

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษารั้งนี้ ผู้ศึกษาได้แบ่งการนำเสนอเป็น 5 ส่วนในรูปของตารางประกอบคำบรรยายตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน อายุที่เริ่มสะสมตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม แหล่งที่ทราบกำหนดวันที่ตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมแต่ละชุดที่ออกจำหน่าย วิธีในการเก็บสะสมตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม เนื้อหา/เรื่องที่น่าสนใจในตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของไทยที่ออกจำหน่าย เวลาที่ต้องการให้การสื่อสารแห่งประเทศไทยผลิตตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมออกจำหน่าย จำนวนชุดตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมที่ต้องการให้การสื่อสารแห่งประเทศไทยผลิตออกจำหน่ายต่อปี ราคาตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมที่ต้องการให้การสื่อสารแห่งประเทศไทยกำหนดราคาจำหน่ายต่อชุด ตารางที่ 1 ถึง ตารางที่ 12

ส่วนที่ 2 แสดงพฤติกรรมการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ วัตถุประสงค์การสะสมตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดในการเริ่มสะสมตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมเป็นครั้งแรก เวลาที่จะซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมที่ออกจำหน่าย สถานที่ที่ซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม การซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมในแต่ละชุด สิ่งสะสมที่ซื้อเพิ่มนอกจากการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม จำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมในแต่ละครั้ง ตารางที่ 13 ถึง ตารางที่ 19

ส่วนที่ 3 แสดงปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย

ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความหลากหลายของเนื้อหา/เรื่องราวที่สร้าง รูปร่าง รูปแบบของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ความสวยงาม และรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม

ด้านราคา ได้แก่ ราคาที่ออกจำหน่ายต่อชุดต้องไม่แพง สามารถชำระเงินค่าซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมได้ด้วยบัตรเครดิต สามารถชำระเงินค่าซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมโดยวิธีการเก็บเงินทางพัสดุเก็บเงินปลายทาง การสั่งจอง/สั่งซื้อโดยให้มีการวางเงินมัดจำ และมีกำหนดเวลาการรับ

ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ การจัดจำหน่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์ การสั่งซื้อทางไปรษณีย์ การสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต การซื้อโดยสมัครเป็นสมาชิกบัญชีเงินฝากเพื่อการสะสม การจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า หรือร้านหนังสือ พนักงานนำไปเสนอขาย ณ ที่อยู่ หรือสถานที่ทำงานของลูกค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ การเผยแพร่แผ่นพับข่าวตราไปรษณียากร ไปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ จุลสาร “ข่าวในวงการตราไปรษณียากร” และวารสารตราไปรษณียากร การจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมนอกสถานที่จำหน่าย การจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ณ จุดขาย การจัดตลาดนัดตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม และการแจกของที่ระลึกเมื่อซื้อครบวงเงินที่กำหนด

ด้านพนักงาน ได้แก่ กิริยามารยาท การพูดจาสุภาพในขณะที่ให้บริการและเป็นกันเองกับลูกค้า บุคลิกภาพและการแต่งกายสะอาดเรียบร้อยของพนักงาน การอำนวยความสะดวกต่อการเลือกซื้อของลูกค้าและกระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้า ความชำนาญและรวดเร็วในการให้บริการ การให้ข้อมูลตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมแก่ลูกค้าเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพด้านสถานที่ ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่จัดจำหน่าย สถานที่จัดจำหน่ายมีที่นั่งเพียงพอ การตกแต่งสถานที่จัดจำหน่ายให้สวยงามและเป็นระเบียบเรียบร้อย ความสะดวกและเพียงพอของสถานที่จอดรถ ท่าเลที่ตั้งของสถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการพบเห็นได้ง่าย มีป้ายบอกชัดเจน

ด้านกระบวนการ ได้แก่ ขั้นตอนการสมัครเป็นสมาชิก/เพิ่มเงินในบัญชีเงินฝากเพื่อการสะสม ความรวดเร็วในการรับสั่งจอง/สั่งซื้อ ความรวดเร็วในการจัดส่งตราไปรษณียากรเพื่อสะสมทางไปรษณีย์ ความรวดเร็วในการแจ้งและส่งข่าวสาร ขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องก่อนส่งมอบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมให้กับลูกค้า

