

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ความเป็นมาของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม

สิ่งที่มีบทบาทควบคู่กับการส่งจดหมายทางไปรษณีย์ คือ ตราไปรษณียากร หรือที่เรียกกันง่าย ๆ ว่า “แสตมป์” ซึ่งมาจากคำในภาษาอังกฤษที่ว่า POSTAGE STAMP ตราไปรษณียากรถือเป็นสิ่งที่มีค่าที่ชำระค่าฝากส่งทางไปรษณีย์ โดยการนำมาผนึกลงบนซองจดหมายแล้วมีตราที่ทำกรไปรษณีย์ประทับเพื่อให้ทราบว่าเป็นไปรษณีย์ที่ใด วันที่เดือนปีใด เวลาใด และการประทับตราที่ทำกรไปรษณีย์จะต้องประทับบนตราไปรษณียากรให้คาบติดกับกระดาษของจดหมาย ทั้งนี้เพื่อว่าตราไปรษณียากรเกิดหลุดหายไปจากซองจะได้ทราบว่าชำระค่าตราไปรษณียากรหรือไม่ โดยมีตราที่ทำกรไปรษณีย์ประทับอยู่ การสะสมตราไปรษณียากรในประเทศไทย ได้เกิดขึ้นมาพร้อมกับตราไปรษณียากรชุดแรกของประเทศไทย (ชุดโสฬศ) โดยชาวต่างประเทศที่เข้ามารับราชการและติดต่อค้าขายเป็นผู้ริเริ่มสะสมก่อน ภายหลังจึงมีการสะสมกันในหมู่ชาวไทยเพราะว่าตราไปรษณียากรเป็นสิ่งที่หายาก ราคาไม่แพง มีความสวยงามแตกต่างกันออกไป จึงทำให้ผู้พบเห็นเกิดความเพลิดเพลิน เบิกบานใจและได้รับความรู้หากค้นคว้าถึงที่มาของภาพที่ปรากฏอยู่บนดวง (การสื่อสารแห่งประเทศไทย, 2544) เรื่องราวของตราไปรษณียากรไทย (ซึ่งต่อไปนี้จะใช้คำว่า “แสตมป์” แทน) มีความเป็นมาดังนี้ (การสื่อสารแห่งประเทศไทย, 2533)

1. ก่อนปี พ.ศ. 2426 ที่จะมีบริการไปรษณีย์อย่างเป็นทางการ

กิจการไปรษณีย์ไทยได้รับการสถาปนาอย่างเป็นทางการในวันที่ 4 สิงหาคม พ.ศ. 2426 ซึ่งตรงกับรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ก่อนจะถึงเวลาดังกล่าว บรรดาชาวต่างประเทศที่เข้ามาค้าขายในเมืองบางกอกและต้องการจะส่งข่าวสารไปยังต่างประเทศต้องใช้บริการไปรษณีย์ของประเทศอังกฤษ ณ สถานกงสุลอังกฤษ ซึ่งตั้งอยู่ริมท่าหน้า (ในบริเวณที่ทำกรไปรษณีย์บางรัก กรุงเทพฯ ในปัจจุบัน) โดยเจ้าหน้าที่กงสุลจะรับฝากจดหมายเอาไว้แล้วปิดแสตมป์ของสตรีท เซนต์เดวิด (ประเทศมาเลเซียปัจจุบัน) ซึ่งประทับด้วยอักษร “B” บนดวงหมายถึงจดหมายรับฝากที่กรุงเทพฯ (B - BANGKOK) แล้วนำไปประทับตราประจำวันที่ทำกรไปรษณีย์สิงคโปร์แล้วส่งออกไปยังต่างประเทศต่อไป ต่อมาเมื่อเริ่มมีบริการไปรษณีย์สยามเป็นทางการ (เดิมประเทศไทยเรียกว่า “สยาม”) การรับฝากส่งจดหมายของกงสุลอังกฤษก็ยุติลง

