเตอร์เป็นกลุ่มที่มีปริมาณและความถี่ในการซื้อสูงเนื่องจากมีศรัทธาอันเกิดจากครอบครัวหรือวัตถุมงคลเพราะเชื่อว่าสามารถช่วยให้มีโอกาสในการถูกรางวัลมากขึ้น

**คำสำคัญ :** ความเชื่อ โชคลาง สลากกินแบ่งรัฐบาล หวยใต้ดิน ผู้บริโภคชาวไทย

\* เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยภายใต้การสนับสนุนของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหน่วยวิจัยการบริโภคและเศรษฐกิจยั่งยืน มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

\*\* อาจารย์ สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย Email: theeranuch\_pus@utcc.ac.th

\*\*\* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาการตลาด สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ Email: psiwarit@wu.ac.th

## Abstract

This study aimed to study the Thai consumers' buying behavior toward government lottery or underground lottery and the roles of superstitious beliefs toward their behavior. Because buying government lottery or underground lottery is values of the Thai society, this research is benefit for understanding the Thai consumers' behavior in which beliefs is the significant factors for their decision making of purchasing goods and services. Researchers employed multi methods to collect data – in-depth interviewing with 23 consumers who have bought government lottery or underground lottery, and semi-structure interviewing with 87 consumers. Content and thematic analyses were employed to analyze the data.

Most informants live in Bangkok and its vicinity. Most of them are female, married, age 41 years old in average, lower than undergraduate degree education, various income levels, and most of them are employed. More than a half of them buy government lottery or underground lottery regularly. Most informants bought government lottery or underground lottery less than 500 baht per time. The results show that consumers mostly buy only government lottery, followed by both government and underground lottery, and only underground lottery respectively. Informants mentioned that fun and excitement to win the lottery and risk taking are the important reasons for purchasing government lottery or underground lottery. Most informants purchase lottery because of the superstitious beliefs. The results can identify consumers into two groups: 1) Fortune Hunter is a group of lottery buyers who have low quantity and frequency of buying and they believe that they cannot control their fortune, and 2) Lottery Addict is a group of lottery buyers who have high quantity and frequency of buying because they have faith, due to the possession of objects or amulets, because they believe that objects or amulets can increase a chance to win the lottery.

**Keywords:** Belief, Superstition, Government Lottery, Underground Lottery, Thai Consumers

## บทนำ

ผู้คนในสังคมไทยมีความเกี่ยวข้องกับสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดินมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหวยใต้ดินที่เกิดขึ้นครั้งแรกประมาณปี พ.ศ. 2360 โดยชาวจีนที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยได้เริ่มต้นซื้อขายหวยในหมู่คนจีนอพยพก่อนที่จะแพร่มาสู่ชาวไทย โดยมีชื่อเรียกว่า “หวย กข” ก่อนที่จะมีการดำเนินการออกหวยรัฐบาลในสมัยรัชกาลพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 เนื่องจากเป็นช่วงที่ประเทศไทยประสบกับปัญหาภัยแล้ง ทำให้เกิดภาวะข้าวยากหมากแพง ทำให้เก็บภาษีได้ไม่ตามเป้า ดังนั้น จึงออกหวยให้ประชาชนได้เสี่ยงโชคเพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายของประชาชน (บุศรา สุกใส, 2547) และนับเป็นจุดเริ่มต้นของการเล่นหวยในสังคมไทยจนถึงปัจจุบันที่มีสลากกินแบ่งรัฐบาล หรือล็อตเตอรี่ และหวยใต้ดินที่อาศัยเลขท้าย 3 ตัวและ 2 ตัวของรางวัลที่ 1 และรางวัลเลขท้ายของสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นรางวัล ด้วยเหตุนี้จึง

ทำให้คนไทยโดยส่วนใหญ่มีความเกี่ยวข้องกับการเล่นหวยไม่ว่าจะเป็นการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินมาเป็นระยะเวลาานาน

โดยงานวิจัยจำนวนมากทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ของการเสี่ยงโชคหรือซื้อหวยเป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นหวยทั้งหวยใต้ดินหรือสลากกินแบ่งรัฐบาล หรือทั้งสองแบบ อาทิ พฤติกรรมการเล่นหวยของผู้บริโภคในจังหวัดศรีสะเกษ ที่ศึกษาทั้งหวยใต้ดินและสลากกินแบ่งรัฐบาล (พรเพ็ญ วรสิทธา, 2553) พฤติกรรมการเล่นหวยใต้ดินในจังหวัดชลบุรี (บุศรา สุขใส, 2547) พฤติกรรมการเล่นหวยใต้ดิน (ยุทธการ ไวยอาภา, 2546) พฤติกรรมการเล่นหวยบนดินและหวยใต้ดินของประชาชนชาวไทย (2550) เป็นต้น ทั้งนี้ในงานวิจัยส่วนใหญ่ที่ได้กล่าวไปข้างต้นจะมีการศึกษาที่ระบุเฉพาะเจาะจงถึงหวยใต้ดินหรือสลากกินแบ่งรัฐบาล แต่ในขณะเดียวกันหวยใต้ดินหรือสลากกินแบ่งรัฐบาลก็ถูกจำแนกว่าเป็นการพนันประเภทหนึ่งดังที่ปรากฏในหลาย ๆ ประเทศ (Welte et al., 2002; คกริช เล็กศรีนาค ฌรงค์ พลอยदनัย และวิเชียรโชติ สุขโชติรัตน์, 2555; วรชัย ทองไทย และรศรินทร์ เกรย์, 2554) ในขณะเดียวกัน Burns et al. (1990) และ Ariyabuddhiphongs (2011) ไม่ได้มองว่าหวยใต้ดินหรือสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นการพนันแต่กลับมองว่าหวยใต้ดินหรือสลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถตอบสนองความคาดหวังของผู้บริโภค และทำให้ผู้บริโภคสามารถมีชีวิตที่ดีขึ้นได้ ซึ่งวรชัย ทองไทย และรศรินทร์ เกรย์ (2554) สรุปว่าผู้บริโภคที่มีการซื้อหวยจะมีความสุขมากกว่าผู้ที่ไม่ได้ซื้อหวย หรือผู้ที่ซื้อหายน้อย หรือกล่าวได้ว่าการซื้อหวยใต้ดินหรือสลากกินแบ่งรัฐบาลมีความเกี่ยวข้องกับความรู้สึกหรือมุมมองทางด้านอารมณ์ ความสนุกสนาน นอกจากนี้ Rogers (1998) และ Ariyabuddhiphongs (2011) ยังได้สรุปถึงลักษณะของผู้ที่ซื้อหวยว่ามักจะเป็นกลุ่มที่มีสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจต่ำและมักจะมีเกี่ยวข้องกับเพื่อนหรือสังคมที่มีการซื้อหวยอย่างเป็นประจำ อย่างไรก็ตามงานวิจัยเหล่านี้มุ่งเน้นในด้านการทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมศาสตร์ด้านการซื้อหวยว่าคนไทยมีการซื้อหวยใต้ดิน หรือสลากกินแบ่งรัฐบาลอย่างไร รวมไปถึงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการซื้อมากกว่าการทำความเข้าใจในบทบาทด้านความเชื่อที่เป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมที่ดี