ในระยะเดียวกันกับที่กงสุลอังกฤษริเริ่มการไปรษณีย์กับต่างประเทศนั้น สมเด็จพระเจ้า

นอญยาเธอเจ้าฟ้าภาณุรังษีสว่างวงศ์ ฯ กับเจ้านายกลุ่มหนึ่งได้ร่วมกันออกหนังสือพิมพ์รายวัน “ข่าวราชการ” (COURT) ซึ่งมีผู้สนใจมากและทำให้เกิดความจำเป็นที่จะต้องมีการไปรษณีย์ ดังนั้นจึงโปรดให้มี “โปสต์แมน” คือนุรุษเดินหนังสือข่าวราชการแก่สมาชิก และโปรดให้ใช้ตัวแสดมปีเป็นครั้งแรก เป็นค่าเดินหนังสือ ต่อมาได้ขยายไปถึงการเดินทางจดหมายแก่สมาชิกด้วย ในปี 2423 เจ้าหมื่นเสมอใจราช ได้กราบทูลให้พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าให้ตั้งกรมไปรษณีย์ขึ้น และโปรดเกล้าฯ ให้สมเด็จพระเจ้าน้องยาเธอเจ้าฟ้าภาณุรังษีสว่างวงศ์ฯ ทรงเตรียมการจัดตั้งการไปรษณีย์ขึ้นตามแบบอย่างในประเทศต่างประเทศตั้งแต่ปี 2423 เป็นต้นมา และวันที่ 4 สิงหาคม 2426 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าให้ตั้งกรมไปรษณีย์ขึ้น โดยมีสำนักงานอยู่ที่ตึกใหญ่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาเหนือปากคลองโอ่งอ่าง

2. แสดมปีไทยในสมัยรัชกาลที่ 5

2.1 แสดมปีชุดแรกของไทย เรียกกันว่า “ชุดโสฬศ” ออกจำหน่ายวันที่ 4 สิงหาคม 2426 ประกอบด้วยราคา 1 โสฬศ 1 อัฐ 1 เสี้ยว ซีกหนึ่ง สลึงหนึ่ง ลักษณะทั่วไปของแสดมปีคือไม่มีชื่อประเทศบนดวง ใช้ตัวเลขตัวหนังสือแบบไทยล้วนเป็นแสดมปีที่ใช้เฉพาะภายในประเทศ ยังไม่สามารถติดจดหมายส่งไปยังต่างประเทศได้

2.2 การออกแบบแสดมปี เป็นช่างชาวอังกฤษชื่อ วิลเลียม ริจจ์เวย์ (WILLIAM RIDGEWAY) และโรงพิมพ์วอเตอร์โลว์ แอนด์ ซันส์ จำกัด ประเทศอังกฤษ เป็นผู้ดำเนินการจัดพิมพ์ ชนิดราคาละ 500,000 ดวง

2.3 แสดมปีชุดต่อ ๆ ที่จัดพิมพ์ใช้งาน คือ ชุดพระบรมฉายาลักษณ์รัชกาลที่ 5 ชุดฤชากร ชุดวัดแจ้ง ชุดบรมรูปทรงม้า ชุดครุฑพาหุ

2.4 เมื่อประเทศไทยได้สมัครเข้าเป็นสมาชิกสหภาพสากลไปรษณีย์ เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2428 ในเรื่องแสดมปีจึงต้องปฏิบัติตามข้อบังคับของสหภาพฯ กล่าวคือจะต้องเพิ่มชื่อประเทศ หน่วยเงินตราเป็นภาษาอังกฤษ/ฝรั่งเศส เมื่อจดหมายส่งไปยังต่างประเทศ จะได้ทราบว่า เป็นแสดมปีมาจากเมืองใด ประเทศใด

2.5 ในปี พ.ศ. 2452 รัชกาลที่ 5 โปรดเกล้าฯ ให้ใช้มาตรฐานเหรียญสตางค์ 100 สตางค์ เป็น 1 บาท ยังผลให้แสดมปี ชุดครุฑพาหุ อันเป็นชุดสุดท้ายของรัชกาลที่ 5 ต้องพิมพ์ราคาออกเป็นสตางค์

3. ตราไปรษณียากรในสมัยรัชกาลที่ 6

3.1 ชุดแรกสมัยรัชกาลที่ 6 เรียกว่าชุด “เวียนนา” เพราะจัดพิมพ์ขึ้นที่โรงพิมพ์อิมพีเรียลรอยแอสคอร์ต แอนด์ เซตท ตราเวียนนา ประเทศออสเตรีย การจัดพิมพ์ครั้งนี้เนื่องจาก

วันที่ 1 เมษายน 2455 มีพระบรมราชโองการเปลี่ยนชื่อกระทรวงโยธาธิการเป็นกระทรวงคมนาคม ให้บังคับบัญชากรมไปรษณีย์โทรเลข และให้นำเสตมป์ออกจำหน่ายตั้งแต่วันที่ 15 ตุลาคม 2455 เป็นต้นไป ผู้ออกแบบคือชินฉูร์ ทามาโง

3.2 เสตมป์ชุดต่อ ๆ มา ประกอบด้วยชุดลอนดอน จัดพิมพ์ขึ้นใช้งานเพราะมีการลดอัตราค่าไปรษณียากรภายในประเทศ ประกอบกับเสตมป์คงคลังมีน้อย ชุดปีกรุท เป็นเสตมป์ที่จัดพิมพ์ขึ้นใหม่ ชุดอากาศไปรษณีย์ จัดพิมพ์ขึ้นใช้งานในวาระโปรดเกล้าฯ ให้กระทรวงคมนาคมร่วมกับกระทรวงกลาโหมดำเนินการขนดูงไปรษณีย์ทางอากาศภายในประเทศ และชุดมังกิลลา จัดพิมพ์ขึ้นเพื่อระลึกถึงวันฉัตรมงคลครบรอบ 15 ปีของรัชกาลที่ 6 แต่เสตมป์ที่สั่งพิมพ์จากประเทศอังกฤษมาไม่ทัน และรัชกาลที่ 6 เสด็จสวรรคตก่อน ต่อมารัชกาลที่ 7 ทรงให้อภิรัฐมนตรีสภาพิจารณาและโปรดเกล้าฯ ให้จำหน่ายตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2468

4. เสตมป์ในสมัยรัชกาลที่ 7

4.1 ชุดแรกของรัชกาลที่ 7 เรียกว่าชุด “ประชาธิปไตย” จัดพิมพ์ที่โรงพิมพ์วอเตอร์โลว์ แอนด์ ซันส์ จำกัด ประเทศอังกฤษ ออกจำหน่ายในปี พ.ศ. 2471

4.2 เสตมป์ชุดที่ระลึกสมโภชพระนคร (กรุงเทพฯ) ครบ 150 ปี หรือชุดฉลองสะพานพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช จัดพิมพ์มาจากประเทศอังกฤษเวลานั้นอยู่ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 และประเทศไทยอยู่ในระยะเริ่มต้นการปกครองประชาธิปไตย เศรษฐกิจทั่วโลกตกต่ำกระทบกระเทือนยังประเทศไทยด้วย ดังนั้นเสตมป์จึงต้องจัดพิมพ์ขึ้นใช้เองภายในประเทศ โดยมอบหมายให้กรมแผนที่ทหารบกเป็นผู้ดำเนินการพิมพ์ชุดวันชาติ ภาพพระที่นั่งอนันตสมาคม และนำออกใช้ในวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2482 พอถึงวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2484 ทางกรมได้ประกาศยกเลิกการใช้เพราะมีการปลอมแปลงกันมาก เนื่องจากพิมพ์ด้วยกระดาษปอนด์ธรรมดา เสตมป์อีกชุดหนึ่งที่จัดพิมพ์ที่กรมแผนที่ทหารบก คือ ชุดพระที่นั่งจักรี และต่อมาทางการก็ประกาศยกเลิกการใช้เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2485 เพราะมีการปลอมแปลงกันมากเช่นกัน

5. เสตมป์ในสมัยรัชกาลที่ 8

5.1 ชุดแรกของรัชกาลที่ 8 รู้จักกันในนามว่าชุด “บางปะอิน” ประกอบด้วย 12 ดวงชุด เป็นภาพพระบรมฉายาลักษณ์รัชกาลที่ 8 การไถนาและพระราชวังบางปะอิน วัตถุประสงค์ของการออกเสตมป์ชุดนี้ เพื่อใช้ในวาระเปลี่ยนรัชกาล มีคณะกรรมการพิจารณาภาพประกอบด้วย หลวงโกวิทอภัยวงศ์ หลวงวิจิตรวาทการ และ ม.จ.สมัยเฉลิม กฤดากร จัดพิมพ์ที่ประเทศอังกฤษ

5.2 เสตมป์ชุดต่อมา เป็นชุดอากาศไปรษณีย์พระบรมฉายาลักษณ์รัชกาลที่ 8 ชุดอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ชุดอนุสาวรีย์ปราบกบฏ และชุด 4 รัฐ เสตมป์เหล่านี้จัดพิมพ์โดยกรมแผนที่ทหารบกทั้งหมด เพราะในช่วงดังกล่าวสงครามโลกครั้งที่ 2 ยังไม่ยุติ มีข้อควรจดจำกันไว้ใน

ประวัติศาสตร์แสดมปีไทยคือ ชุด 4 รัฐ ได้นำออกใช้ในช่วงปี พ.ศ. 2487 เพราะประเทศไทยได้รับดินแดน 4 รัฐมาเลเซียมาอยู่ในความครอบครองดูแล คือ รัฐไทรบุรี รัฐกลันตัน รัฐตรังกานู และรัฐปูลิส เมื่อตอนต้นสงครามในสงครามโลกครั้งที่ 2 ต่อมาเมื่อญี่ปุ่นแพ้สงครามไทยประกาศอยู่ข้างฝ่ายสัมพันธมิตร ดินแดน 4 รัฐได้คืนไปให้ประเทศอังกฤษตามเดิม ในช่วงปีกว่าที่ 4 รัฐเป็นของไทย ไทยได้นำแสดมปีชุด 4 รัฐไปใช้ในกิจการไปรษณีย์ แต่โดยเหตุที่ชาวเมืองใช้เงินสกุลเช่นต์ ดังนั้น แสดมปีไทยชุดนี้จึงต้องใช้หน่วยเป็นเช่นต์ด้วย