โดยปัจจัยด้านความเชื่อเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค (ศิวกุทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2555; ศิวกุทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และธีรณัฐ พุศศักดิ์ศรีกิจ, 2555; ณัฏฐ์ณนพ สุขใส, 2554) เนื่องจากความเชื่อจะเป็นตัวกำหนดความตั้งใจและพฤติกรรมการบริโภค และความสามารถในการควบคุมสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนได้ (ไพจิต ประสานพันธ์ ภัทราวดี มากมี และ สุพิมพ์ ศรีพันธ์วรสกุล, 2556) ซึ่งสอดคล้องกับ Rice (1985) ที่สรุปว่าความเชื่อโดยเฉพาะอย่างยิ่งความเชื่อด้านโชคกลางเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคนำมาใช้ในการจัดการกับความไม่แน่นอนที่กำลังเผชิญอยู่ และเป็นกำลังใจที่ทำให้ผู้บริโภคคลายความกังวลกับสถานะความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้น ซึ่งความเชื่อโชคกลางนี้จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคและการเสี่ยงโชคต่าง ๆ

ดังนั้น ในงานวิจัยนี้จึงให้ความสำคัญกับบทบาทความเชื่อด้านโชคกลางต่อพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดินของผู้บริโภคชาวไทย โดยมุ่งเน้นในการศึกษาพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดิน และบทบาทของความเชื่อด้านโชคกลางต่อพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดินของผู้บริโภคชาวไทย เนื่องจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดินเป็นค่านิยมหนึ่งของสังคมไทย ซึ่งงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจกับพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยที่มีความเชื่อเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง บทบาทของความเชื่อด้านโชคลางต่อพฤติกรรมการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลและ หวยใต้ดินของผู้บริโภคชาวไทยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลและ หวยใต้ดินของผู้บริโภคชาวไทย
2. เพื่อศึกษาบทบาทของความเชื่อด้านโชคลางต่อพฤติกรรมการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลและ หวยใต้ดินของผู้บริโภคชาวไทย

## วิธีการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง บทบาทของความเชื่อด้านโชคลางต่อพฤติกรรมการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลและ หวยใต้ดินของผู้บริโภคชาวไทย ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพในการเก็บรวบรวมข้อมูล และมีวิธีการวิจัย ดังนี้

1. **ผู้ให้ข้อมูล (informants)** ผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ที่เคยซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและ หวยใต้ดินที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. **การเก็บรวบรวมข้อมูล** ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งช่วงก่อนที่ผู้ให้ข้อมูลจะซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ขณะที่ดำเนินการซื้อ และภายหลังจากการซื้อ โดยผู้วิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ระดับ ดังนี้

2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interviews) ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริโภคที่เคยซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและ หวยใต้ดิน จำนวน 23 คน โดยใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 45 – 60 นาทีต่อคน ซึ่งผู้ให้ข้อมูลกลุ่มนี้มีทั้งที่อาศัยโชคลางในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและ หวยใต้ดิน และกลุ่มที่ซื้อโดยไม่ได้สนใจโชคลางมากนักแต่เชื่อว่าถ้ามีโชค จะซื้อวิธีใดก็ได้ให้ถูกรางวัลได้ ข้อมูลในส่วนนี้จะถูกนำไปพัฒนาแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interviews) เพื่อดำเนินการสัมภาษณ์ผู้บริโภคเพิ่มเติมให้ได้ข้อมูลครบถ้วนและมากเพียงพอต่อการวิเคราะห์

2.2 การสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเพื่อเก็บข้อมูลการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลและ หวยใต้ดิน ลักษณะการซื้อ และความเชื่อด้านโชคลางที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลและ หวยใต้ดิน ผู้วิจัยเก็บข้อมูลตามแนวทางของ Wallendorf and Arnould (1991) ด้วยการมอบหมายให้นักศึกษาในชั้นเรียนวิชาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ผ่านการฝึกอบรมด้านการเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการสัมภาษณ์ผู้บริโภคจำนวน 1 คนต่อนักศึกษา 1 ท่าน การสัมภาษณ์แต่ละครั้งใช้เวลาประมาณ 30 – 45 นาที ซึ่งนักศึกษาได้จดบันทึกและบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ก่อนที่จะถอดเทป และรายงานบันทึกที่เกิดขึ้นจากการสังเกตขณะดำเนินการสัมภาษณ์ โดยมีข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลที่สมบูรณ์ต่อการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวน 87 คน ข้อมูลชุดนี้ถูกนำไปรวมกับข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3. **การวิเคราะห์ข้อมูล** ผู้วิจัยบันทึกรายงานการเก็บข้อมูลภาคสนาม (transcript) และนำมาอ่านทบทวนหลายครั้งเพื่อกำหนดรหัส (coding) ให้กับชุดข้อมูล โดยในขั้นตอนแรกผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ตามแนวทางของ Kassajian (1977) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกในด้านลักษณะโดยทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล แรงจูงใจในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและ หวยใต้ดิน ประเภทของผู้บริโภคที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและ หวยใต้ดิน และประเภทของความเชื่อด้านโชคลาง

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ใจความสำคัญ (thematic analysis) โดยรหัส (code) ที่เกิดขึ้นในกระบวนการก่อนหน้านี้นี้ถูกผู้วิจัยทั้งสองนำมาอ่านและทบทวนพร้อมกับวิเคราะห์ความเกี่ยวข้องและความสมเหตุสมผลของรหัสนี้ ก่อนที่กำหนดใจความสำคัญ (theme) และความหมายของใจความสำคัญแต่ละเรื่อง (meaning) ซึ่งทั้งรหัส (code) ใจความสำคัญ (theme) และ ความหมาย (meaning) ถูกอ่านซ้ำหลาย ๆ รอบเพื่อทบทวนความสอดคล้องและความสามารถในการตอบปัญหาการวิจัยจนไม่พบใจความสำคัญ (theme) ใหม่ โดยนักวิจัยทั้งสอง นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์แบบสามเส้าด้วยการนำใจความสำคัญ (theme) และความหมายที่ได้รับให้นักวิจัยที่มีประสบการณ์ในการวิจัยเชิงคุณภาพดำเนินการตรวจสอบอีกครั้งหนึ่ง