6. แสดมปีในรัชกาลที่ 9

6.1 ในช่วง ปี พ.ศ. 2490 – 2499 รัชกาลที่ 9 ขึ้นครองราชย์และมีพระราชพิธีบรมราชาภิเษกในวันที่ 5 พฤษภาคม 2490 ทางกรมไปรษณีย์โทรเลขได้จัดสร้างแสดมปีชุดรัชกาลที่ 9 สยาม ออกจำหน่ายในปี พ.ศ. 2490 – 2492 เป็นที่น่าสังเกตว่าชื่อประเทศไทยได้เปลี่ยนมาใช้ “สยาม” อีกครั้งหนึ่งบนแสดมปีชุดนี้ ในช่วงทศวรรษนี้ (2490 – 2499) มีแสดมปีชุดที่น่าสนใจควรจะทราบคือ ชุดพระราชพิธีบรมราชาภิเษก 2493 ชุด 60 ปีสถาปนาชาติไทย 2496 ชุดนครสวรรค์ 2498 ชุดท้าวสุรนารี 2498 และชุดดอนเจดีย์ 2499 เฉพาะชุดนครสวรรค์ ออกแบบโดยนายเกลา แสงชูโต จัดพิมพ์ที่ประเทศอังกฤษ ทางโรงพิมพ์ได้มีหนังสือชมเชยผู้ออกแบบว่า ออกแบบได้สวยงาม มีความหมายดียิ่ง มีการจัดมุมทุกส่วนของภาพแสดมปีเหมาะสม กลมกลืนดีหาที่ติมิได้

6.2 ในช่วงปี พ.ศ. 2500 – 2509 แสดมปีที่จัดสร้างในช่วงทศวรรษนี้มีมากมายหลายชุด เพราะเป็นช่วงเร่งรัดพัฒนากิจการไปรษณีย์โทรเลข ผู้บริหารได้เอาใจใส่กิจการส่งเสริมการสะสมแสดมปีเพื่อการสะสม โดยมีการจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมการสะสมตราไปรษณียากรขึ้นในปี พ.ศ. 2507 ประกอบกับได้มีการจัดงานสัปดาห์สากลแห่งการเขียนจดหมายขึ้นในปี พ.ศ. 2502 เป็นครั้งแรก ยังผลให้เกิดนักสะสมแสดมปีขึ้นตั้งแต่รุ่นเยาว์ อาวุโส แสดมปีชุดแรกที่นักสะสมตั้งกันไว้ว่าเป็นชุดที่ระลึกชุดแรกของไทยได้แก่ชุดที่ระลึก 25 ศตวรรษแห่งพระพุทธศาสนา ออกจำหน่ายวันที่ 10 พฤษภาคม 2500 เป็นภาพกว้างกับเสมาธรรมจักร ภาพพระหัตถ์พระพุทธเจ้ากับเสมาธรรมจักร และพระปฐมเจดีย์กับรัศมีของเสมาธรรมจักร แสดมปีชุดนี้เป็นแสดมปีชุดแรกที่พิมพ์ที่ประเทศญี่ปุ่น นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาแสดมปีไทยส่วนใหญ่จะพิมพ์มาจากประเทศญี่ปุ่น จนถึง พ.ศ. 2509 สาเหตุเนื่องมาจากในระยะเวลาที่นั้นอัตราค่าเงินเยนยังถูกเมื่อเปรียบเทียบกับเงินตราต่างประเทศสกุลอื่น แสดมปีชุดเด่นที่ควรทราบ คือ ชุดแข่งกีฬาแหลมทองครั้งที่ 1 พ.ศ. 2502 ชุดวันเด็ก 2504 ชุดครบ 80 ปีกรมไปรษณีย์โทรเลข 2506 ชุดเฉลิมพระชนมพรรษา 3 รอบ ชุดราชาภิเษกสมรสปีที่ 15 พ.ศ. 2508 ชุดครบ 80 ปีการเข้าเป็นภาคีของสหภาพสากลไปรษณีย์ และชุดกีฬาไทย พ.ศ. 2509

6.3 ในช่วงปี พ.ศ. 2510 – 2519 ในช่วงทศวรรษนี้มีการจัดสร้างแสดมปีไทยมาก ชูดยั้งขึ้น เพื่อเปิดตลาดให้กว้างขวางออกไป มีการออกแบบให้มีขนาดของดวงใหญ่กว่าเดิม แสดมปีชูดเด่น ๆ ที่ควรทราบ คือ ชูดปลาไทยชูด 1 พ.ศ. 2510 ชูดนกไทย พ.ศ. 2510 ชูดกล้วยไม้ ไทย 2510 ชูดสถาปัตยกรรมไทย พ.ศ. 2510 ชูดเฉลิมพระชนมพรรษาครบ 3 รอบ สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ พ.ศ. 2511 ชูดการพ่อนรำไทย พ.ศ. 2512 ชูดพิธีไทย พ.ศ. 2512 ชูดหนังใหญ่ พ.ศ. 2512 ชูดเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 6 ชูดที่ 1 พ.ศ. 2513 ชูดวีรกรรมไทย พ.ศ. 2513 ชูดปุษนียสถาน พ.ศ. 2514 ชูดองค์การพุทธศาสนิกสัมพันธ์แห่งโลก พ.ศ. 2514 ชูดชีวิตในชนบท พ.ศ. 2514 ชูดอัญมณี พ.ศ. 2515 ชูดผลไม้ไทย พ.ศ. 2515 ชูดหัตถกรรมไทย พ.ศ. 2516 ชูดป่าสงวน ชูดที่ 1 พ.ศ. 2516 ชูดครบรอบ 100 ปีพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2518 ชูดเรือพระราชพิธี พ.ศ. 2518 ชูดกีฬาแหลมทอง ครั้งที่ 8 ชูดที่ 2 พ.ศ. 2518 ชูดภาชนะลายเขียนสีบ้านเชียง พ.ศ. 2519 ชูดบุรุษไปรษณีย์ พ.ศ. 2519 และชูดพระที่นั่ง พ.ศ. 2519

6.4 ช่วงปี พ.ศ. 2520 – 2529 แสดมปีในระยะนี้จัดพิมพ์ออกจำหน่ายปีละ 12 – 15 ชูด ออกแบบครอบคลุมสังคมและชีวิตของคนไทยหลาย ๆ ด้าน เช่น การละเล่นของไทย นิทานไทยโบราณ ความร่วมมือระหว่างประเทศ (ประชุมโลก) เชื้อน ปลา นก สัตว์ แมลง สถานที่สำคัญ งานแสดงตราไปรษณียากรแห่งชาติ ผลงานการวาดภาพของเด็ก ๆ เครื่องราชอิสริยาภรณ์ เฉลิมพระชนมพรรษา 4 รอบ เครื่องเบญจรงค์ สมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี คนตรีไทยชูด 2 ฉลอง 700 ปีลายสือไทย โครงการพระราชดำริ ครบ 25 ปีการบินไทย กีฬาซีเกมส์ครั้งที่ 13 ครบ 75 ปีกิจการลูกสือไทย ฯลฯ ชูดเด่นในช่วงนี้ได้แก่ แสดมปีชูดเบญจรงค์ พ.ศ. 2523 ชูดสมโภชรัตนโกสินทร์ 200 ปี พ.ศ. 2525 ชูดคนตรีไทยชูด 2 พ.ศ. 2525 และชูดโครงการพระราชดำริ พ.ศ. 2527

6.5 ในช่วง ปี 2530 - 2539 แสดมปีไทยเป็นที่นิยมกันทั่วไปในประเทศไทยโดยเฉพาะเยาวชนได้ให้ความสนใจเป็นพิเศษเมื่อมีสแสดมปีชูดใหม่ออกจำหน่ายก็มาซื้อเป็นประจำ ฉลนเตอร์ที่ทำการไปรษณีย์โทรเลข นอกจากนี้ยังสั่งซื้อโดยการเปิดบัญชีเงินฝากไว้กับแผนกส่งเสริมการสะสมตราไปรษณียากร กองตราไปรษณียากร การสื่อสารแห่งประเทศไทย เพื่อจะได้รับแสดมปีไทยชูดใหม่โดยอัตโนมัติ แสดมปีชูดเด่น ๆ ได้แก่ แสดมปีทองคำดวงแรกของไทยในชูดมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 5 รอบ พ.ศ. 2530 ชูดรัชมังกลาภิเษกชูดที่ 1 – 3 พ.ศ. 2531 ชูดเครื่องราชอิสริยาภรณ์ชูดที่ 2 พ.ศ. 2531 ชูดงานสมโภชพุทธมณฑล พ.ศ. 2531 ชูดอนุรักษมรดกไทย 2532 ชูดปีศิลป์หัตถกรรมไทย พ.ศ. 2532 ชูดหอย ชูดที่ 2 พ.ศ. 2532 ชูดงานแสดงตราไปรษณียากร 2532 ชูดอนุรักษมรดกไทย 2533 ชูด 90 พรรษาสมเด็จพระบรมราชชนนี พ.ศ. 2533 ชูดรถไฟ พ.ศ. 2533 ชูดอนุรักษมรดกไทย 2534 ชูดภาพประดิษฐ์ดอกบัว พ.ศ. 2534 ชูดช้าง