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง บทบาทของความเชื่อด้านโชคลางต่อพฤติกรรมการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดินของผู้บริโภคชาวไทยมีผลการศึกษาดังนี้

### 1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ร้อยละ 65.46 เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 46 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.18 โดยกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 46 – 55 ปีเป็นกลุ่มที่พบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.73 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 36 – 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.10 โดยผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 58.17 สมรสแล้ว รองลงมาคือสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 39.10 ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ร้อยละ 68.18 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กลุ่มที่พบมากที่สุดคือ กลุ่มที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงมาคือ ระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 31.82 ทั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ร้อยละ 70.91 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท โดยผู้ให้ข้อมูลที่มีรายได้สูงกว่า 30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 15.45 โดยกลุ่มอาชีพของผู้ให้ข้อมูลที่พบมากที่สุดคือ พนักงานธุรกิจเอกชน คิดเป็นร้อยละ 43.64 รองลงมาคือ เจ้าของธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 32.73 ตามลำดับ

### 2. พฤติกรรมการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดิน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีความคุ้นเคยกับการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดิน โดยผู้ให้ข้อมูลมากกว่าครึ่งคิดเป็นร้อยละ 56.36 มีการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินทุกงวด รองลงมาคือ บางสัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 37.27 ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลเพียงร้อยละ 6.37 กล่าวว่าซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินประมาณหนึ่งครั้งในรอบสามถึงหกเดือน ทั้งนี้ กลุ่มที่มีการซื้อหวยใต้ดินทุกงวดนั้น ผู้วิจัยนิยามว่าเป็น “*ผู้เสพติดลอตเตอรี่ (Lottery Addict)*” และกลุ่มที่มีการซื้อบางสัปดาห์หรือนาน ๆ ครั้ง ผู้วิจัยนิยามว่าเป็น “*นักเสี่ยงโชค (Fortune Hunter)*” โดยผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่พบมากที่สุดคือ ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลอย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 40.91 รองลงมาคือ ซื้อทั้งสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดิน คิดเป็นร้อยละ 35.45 และ ซื้อหวยใต้ดินเพียงอย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 23.64 ด้วยเหตุนี้ ข้อมูลจากงานวิจัยนี้จึงสามารถสะท้อนถึงลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดินได้เป็นอย่างดีเนื่องจากมีสัดส่วนไม่แตกต่างกันมากนัก ทั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ร้อยละ 81.82 ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินต่ำกว่า 500 บาทต่อครั้ง โดยกลุ่มที่พบมากที่สุดมีการซื้อครั้งละ 100 – 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 77.27

โดยผู้ให้ข้อมูลระบุว่าจุดมุ่งหมายในการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินเพื่อความสนุกสนานและสร้างความตื่นเต้นให้กับชีวิต และชอบเสี่ยงเป็นกลุ่มที่พบมากที่สุดในระดับเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 27.27 รองลงมาคือ เพื่อหาเงินด้วยวิธีการที่ง่าย คิดเป็นร้อยละ 24.55 และเพื่อที่จะได้มีโอกาสในการจินตนาการหรือ

วาดฝันว่าจะถูกรางวัล คิดเป็นร้อยละ 11.82 ตามลำดับ ทั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลมากกว่าครึ่งซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือ หวยใต้ดินโดยมีแรงผลักดันจากตัวเองเป็นกลุ่มที่พบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.64 ขณะที่ที่เหลือซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินเนื่องจากมีสมาชิกในครอบครัวญาติหรือเพื่อนสนิทซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินเป็นประจำจึงทำให้ผู้ให้ข้อมูลเริ่มต้นซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินโดยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เคยถูกรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดิน คิดเป็นร้อยละ 63.63 รองลงมาคือ ไม่เคยถูกละเลย คิดเป็นร้อยละ 21.82 และถูกรางวัลบ่อย คิดเป็นร้อยละ 14.54

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ผู้ให้ข้อมูลใช้ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดิน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลเชื่อมั่นในหลักการความน่าจะเป็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.83 รองลงมาคือ ความเชื่อมั่นในโชคกลาง 37.27 การยึดติดกับความมุ่งมั่นในการลงทุนคืนหลังจากไม่ถูกรางวัลหลายครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.45 ตามลำดับ ซึ่งทั้งหมดนี้ ผู้ให้ข้อมูลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยาการรับรู้ (Cognitive Psychology) ที่มักจะเกิดขึ้นในช่วงก่อนการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดิน (pre-purchasing behavior) เนื่องจากผู้บริโภคจะหากกลยุทธ์ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินให้ถูกรางวัลหรือกล่าวได้ว่าเป็นการหาวิธีการสร้างความเชื่อมั่นให้กับตนเองเพราะจากการสัมภาษณ์และสังเกตผู้ให้ข้อมูลพบว่าในช่วงก่อนการซื้อนั้น ผู้ให้ข้อมูลเชื่อว่าโอกาสในการถูกรางวัลจะมากขึ้นหากมีสิ่งของหรือเหตุการณ์เหนือธรรมชาติเกิดขึ้นเป็นแนวทาง โดยในด้านความเชื่อมั่นในหลักความน่าจะเป็นนั้นเป็นการตีความของผู้ให้ข้อมูลเองว่าหมายเลขที่ถูกรางวัลนั้นจะมีความเกี่ยวข้องกับสถิติในการออกรางวัลที่ผ่านมา และมักจะเชื่อมั่นในตัวเลขที่เกือบถูกรางวัล (near miss number) ด้วยกลยุทธ์นี้ ผู้ให้ข้อมูลจะมีความเชื่อมั่นอย่างมากว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินที่ซื้อจะมีโอกาสถูกรางวัลมากและเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ให้ข้อมูลมีแนวโน้มการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินมากขึ้นและมีแนวโน้มที่จะซื้อต่อไปเรื่อย ๆ จึงเห็นได้ว่าความเชื่อแบบนี้เป็นการตีความแบบผิด ๆ ของผู้ให้ข้อมูลซึ่งหากนำหลักการทางสถิติมาวิเคราะห์จริง ๆ จะเห็นว่าโอกาสในการถูกรางวัลนั้นมีน้อยมาก เช่น รางวัลเลขท้ายสองตัว ความน่าจะเป็นคือ 1 ใน 100 หรือรางวัลเลขท้ายสามตัวจะอยู่ที่ 1 ใน 250 เป็นต้น แต่ก็ยังเป็นกลยุทธ์ที่ผู้ให้ข้อมูลนำมาใช้ในการจัดการกับความไม่แน่นอนที่จะเกิดขึ้น