พ.ศ. 2534 ชุดกล้วยไม้เอเชียแปซิฟิก ครั้งที่ 4 พ.ศ. 2535 ชุด 100 ปีกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พ.ศ. 2535 ชุดมหามงคเฉลิมพระชนมพรรษา 5 รอบ สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ชุดที่ 1-3 พ.ศ. 2535 ชุดงานแสดงตราไปรษณียากรโลก กรุงเทพฯ 2536 ชุดที่ 3 - 4 ชุดอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (เห็ดชุด 2) พ.ศ. 2536 ชุดอนุรักษ์มรดกไทย 2537 ชุดปูชุดที่ 2 พ.ศ. 2537 ชุดการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ครั้งที่ 18 ชุด 1 พ.ศ. 2537 ชุด 108 ปี กระทรวงกลาโหม พ.ศ. 2538 ชุด 20ปีความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน พ.ศ. 2538 ชุดการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ครั้งที่ 18 ชุด 2 พ.ศ. 2538 ชุดพระราชพิธีถวายพระเพลิงพระบรมศพ สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี พ.ศ. 2539 ชุดการประชุมเชิงปฏิบัติการนกเงือกเอเชีย นานาชาติ พ.ศ. 2538 ชุดงานสมโภชเชียงใหม่ 700 ปี พ.ศ. 2539 ชุดฉลองศิริราชสมบัติครบ 50 ปี ชุด 1 - 5 พ.ศ. 2539 และชุดเปิด พ.ศ. 2539

6.6 ในช่วงปี 2540 - ปัจจุบัน แสตมป์ไทยยังคงได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าประเทศไทยจะอยู่ระหว่างประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจก็ตาม การสั่งจองสั่งซื้อแสตมป์ สะสมกระทำได้สะดวก รวดเร็วขึ้น เพราะการสื่อสารแห่งประเทศไทย ได้ติดตั้งระบบเคาน์เตอร์อัตโนมัติให้แก่ที่ทำการไปรษณีย์ครบทุกแห่งในปี 2544 แสตมป์ชุดเด่น ๆ ที่ควรทราบ ในปี 2540 ได้แก่ ชุด 100 ปีโรงเรียนมหาวิชิราวุธ ชุด 100ปีรถไฟไทย ชุดคนกล้า ชุดพระราชอัจฉริยภาพด้าน โทรคมนาคม ชุด 100 ปีความสัมพันธ์ไทย - รัสเซีย ชุดโดโนเสาร์ ชุด 100 ปีเสด็จฯ เยือนสวีท เซอร์แลนด์ และชุดไทย - สิงคโปร์ ในปี 2541 ได้แก่ ชุด 70 พรรษาพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 ชุดเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 13 ชุดที่ 1 - 2 ชุดสัตว์ป่าชุดที่ 6 ชุด 100 ปีรัชกาลที่ 5 เสด็จ ประพาสยุโรป ชุดปีทะเลสาบ 2541 ชุดตุ๊กตาดิน และชุดเครื่องราชอิสริยาภรณ์ (ชุด 3) ในปี 2542 ได้แก่ ข้าวไทย ชุดงานแสดงตราไปรษณียากรกรุงเทพ 2000 ชุด 1 - 2 ชุดมหามงคเฉลิม พระชนมพรรษา 6 รอบ ชุดที่ 1 - 4 ในปี 2543 ได้แก่ ชุดผึ้ง ชุดฉลองพระชนมายุ 4 รอบสมเด็จพระ บรมโอรสาธิราชฯ สยามมกุฎราชกุมาร ชุด 100 ปีสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี และ ชุดเรือพระที่นั่งอนันตนาคราช ในปี 2544 ได้แก่ ชุดชีวิตใต้ทะเล ชุดยักษ์ ชุดงานแสดงตรา ไปรษณียากรแห่งชาติ 2544 ชุดผีเสื้อ และชุดเรือเอนกชาติภูขงค์ ในปี 2545 ได้แก่ ชุดดอก กุหลาบ ชุดอนุรักษ์มรดกไทย 2545 ชุดปลากัด ชุดวัด ชุดครบรอบ 100ปีธนบัตรไทย และชุด ความร่วมมือไทย - สวีเดน

ตั้งแต่ปี 2426 – 2545 ได้มีการจัดสร้างตราไปรษณียากรมาแล้ว ดังนี้

ปี	จำนวนชุดที่จัดสร้าง	หมายเหตุ
2426 - 2487	34	รัชกาลที่ 5 – รัชกาลที่ 8
2490 - 2499	13	รัชกาลที่ 9
2500 - 2509	45	
2510 - 2519	122	
2520 - 2529	154	
2530 - 2539	241	
2540 - 2545	146	

หมายเหตุ ปี 2540 จัดสร้างจำนวน 32 ชุด ปี 2541 จัดสร้างจำนวน 28 ชุด ปี 2542 จัดสร้างจำนวน 25 ชุด ปี 2543 จัดสร้างจำนวน 17 ชุด ปี 2544 จัดสร้างจำนวน 21 ชุด และปี 2545 จัดสร้างจำนวน 23 ชุด