### 3. บทบาทของความเชื่อด้านโชคกลางต่อพฤติกรรมกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดินของผู้บริโภคชาวไทย

ความเชื่อด้านโชคกลาง (superstition belief) เป็นความเชื่อที่ไม่สามารถอธิบายได้โดยหลักของเหตุผล หรือกล่าวได้ว่าเป็นเรื่องของสิ่งที่เหนือธรรมชาติเกี่ยวกับวัตถุสิ่งของ การกระทำ หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการกระตุ้นให้เกิดผลลัพธ์จากพฤติกรรมหรือกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง และความเชื่อโชคกลางนี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินของผู้บริโภคชาวไทยเป็นอย่างมาก จากการสังเกต และสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลพบว่า ผู้บริโภคชาวไทยจะอาศัยโชคกลาง (superstition) เป็นกลวิธีในการจัดการกับความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดิน ซึ่งผลการวิจัยพบว่าผู้ให้ข้อมูลมากกว่าร้อยละ 80 อาศัยความเชื่อด้านโชคกลางในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดิน อาทิ การขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การบูชาวัตถุมงคลที่เชื่อว่าส่งผลด้านโชคกลาง บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในบ้านพัก ขูดเลขขอหวยจากต้นไม้โบราณที่เชื่อว่ามีนางไม้สิงสถิตย์และให้โชคให้ลาภได้ อาทิ เช่น ต้นตะเคียน เป็นต้น ผู้ให้ข้อมูลบางกลุ่มจะดูตัวเลขจากน้ำตาเทียนในบาตรน้ำมนต์ภายหลังพิธีการทำบุญโดยพระเกจิอาจารย์ หรือการตรวจสอบดวงชะตาของตนเองจากคำพยากรณ์ในนิตยสารหรือสื่อต่าง ๆ ก่อนซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดิน อย่างไรก็ตาม

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคชาวไทยมีการตีความตัวเลขจากสิ่งของที่มีชีวิต (living objects) เช่น ผลไม้ ต้นไม้ สัตว์ เป็นต้นที่เกิดขึ้นภายในบ้านเรือน หรืออาศัยตัวเลขจากความฝัน อย่างไรก็ตามในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาเฉพาะบทบาทของความเชื่อด้านโชคลางต่อพฤติกรรมการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดิน จึงไม่ได้กล่าวถึงส่วนของการตีความตัวเลขจากสิ่งของต่าง ๆ หรือความฝัน

ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นว่าผู้ให้ข้อมูลที่เชื่อมั่นในโชคลางนั้นจะมีกลยุทธ์ในการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินโดยอาศัยตัวเลขที่ได้มาจากความฝัน สถานที่แปลก ๆ หรือ สิ่งแปลก ๆ เช่น หมูสามขา ต้นไม้หรือการไปขอตัวเลขจากสถานที่ต่าง ๆ ดังเช่นกรณีของน้อย

“...พี่ที่เคยให้หลานชายไปขอหวยจากต้นตะเคียน ชาวบ้านเชื่อกันว่าถ้าให้ผู้ชายไปขอ และบอกว่าถ้าถูกรางวัลจะนำหัวหมูกับเหล้าไปถวาย ตกดึกคืนนั้น หลานชายฝันนอนตื่นไปตื่นมา ตื่นเข้ามาบอกว่าฝันเห็นเลข 3 ตัว...เชื่อใหม่ งวดนั้น ถูกรางวัลไปหลายคนเลย...” น้อย (ผู้เสพล็อตเตอร์)

จากกรณีข้างต้น จึงเห็นได้ว่าผู้ที่มีความเชื่อเกี่ยวกับโชคลางจะเชื่อว่าสิ่งที่เหนือธรรมชาติจะสามารถบันดาลโชคลางให้กับตนเองได้ แต่ต้องรู้วิธีการหรือกระบวนการในการจัดการกับสถานการณ์นั้น ซึ่งในกรณีนี้น้อยรู้ว่าต้องใช้หัวหมูกับเหล้าเนื่องจากการพูดต่อ ๆ กันของผู้ที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน และน้อยจึงทำตาม ผลที่ได้รับคือการถูกรางวัลตามที่คาดหวัง โดยน้อยยังให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่าเคยทดลองหลายวิธี ไม่ว่าจะไปขอเลขจากเรือตะเคียนโบราณด้วยการนำแป้งเด็กไปโรยและใช้นิ้วถูกับผิวของเรือตะเคียนโบราณ ซึ่งก่อนดำเนินการต้องไปจุดธูปบอกกล่าวก่อน น้อยเชื่อว่าตัวเลขที่ได้นั้นขึ้นอยู่กับโชคของแต่ละคนในการมองเห็นหรือตีความตัวเลขที่เกิดขึ้นจากสิ่งเหนือธรรมชาติ

ซึ่งผู้ให้ข้อมูลที่เชื่อในโชคลางจะเชื่อมั่นว่าโอกาสจะถูกรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินจะขึ้นอยู่กับโชคลางที่จะปรากฏผ่านทางสัญญาณต่าง ๆ เช่น ความฝัน สิ่งของ หรือสิ่งที่พบเห็น ดังเช่นกรณีของลิลลี่ที่กล่าวว่า

“...เดือนพฤศจิกายนคือเดือนนำโชคของพี่ พี่ซื้อจากหมายเลขทะเบียนรถของพี่ ในเดือนนี้ของทุกปีพี่จะนำตัวเลขของทะเบียนรถของพี่มาซื้อ พี่เชื่อว่าตัวเลขนี้คือตัวเลขนำโชค...” ลิลลี่ (ผู้เสพล็อตเตอร์)

จากกรณีของลิลลี่ สัญญาณของโชคลางจะปรากฏขึ้นกับสิ่งของใกล้ตัวที่ผู้ให้ข้อมูลเชื่อว่าจะทำให้ตนเองมีโชคและมีโอกาสถูกรางวัล ซึ่งผู้ให้ข้อมูลบางคนเชื่อว่าจะปรากฏขึ้นในความฝันที่มีทั้งเห็นตัวเลข หรือฝันเป็นเรื่องราวและนำเรื่องราวนั้นมาตีความเพื่อแปลผลเป็นตัวเลข โดยกรณีทั้งของน้อย และลิลลี่ รวมไปถึงผู้ให้ข้อมูลอื่น ๆ จะเห็นได้ว่าความเชื่อด้านโชคลางมีบทบาทสำคัญที่ทำให้ผู้ให้ข้อมูลมีแนวโน้มที่จะซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินในปริมาณมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลบางคนเชื่อว่าโชคลางสามารถเกิดขึ้นได้เองตลอดเวลา การถูกรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินจะขึ้นอยู่กับที่ตนเองมีโชคเข้ามาหรือไม่ ถ้ามีโชคไม่ว่าอะไรจะเกิดขึ้นก็จะถูกรางวัลอย่างแน่นอน ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มนี้จะไม่สนใจกับการเสาะแสวงหาตัวเลขเพื่อนำมาซื้อสลาก ดังเช่นในกรณีของสอนและเอก กล่าวว่า

“...ของแบบนี้ขึ้นอยู่กับโชคใครโชคมัน ผมก็ซื้อตามคนอื่น ถ้ามีโชค อย่งไรผมก็ต้องถูกรางวัลแน่นอน ...” เอก (นักเสี่ยงโชค)

“...ผมไม่เคยต้องหาเลข ไม่ต้องไปเสาะหาวิธีจนได้ตัวเลขมา ถ้าต้องการซื้อล็อตเตอรี่และหวยใต้ดิน ผมก็จะขอให้คนขายเป็นคนเลือกให้...” สอน (นักเสี่ยงโชค)

ในกรณีของสอนและเอคนั้นทั้งสองเป็นผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดินค่อนข้างน้อย ทั้งสองไม่มีกลยุทธ์ในการค้นหาตัวเลข หรืออาศัยวัตถุสิ่งของเพื่อเป็นสื่อกลางในการนำโชคมาสู่ตนเอง แต่ทั้งสองเชื่อในโชคกลางว่าเป็นสิ่งที่ไม่สามารถระบุหรือบอกได้ แต่ถ้ามีโชค ทางเลขอะไรก็จะถูกรางวัล ด้วยเหตุนี้ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มนี้ซึ่งเป็นกลุ่มที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินค่อนข้างน้อย จะแตกต่างจากกลุ่มที่กล่าวก่อนหน้านี้ที่เชื่อว่าสามารถควบคุมหรือจัดการโชคกลางได้ จึงก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินค่อนข้างมากอันเนื่องมาจากความเชื่อมั่นต่อตัวเลขที่ได้รับ ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์และสังเกตพบว่า สถานที่ในการเก็บสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือตัวหวยใต้ดินนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญมากเนื่องจากผู้ให้ข้อมูลหลายท่านเชื่อว่าหากมีการเก็บสลากฯ หรือตัวหวยใต้ดินไว้ใต้ฐานพระ หิ้งพระ กระเป๋านำโชค หรือตุ๊กตานำโชค เป็นต้น จะทำให้เพิ่มโอกาสที่จะถูกรางวัลด้วย ซึ่งในกรณีนี้ ความเชื่อเรื่องโชคกลางเป็นกลยุทธ์ที่ผู้ให้ข้อมูลใช้เป็นกลยุทธ์ในการจัดการกับความไม่แน่นอน

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผู้ให้ข้อมูลกลุ่มนี้ไม่ได้หากลยุทธ์หรือวิธีการที่จะได้มาซึ่งเลขที่ถูกรางวัล แต่ผู้ให้ข้อมูลจะมีการจัดการเกี่ยวกับความไม่แน่นอนโดยอาศัยคำพยากรณ์จากหมอดู นิตยสารหรือเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่มีการทำนายเกี่ยวกับโชคชะตา และความเชื่อส่วนตัวดังตัวอย่างต่อไปนี้

“...เวลาที่ซื้อหวยทั้งล็อตเตอรี่หรือหวยใต้ดิน พี่จะให้หลานที่เป็นคนซื้อให้ เพราะหมอดูบอกว่าพี่จะมีโชคจากเด็ก ๆ...” แต้ม (นักเสี่ยงโชค)

“...พี่เชื่อว่าคนท้องมักจะให้โชคเรา เพราะเค้ามีเด็กในท้อง ยิ่งเราซื้อกับเค้า อุดหนุนเค้าทำให้เค้ามีเงินมากขึ้น พี่เชื่อว่าส่งผลทำให้พี่ถูกรางวัล ดังนั้นพี่จะเลือกซื้อกับคนท้องเท่านั้น...” อุบล (นักเสี่ยงโชค)

ทั้งตัวอย่างจากแต้มและอุบล แสดงให้เห็นว่าผู้ให้ข้อมูลจะเชื่อเรื่องโชคกลางว่าจะส่งผลต่อการถูกรางวัลของทั้งสองคน แต่สิ่งที่ทั้งสองคนนำมาใช้จัดการกับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนในการถูกรางวัลคือ การเลือกเวลาหรือบุคคลที่เชื่อว่าจะทำให้มีโอกาสถูกรางวัลมากขึ้น ซึ่งทั้งสองกรณีนั้น กรณีของแต้มนั้นจะเป็นตัวอย่างหนึ่งที่มีความเชื่อเรื่องโชคกลางส่งผลให้เกิดการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินในปริมาณมากเพราะผู้ให้ข้อมูลจะเชื่อว่าตนเองมีโอกาสถูกรางวัลอย่างมาก ดังนั้น จึงซื้อมากขึ้น ในขณะที่อุบลนั้น จะเชื่อว่าโชคกลางของตนเองขึ้นอยู่กับบุคคลใดบุคคลหนึ่งแต่จะมีอิทธิพลน้อยกว่าคำทำนายของหมอดูหรือนิตยสารจึงทำให้อุบลซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินไม่มากนัก