ในการจัดสร้างตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมแต่ละปี กสท. จะต้องใช้เวลาในการเตรียมการและวางแผนล่วงหน้าประมาณ 2 ปี ก่อนดำเนินการจัดสร้างหรือผลิตในแต่ละชุดจะต้องประกาศให้ประชาชนทราบโดยทั่วกัน โดยทำเป็นประกาศกระทรวง ลูกค้ำหรือผู้สนใจสามารถหาซื้อได้ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ทั่วไป พิพิธภัณฑ์ตราไปรษณียากร หรือโดยการสมัครเป็นสมาชิกบัญชีเงินฝากเพื่อการสะสมตราไปรษณียากร หรือสั่งจอง สั่งซื้อทางไปรษณีย์ หรือสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต (Web Site : www.cat.or.th) และตามงานนิทรรศการต่าง ๆ ที่ กสท. จัดขึ้น

ในการศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ใช้ทฤษฎี แนวคิดส่วนประสมการตลาด การตลาดบริการ และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดและการตลาดบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) อธิบายว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4 P's) เป็นตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้สามารถใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายได้ ซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value)

ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้สามารถขายได้ การศึกษาครั้งนี้ ด้านผลิตภัณฑ์จะศึกษาเกี่ยวกับความหลากหลายของเนื้อหาเรื่องราวที่สร้างตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ความหลากหลายของ รูปร่างตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม เช่น สามเหลี่ยม วงกลม เป็นต้น ความหลากหลายของรูปแบบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม เช่น มิกลีน สามมิติ สติกเกอร์ เป็นต้น ความสวยงามของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม และรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม เช่น แผ่นอัลบั้มซีท

2. ราคา (Price) คือคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาจึงเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ถ้าคุณค่าผลิตภัณฑ์สูงกว่าราคา ลูกค้าก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึงคุณค่าซึ่งเป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการในรูปของเงินตรา นโยบายและกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการกำหนดราคาต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ (Perceived) ในสายตาของลูกค้าซึ่งจะต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์สูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น การศึกษาครั้งนี้ ด้านราคาจะศึกษาเกี่ยวกับราคาตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมที่ออกจำหน่ายต่อชุดต้องไม่แพง การสามารถชำระเงินค่าซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมได้ด้วยบัตรเครดิต การสามารถชำระเงินค่าซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมโดยวิธีการเก็บเงินทางพัสดุเก็บเงินปลายทาง และการส่งของ/สั่งซื้อ โดยให้มีการวางมัดจำและมีกำหนดเวลาการรับ

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ distribution) หมายถึงโครงสร้างของช่องทาง ประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาดซึ่งประกอบด้วยช่องทางการจัดจำหน่าย และการกระจายสินค้า การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ 3 ส่วนได้แก่ ลักษณะของบริการ ความจำเป็นในการใช้คนกลางและลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจบริการนั้น การศึกษาครั้งนี้ ด้านการจัดจำหน่ายจะศึกษาเกี่ยวกับด้านการจัดจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ณ ที่ทำการไปรษณีย์ การสั่งซื้อไปรษณีย์ การสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต การซื้อโดยสมัครเป็นสมาชิกบัญชีเงินฝากเพื่อการสะสม การจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า หรือร้านหนังสือ และการให้พนักงานนำไปเสนอขาย ณ ที่อยู่ หรือสถานที่ทำงานของลูกค้า

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non personal selling) เช่น การโฆษณา การขายโดยไม่ใช้พนักงาน การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

การศึกษาครั้งนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาดจะศึกษาเกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ การเผยแพร่แผ่นพับข่าวตราไปรษณียากร ไปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ จุลสาร “ข่าวในวงการตราไปรษณียากร” และวารสารตราไปรษณียากร การจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมนอกสถานที่จัดจำหน่าย เช่น การจัดนิทรรศการตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม การจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ณ จุดขาย เช่น มุมตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม การจัดตลาดนัดตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม และการแจกของที่ระลึกเมื่อซื้อครบวงเงินที่กำหนด

นอกจากนี้ยังได้อธิบายว่า การตลาดสำหรับด้านบริการ นอกจะใช้ส่วนประสมการตลาด เช่นเดียวกับสินค้าแล้วยังต้องอาศัยเครื่องมือเพิ่มอีก 3 ตัว ซึ่งประกอบด้วย

1. พนักงาน (People) พนักงานขายต้องมีความสามารถในการจูงใจ ในการแก้ไขปัญหา พนักงานขายต้องแต่งตัวเหมาะสม บุคลิกภาพ การพูดจา และมีอัธยาศัยเป็นที่ประทับใจ จะก่อให้เกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย การศึกษาครั้งนี้ ด้านพนักงานจะศึกษาเกี่ยวกับกิริยามารยาท การพูดจาสุภาพในขณะที่ให้บริการและเป็นกันเองกับลูกค้า บุคลิกภาพ การแต่งกายสะอาดเรียบร้อยของพนักงาน การอำนวยความสะดวกต่อการเลือกซื้อของลูกค้าและกระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้า ความชำนาญและรวดเร็วในการให้บริการ ตลอดจนการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ

2. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) เป็นการแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการ โดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ พยายามสร้างคุณภาพโดยรวม พัฒนารูปแบบการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นคุณค่าบริการที่ส่งมอบ การศึกษาครั้งนี้ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพจะศึกษาเกี่ยวกับด้านสถานที่ ซึ่งได้แก่ ความสะอาดของสถานที่จัดจำหน่าย สถานที่จัดจำหน่ายมีที่นั่งเพียงพอ การตกแต่งสถานที่จัดจำหน่ายให้สวยงามและเป็นระเบียบเรียบร้อย ความสะดวกและเพียงพอของสถานที่จอดรถ ตลอดจนทำเลที่ตั้งของสถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการพบเห็นได้ง่าย มีป้ายบอกชัดเจน

3. กระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบ วิธีการและงานที่ปฏิบัติในด้านบริการ เป็นการอาศัยกระบวนการบางอย่างเพื่อจัดส่งมอบบริการที่มีคุณภาพให้กับลูกค้าได้ถูกต้อง รวดเร็ว และประทับใจลูกค้า การศึกษาครั้งนี้ ด้านกระบวนการจะศึกษาเกี่ยวกับขั้นตอนการสมัครเป็นสมาชิก/เพิ่มเงินในบัญชีเงินฝากเพื่อการสะสม ความรวดเร็วในการรับสั่งจอง/สั่งซื้อ และความรวดเร็วในการจัดส่งตราไปรษณียากรสะสมทางไปรษณีย์ ความรวดเร็วในการแจ้งและส่งข่าวสารเกี่ยวกับตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ตลอดจนขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องก่อนส่งมอบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมให้กับลูกค้า

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่พบว่ามีผู้ทำการศึกษาและวิจัยไว้ ผู้ศึกษาจึงได้ค้นหาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องใกล้เคียงกับเรื่องที่ศึกษา ดังนี้

กสท. (2544) ได้ทำการศึกษาสำรวจความคิดเห็นของลูกค้ายักษ์ใหญ่เกี่ยวกับตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ซึ่งผลการศึกษารูปได้ดังนี้

1. ความคิดเห็นที่มีต่อตัวสินค้า ส่วนใหญ่เห็นว่ารูปภาพที่พิมพ์บนตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมสวยงามอยู่แล้ว แต่ควรใช้วัสดุการพิมพ์ให้ดีกว่านี้
2. ความคิดเห็นที่มีต่อราคา ลูกค้าให้ความเห็นมากที่สุดคือ ราคาตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมต่อชุดแพงเกินไป
3. ความคิดเห็นที่มีต่อช่องทางจำหน่าย ที่ทำการไปรษณีย์มีตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมจำหน่ายน้อย เป็นประเด็นความคิดเห็นที่ได้รับความสนใจมากที่สุด
4. ความคิดเห็นที่มีต่อการส่งเสริมการจำหน่าย การส่งเสริมการจำหน่ายที่ลูกค้าตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมให้ความคิดเห็นมากที่สุด คือ การได้รับข่าวสารล่าช้า

จากบทความว่าไรตี้แสดมปี ในหนังสือที่ระลึกงานแสดงตราไปรษณียากรแห่งชาติ ครั้งที่ 12 พ.ศ. 2540 ได้นำเสนอความคิดเห็นของนักสะสมตราไปรษณียากร สรุปได้ว่า ราคาตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมที่ออกจำหน่ายตามราคาดวงของ กสท. ปัจจุบันราคาสูง เด็กรุ่นหลัง ๆ จะไม่มีโอกาสซื้อได้ การผลิตตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมควรให้น้อยชุดกว่าปี 2539 จำนวนประมาณ 20 – 30 ดวงต่อแผ่นและเป็นชุดรวม สิ่งสะสมควรมีขนาดมาตรฐานเดียวกัน ส่งเสริมให้ที่ทำการไปรษณีย์ทุกแห่งจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมให้มากและมีมาตรฐานในการบริการจำหน่าย การจัดงานตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมต่าง ๆ ต้องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นและต่อเนื่อง ควรจัดส่งตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมให้กับผู้สั่งจองได้รับเร็วขึ้นและทันวันแรกจำหน่ายเพื่อสะดวกในการประทับตราประจำวันได้ทัน อีกทั้งต้องใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารการสะสมตราไปรษณียากรให้มากและรวดเร็ว ด้านการขายสมควรเปิดช่องจำหน่ายเฉพาะตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมในวันแรกจำหน่าย