จากผลการวิจัยข้างต้น เห็นได้ว่าความเชื่อด้านโชคกลางมีบทบาทสำคัญที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินในปริมาณที่มากขึ้น และมีแนวโน้มการซื้อในแต่ละครั้งมากขึ้นหากมีสัญญาณ หรือคำทำนายที่จะบ่งบอกถึงการมีโชคกลาง รวมไปถึงความเชื่อด้านโชคกลางส่วนบุคคลที่เชื่อว่าสิ่งของหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่งจะเป็นผู้นำโชคกลางมาให้และจะทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสถูกรางวัลมากขึ้น โดยความเชื่อเรื่องโชคกลางเป็นกลยุทธ์ที่ผู้บริโภคใช้เพื่อจัดการกับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน และทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มหรือความมั่นใจที่จะดำเนินพฤติกรรมนั้น ๆ มากขึ้น

## สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาบทบาทของความเชื่อด้านโชคลางต่อพฤติกรรมการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดินของผู้บริโภคชาวไทย สามารถสรุปและอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

งานวิจัยนี้นำเสนอมุมมองที่แตกต่างจากงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินที่นักวิจัยส่วนใหญ่ดำเนินการด้วยงานวิจัยเชิงปริมาณเพื่อค้นหาพฤติกรรมของการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดิน และวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม อาทิ คงกริช เล็กศรีนาคนรงค์ พลอยดน้อย และวิเชียรโชติ สุโขติรัตน์ (2555) วรชัย ทองไทย และสรินทร์ เกรย์ (2554) พรเพ็ญ วรสิทธา (2553) บุศรา สุขใส (2547) ยุทธการ ไวยอาภา (2546) Ariyabuddhiphongs (2011) เป็นต้น ด้วยการทำความเข้าใจกับความเชื่อด้านโชคลางที่เป็นปัจจัยสำคัญในการผลักดันให้ผู้บริโภคซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลมากขึ้นหรือน้อยลง แม้ว่าจะมีนักวิจัยอื่นได้แก่ พสุนิต สารมาศ (2545) ที่ทำความเข้าใจกับพฤติกรรมการเล่นหวยโดยอาศัยวิธีการเชิงคุณภาพเช่นเดียวกันกับงานวิจัยนี้แต่งานวิจัยของพสุนิต สารมาศ (2545) ให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจกับปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม (socio-cultural factors) ผ่านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่ทำให้ผู้บริโภคกลายเป็นนักเล่นหวยใต้ดิน

ผลการวิจัยพบว่าความเชื่อด้านโชคลางมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินของผู้บริโภคในแง่ของการเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ผู้บริโภคใช้เพื่อจัดการกับความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นจากการซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินที่ผู้คนส่วนใหญ่รับรู้และเข้าใจถึงโอกาสหรือความน่าจะเป็นในการถูกรางวัล ซึ่งสอดคล้องกับ Rice (1985) และ ไพจิต ประสานพันธ์ ภัทราวดี มากมี และสุพิมพ์ ศรีพันธ์วรสกุล (2556) ที่ว่าความเชื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเชื่อด้านโชคลาง (superstition) จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคใช้เพื่อควบคุมสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน ซึ่งความเชื่อดังกล่าวสอดคล้องกับความเชื่อที่เกิดขึ้นกับการบริโภควัตถุมงคลของผู้บริโภคชาวไทย (ศิวิฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และธีรณัฐ พุศศักดิ์ศรีกิจ, 2555; ณัชชญนพ สุขใส, 2554)

ในด้านของพฤติกรรมซื้อขายสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดินของผู้บริโภคชาวไทยนั้น ผลการวิจัยพบว่า สามารถแบ่งพฤติกรรมซื้อขายได้เป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ นักเสี่ยงโชค (fortune hunter) และ ผู้เสพติดลอตเตอรี่ (lottery addict) โดยแบ่งตามความถี่ในการซื้อ โดยทั้งสองกลุ่มมีลักษณะดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 ประเภทของพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดิน

จากรูปที่ 1 สามารถจำแนกพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดินได้ดังนี้

1. นักเสี่ยงโชค (fortune hunter) คือ ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินไม่บ่อยครั้ง โดยอาจจะซื้อในบางสัปดาห์หรือนาน ๆ ครั้ง กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เชื่อว่าตนเองไม่สามารถที่จะควบคุมโชคชะตาได้ แต่จะมีโชคขึ้นอยู่กับสัญญาณ (sign) ที่พบเห็น ซึ่งผู้บริโภคจะมีความเชื่อส่วนตัวอันเนื่องมาจากประสบการณ์ที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับพสุนิต สารมาศ (2545) ที่นำเสนอถึงกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหวยใต้ดินที่ผู้บริโภคได้สั่งสมความรู้และประสบการณ์ในการเล่นหวยผ่านกระบวนการต่าง ๆ ซึ่ง Holt (1995) ได้กล่าวไว้ก่อนที่ผู้บริโภคจะเรียนรู้และประเมินผลความรู้สึกรู้สึกในการบริโภค หรือการเป็นแฟนเบสบอลนั้น ผู้บริโภคหรือแฟนเบสบอลจะต้องเรียนรู้กฎเกณฑ์ หรือหลักการที่เกี่ยวข้องกับกติกาเบสบอล ซึ่งในกรณีของสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดิน ผู้บริโภคได้เรียนรู้และสั่งสมประสบการณ์ในการตีความหมายจากสัญญาณที่พบ ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการสร้างความหมายเชิงสัญญาณของวัตถุมงคลจตุคามรามเทพที่มีการสร้างความหมายผ่านรูปลักษณ์ต่าง ๆ (ณัชธัญนพ สุขใส, 2554)

โดยผู้บริโภคที่อยู่ในกลุ่มของนักเสี่ยงโชคจะมีปริมาณการซื้อต่อครั้งน้อย และมีความถี่ในการซื้อต่ำหรือกล่าวได้ว่า ความเชื่อด้านโชคกลางของกลุ่มนักเสี่ยงโชคมีบทบาทในการจำกัดปริมาณและความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินเนื่องจากผู้บริโภคเชื่อว่าไม่มีโชค แต่ในขณะเดียวกันหากผู้บริโภคกลุ่มนี้เชื่อว่าตนเองมีโชคหรือพบเห็นสัญญาณ (sign) ที่บ่งบอกถึงโชคกลาง อาทิ ความฝัน หรือเป็นสิ่งที่เหนือธรรมชาติ เช่น น้ำตาเทียนในบาตรน้ำมนต์ของพระสงฆ์หลังจากการทำพิธีทางศาสนา ต้นไม้ที่มีผลรูปทรงแตกต่างจากปกติ หรือสัตว์ที่คลอเคลียดูผิดปกติ เป็นต้น ก็จะนำมาตีความเป็นตัวเลข ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะมีปริมาณการซื้อในปริมาณ

มากขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงกล่าวได้ว่า ความเชื่อด้านโชคกลางของผู้ที่เชื่อว่าตนเองไม่สามารถควบคุมโชคชะตาได้นั้นมีบทบาททั้งในแง่ของการลดและการเพิ่มปริมาณการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดิน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Hernandez et al. (2008) ที่ระบุว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้คือกลุ่มที่รอดูจังหวะของการมีโชคก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ

2. ผู้เสพติดเตอรี (lottery addict) คือ ผู้บริโภคที่มีการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินทุกงวด หรือเกือบทุกงวด เป็นกลุ่มที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินในปริมาณที่มากเนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้เชื่อว่าตนเองสามารถที่จะควบคุมโชคชะตาได้ด้วยการครอบครองหรือบูชาวัตถุมงคล ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Pongsakornrunsilp et al. (2011) ที่ว่าผู้บริโภคเชื่อว่าวัตถุมงคลสามารถบันดาลโชคกลางให้กับผู้ครอบครองได้ ซึ่งการครอบครองวัตถุมงคลหรือวัตถุ (object) เป็นกลยุทธ์ที่ผู้บริคนำมาใช้เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตนเองในการจัดการกับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนของการเสี่ยงโชค โดยบทบาทของความเชื่อด้านโชคกลางนั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้เสพติดเตอรีมีการบริโภคในปริมาณที่มากขึ้นและมีความถี่ที่มากขึ้นด้วยอันเนื่องมาจากผู้บริโภคมีศรัทธา (faith) ในวัตถุมงคลนั้น ๆ นอกจากนี้ ผู้บริคนยังมีการเลือกสถานที่ที่ใช้ในการเก็บสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือตัวหวยใต้ดินใต้พระบูชาหรือสถานที่ที่ได้รับอิทธิพลจากวัตถุมงคลหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เคารพนับถือ

โดยผลการวิจัยดังกล่าวนำเสนอเพิ่มเติมจากงานวิจัยของ McConkey and Warren (1987) Burns et al. (1990) Rogers and Webley (2001) ที่จำแนกพฤติกรรมการเล่นการพนันหรือซื้อลอตเตอรี่ (ในประเทศไทยคือ ลอตเตอรี่) ออกตามปริมาณการซื้อ นั่นคือ ผู้ที่ซื้อมาก (heavy buyer) และผู้ที่ซื้อน้อย (light buyer) อย่างไรก็ตาม ผู้ที่ซื้อมาก (heavy buyer) มีแนวโน้มหรือลักษณะคล้ายกับผู้เสพติดเตอรี (lottery addict) และผู้ที่ซื้อน้อย (light buyer) มีพฤติกรรมคล้ายกับนักเสี่ยงโชค (fortune hunter) ในงานวิจัยนี้ยังพบว่านักเสี่ยงโชคมีโอกาสที่จะกลายเป็นผู้ซื้อมาก (heavy buyer) หากมีอิทธิพลจากความเชื่อด้านโชคกลางเข้ามาเกี่ยวข้อง นอกจากนี้ผลการวิจัยนี้ยังนำเสนอข้อมูลที่แตกต่างจากงานวิจัยของ Albers and Hübl (1997) ที่ว่าเพศชายเป็นเพศที่ชอบการพนันมากที่สุด ในขณะที่งานวิจัยนี้พบว่าเพศหญิงส่วนใหญ่เป็นผู้ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดิน ทั้งนี้เนื่องจากสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินไม่ได้ถูกมองว่าเป็นการพนัน (Burns et al., 1990; Ariyabuddhiphongs, 2011) ซึ่งผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ซื้อลอตเตอรี่เป็นผู้ที่มีรายได้ต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rogers and Webley (2001) แต่แตกต่างกันในด้านระดับการศึกษาที่พบว่าผู้บริคนชาวไทยมีระดับการศึกษาสูงขึ้นจะมีพฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินสูงขึ้น

### ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัย พบว่าผู้บริโภคโดยส่วนมากจะมีความเชื่อโชคกลางทั้งแบบที่เชื่อว่าถ้าหากมีโชค ไม่ว่าจะอย่างไรก็จะมีโอกาสถูกรางวัล และแบบที่เชื่อว่าตนเองสามารถควบคุมโชคชะตาของตนเองได้ด้วยการครอบครองวัตถุที่อาจจะเป็นวัตถุมงคลหรือวัตถุศักดิ์สิทธิ์ ดังนั้น ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด นักการตลาดสามารถนำความเชื่อเรื่องโชคกลางไปใช้เป็นแนวทางสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดโดยอาศัยความเชื่อทั้งสองแบบ นอกจากนี้ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับบรรณศิลป์การเล่นการพนันในรูปแบบต่าง ๆ สามารถพัฒนาแคมเปญการรณรงค์ด้วยการสื่อสารให้ผู้บริโภคโดยทั่วไปเข้าใจถึงบทบาทของโชคกลางว่าผู้บริโภคไม่สามารถควบคุมหรือจัดการโชคกลางได้ ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีความเชื่อแบบนี้ มีแนวโน้มที่จะซื้อหวยใต้ดินหรือสลากกินแบ่งรัฐบาลในปริมาณที่น้อย

2. จากข้อมูลผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความสนุกสนาน เพลิดเพลินใจไม่ว่าจะเป็นโอกาสที่ได้จินตนาการว่าจะถูกรางวัลหรือไม่อย่างไร หรือต้องการเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต จึงเห็นได้ว่าผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการบริโภคประสบการณ์ (experience consumption) ค่อนข้างมาก ดังนั้น นักการตลาดจึงสามารถประยุกต์แนวทางการสร้างประสบการณ์ให้ลูกค้าในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อจูงใจและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าได้

3. ผลการวิจัยพบว่า ความเชื่อมีบทบาทสำคัญในการบริโภคของผู้บริโภคชาวไทย ดังเห็นได้จากกรณีที่ผู้บริโภคใช้ความเชื่อเรื่องโชคลางในการกำจัดกับความไม่แน่นอนจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดิน เมื่อผู้บริโภคได้รับวัตถุมงคลหรือวัตถุกัดดีสิทธ์ ผู้บริโภคจะมีความมั่นใจมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ นักการตลาดสามารถนำแนวทางนี้ไปใช้ในการพัฒนาตราสินค้าของธุรกิจได้โดยนำกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเกิดขึ้นของความเชื่อไม่ว่าจะเป็นการไต่ฝัน พุดคุย หรือแลกเปลี่ยนของผู้บริโภคคนอื่น ๆ หรือการบอกเล่าต่อกันในกลุ่มผู้บริโภคทั้งในแง่ให้เกิดความศรัทธา (faith) ในตราสินค้า หรือมองเห็นว่าตราสินค้าเป็นเสมือนสัญญาณ (sign) ที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจและเชื่อใจต่อตราสินค้า

### กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยชิ้นนี้ดำเนินการภายใต้การสนับสนุนจากคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และหน่วยวิจัยการบริโภคและเศรษฐกิจยั่งยืนที่ได้รับทุนพัฒนาหน่วยวิจัยจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ผู้วิจัยขอขอบคุณนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยที่ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อนร่วมงานในหน่วยวิจัยการบริโภคและเศรษฐกิจยั่งยืน มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ที่ให้การสนับสนุน กำลังใจและคำปรึกษาที่มีคุณค่า ผู้วิจัยขอขอบคุณบิดา มารดา ครูบาอาจารย์ที่ได้ให้ความรู้แก่ผู้วิจัยและให้กำลังใจผู้วิจัยมาโดยตลอด ท้ายสุดนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณบรรดากัลยาณมิตรหลายท่านที่มีได้เอื้อนามที่ให้อำนาจใจและสนับสนุนผู้วิจัยด้วยความจริงใจเสมอมา

### เอกสารอ้างอิง

#### ภาษาไทย

- คองกริช เล็กศรีนาค ณรงค์ พลอยदनัย และวิเชียรโชติ สุขโขติรัตน์. (2555). “พฤติกรรมการเล่นการพนันของเยาวชนกรณีศึกษาเขตกรุงเทพมหานคร.” *วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น* ปีที่ 12, ฉบับที่ 4: 132 – 146.
- ณัชชัญญา พสุใส. (2554). “จตุคามรามเทพ: กระบวนการสร้างความหมายและมูลค่า.” *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal* ปีที่ 4, ฉบับที่ 1(มกราคม – เมษายน): 605 – 622.
- บุศรา สุขใส. (2547). *พฤติกรรมการเล่นหวยใต้ดิน: ศึกษากรณีประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลคลองตำหรุ*. ปัญหาพิเศษ รม.ม. (การบริหารทั่วไป) ชลบุรี: วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พรเพ็ญ วรสิทธิ์. (2553). “พฤติกรรมการเล่นหวยและความเป็นไปได้ของการเปลี่ยนหวยเป็นเงินออมระยะยาว.” *พัฒนบริหารศาสตร์* ปีที่ 50, ฉบับที่ 3: 75 – 89.
- พสุนิต สารมาศ. (2545). *ชีวิตนักเสี่ยงโชคจากตัวเลข กรณีศึกษา คนเล่นหวยใต้ดิน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

- ไพจิตร ประสานพันธ์ ภัทราวดี มากมี และสุพิมพ์ ศรีพันธ์วรสกุล. (2556). “การพัฒนาแบบสำรวจความเชื่อเกี่ยวกับการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับบุคคลที่มีความเสี่ยงเป็นโรคเบาหวาน.” **วารสารวิชาการ Veridian E-Journal** ปีที่ 6, ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม): 212 – 222.
- ยุทธการ ไวยอาภา. (2546). “พฤติกรรมการเล่นหวยใต้ดินของประชาชนในเขตอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่.” ปัญหาพิเศษ ศ.ม. (บริหารการพัฒนา) เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2555). **หลักการตลาด**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และ ธีรนุช พุศศักดิ์ศรีกิจ. (2555). “ความเชื่อและพฤติกรรมกรบริโภคเครื่องรางของขลังและวัตถุมงคลของชาวไทย.” **วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์** ปีที่ 18, ฉบับที่ 3: 57 – 93
- วรชัย ทองไทย และรศรินทร์ เกรย์. (2554). “การพนัน หนี้สิน และความสุข.” **วารสารประชากร** ปีที่ 3, ฉบับที่ 1: 31 – 50.

### ภาษาต่างประเทศ

- Albers, Norman & Lothar Hübl. (1997). “Gambling market and individual patterns of gambling in Germany.” **Journal of Gambling Studies**. 13: 125–144.
- Ariyabuddhiphongs, Vanchai. (2011). “Lottery gambling: A review.” **Journal of Gambling Studies**. 27: 15 – 33.
- Burns, Alvin C., Peter L. Gillett, Marc Rubinstein & James W. Gentry. (1990). “An exploratory study of lottery playing, gambling addiction and links to compulsive consumption” **Advances in Consumer Research**. 17: 298–305.
- Hernandez, Monica D., Yong Jian Wang, Michale S. Minor & Qian Liu. (2008). “Effect of superstitious beliefs on consumer novelty seeking and independent judgment making: Evidence from China.” **Journal of Consumer Behaviour**. 7: 424–438.
- Holt, Douglas. (1995). “How consumers consume: A typology of consumption practices.” **Journal of Consumer Research**. 22 (1): 1–16.
- Kassarjian, Harold H. (1977). “Content analysis in consumer research.” **Journal of Consumer Research**. 4 (June): 8–18.
- McConkey, William C., & William E. Warren. (1987). “Psychographic and demographic profiles of state lottery ticket purchasers.” **Journal of Consumer Affairs**. 21: 314–327.
- Pongsakornrungrsilp, Siwarit, Theeranuch Pusaksrikit & Jonathan E. Schroeder. (2011). “Co-creation through Fear, Faith, and Desire.” In A. Bradshaw, C. Hackley, and P. Maclaren (eds.), **European Advances for Consumer Research** Volume 9, pp.333 – 340, Duluth, MN: Association for Consumer Research.
- Rice, G. H. (1985). “Available information and superstitious decision making.” **Journal of General Management**. 11(2): 35–44.

Rogers, Paul. (1998). “The cognitive psychology of lottery gambling: A theoretical review.”

**Journal of Gambling Studies**, 14 (2), 111–134.

Rogers, Paul, & Paul Webley. (2001). “It could be us!”: Cognitive and social psychological factors in U.K. national lottery play.” **Applied Psychology: An International Review** 50: 181–199.

Wallendorf, Melanie & Eric J. Arnould. (1991). “We gather together: Consumption rituals of Thanksgiving Day.” **Journal of Consumer Research** 18(1): 13–31.

Welte, John W., Grace M. Barnes, William F. Wiezorek, Malie-Cecile Tidwell & John Parker. (2002). “Gambling participation in the U.S. – Results from a national survey” **Journal of Gambling Studies**. 18: 313–337.