ตารางที่ 20 ถึง ตารางที่ 26

ส่วนที่ 4 แสดงปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม ตารางที่ 27 ถึง ตารางที่ 33

ส่วนที่ 5 แสดงปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม ตารางที่ 34 ถึง ตารางที่ 40

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	93	49.7
หญิง	94	50.3
รวม	187	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 49.7 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.3

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	18	9.6
20 - 29 ปี	58	31.0
30 - 39 ปี	53	28.3
40 - 49 ปี	35	18.7
ตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป	23	12.3
รวม	187	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมาคืออายุระหว่าง 30 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.3 และอายุระหว่าง 40 – 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า ม.6	13	7.0
ม.6/ปวช. หรือเทียบเท่า	25	13.4
ปวส./อนุปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	27	14.4
ปริญญาตรี	99	52.9
สูงกว่าปริญญาตรี	23	12.3
รวม	187	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.9 รองลงมาเป็นการศึกษาระดับปวส./อนุปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 14.4 และระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6/ปวช. หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 13.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	50	26.7
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทห้างร้านเอกชน	48	25.7
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	50	26.7
นักเรียน นักศึกษา	30	16.0
อื่น ๆ	9	4.8
รวม	187	100.0

หมายเหตุ อาชีพอื่น ๆ หมายถึง

- เกษตรกร 1 ราย
- มัคคุเทศก์ 1 ราย
- ข้าราชการบำนาญ 3 ราย
- ครูอาจารย์ 2 ราย
- แม่บ้าน 2 ราย

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจและธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 26.7 เท่ากัน รองลงมาเป็นพนักงาน ลูกจ้างบริษัทห้างร้านเอกชน คิดเป็นร้อยละ 25.7

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้สุทธิต่อเฉลี่ยเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	74	39.6
10,000 – 19,999 บาท	49	26.2
20,000 – 29,999 บาท	27	14.4
ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป	37	19.8
รวม	187	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.6 รองลงมา มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 19,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.2 และตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 19.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุที่เริ่มสะสมตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม

อายุที่เริ่มสะสมตราไปรษณียากรสะสม	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 12 ปี	42	22.5
12 – 20 ปี	72	38.5
21 – 29 ปี	48	25.7
ตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป	25	13.4
รวม	187	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เริ่มสะสมตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมอายุระหว่าง 12 – 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมา เริ่มสะสมตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมระหว่างอายุ 21 – 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.7 และต่ำกว่า 12 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ทราบกำหนดวันที่ตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมแต่ละชุดที่ออกจำหน่าย

แหล่งที่ทราบกำหนดวันที่ตราไปรษณียากร เพื่อการสะสมแต่ละชุดที่ออกจำหน่าย	จำนวน (n = 187)	ร้อยละ
จุดสาร “ข่าวในวงการตราไปรษณียากร”	51	27.3
การแจ้งข่าวทางไปรษณีย์	47	25.1
วารสารตราไปรษณียากร	59	31.6
บุคคลในครอบครัว/เพื่อน	42	22.5
แผ่นพับข่าวตราไปรษณียากร/โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ ในสถานที่จำหน่าย	111	59.4
เจ้าหน้าที่จำหน่ายแนะนำ	68	36.4
อื่น ๆ	2	1.1

หมายเหตุ 1. เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. แหล่งอื่น ๆ ที่ทราบกำหนดวันที่ตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมแต่ละชุดที่ออกจำหน่าย

- Web site 1 ราย
- วิทยุ 1 ราย

จากตารางที่ 7 พบว่าแหล่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามทราบกำหนดวันที่ตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมแต่ละชุดที่ออกจำหน่ายส่วนใหญ่คือ แผ่นพับข่าวตราไปรษณียากร/โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ในสถานที่จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 59.4 รองลงมาเป็นแหล่งที่มาจากเจ้าหน้าที่จำหน่ายแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 36.4 และวารสารตราไปรษณียากร คิดเป็นร้อยละ 31.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีในการเก็บสะสมตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม

วิธีในการเก็บสะสมตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม	จำนวน	ร้อยละ
เก็บสะสมเฉพาะตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของไทย	105	56.1
เก็บสะสมเฉพาะตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของต่างประเทศ	-	-
เก็บสะสมทั้งตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของไทยและต่างประเทศ	82	43.9
อื่นๆ	-	-
รวม	187	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าวิธีในการเก็บสะสมตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ เก็บสะสมเฉพาะตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของไทย คิดเป็นร้อยละ 56.1 รองลงมาเก็บสะสมทั้งตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของไทยและต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 43.9

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเนื้อหา/เรื่องที่น่าสนใจในตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของไทยที่ออกจำหน่าย

เนื้อหา/เรื่องที่น่าสนใจในตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของไทยที่ออกจำหน่าย	จำนวน (n = 187)	ร้อยละ
พระมหากษัตริย์ไทยและพระราชวงศ์	138	73.8
ศาสนา	98	52.4
ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีไทย	131	70.1
แหล่งท่องเที่ยว/สถานที่สำคัญ	133	71.1
ธรรมชาติ	120	64.2
ดอกไม้/พืช ผัก ผลไม้	126	67.4
กีฬา	74	39.6
สัตว์	120	64.2
อื่น ๆ	13	7.0

หมายเหตุ 1. เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. เนื้อหา/เรื่องอื่น ๆ ที่สนใจในตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของไทยที่ออกจำหน่าย

- เรือพระที่นั่ง 2 ราย
- รูป 12 ราศีและเทวดาองค์ต่าง ๆ 2 ราย
- วันสำคัญต่าง ๆ 3 ราย
- การประชุมที่สำคัญ ๆ ที่จัดในประเทศไทย 1 ราย
- เครื่องดนตรี 2 ราย
- โบราณวัตถุ 2 ราย
- เครื่องใช้และอาหารไทยดั้งเดิม 1 ราย

จากตารางที่ 9 พบว่าเนื้อหา/เรื่องที่น่าสนใจในตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของไทยที่ออกจำหน่ายส่วนใหญ่ คือ พระมหากษัตริย์ไทยและพระราชวงศ์ คิดเป็นร้อยละ 73.8 รองลงมาเป็นเนื้อหา/เรื่องเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว/สถานที่สำคัญ คิดเป็นร้อยละ 71.1 และศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีไทย คิดเป็นร้อยละ 70.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเวลาที่ต้องการให้การสื่อสารแห่งประเทศไทยผลิตตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมออกจำหน่าย

เวลาที่ต้องการให้การสื่อสารแห่งประเทศไทยผลิตตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมออกจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ทุกเดือน	106	56.7
ทุก 2 เดือน	39	20.9
ทุก 3 เดือน	40	21.4
อื่น ๆ	2	1.1
รวม	187	100.0

หมายเหตุ เวลาอื่น ๆ ที่ต้องการให้การสื่อสารแห่งประเทศไทยผลิตตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมออกจำหน่าย

- ทุก 15 วัน 1 ราย
- ปีละครั้ง 1 ราย

จากตารางที่ 10 พบว่าเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้การสื่อสารแห่งประเทศไทยผลิตตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมออกจำหน่ายส่วนใหญ่คือ ต้องการให้การสื่อสารแห่งประเทศไทยผลิตตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมออกจำหน่ายทุกเดือน คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาต้องการให้ผลิตตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมออกจำหน่ายทุก 3 เดือน คิดเป็นร้อยละ 21.4 และผลิตตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมออกจำหน่ายทุก 2 เดือน คิดเป็นร้อยละ 20.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนชุดตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมที่ต้องการให้การสื่อสารแห่งประเทศไทยผลิตออกจำหน่ายต่อปี

จำนวนชุดตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมที่ต้องการให้การสื่อสารแห่งประเทศไทย ผลิตออกจำหน่ายต่อปี	จำนวน	ร้อยละ
12 ชุดต่อปี	99	52.9
13 – 18 ชุดต่อปี	46	24.6
19 – 24 ชุดต่อปี	34	18.2
อื่น ๆ	8	4.3
รวม	187	100.0

หมายเหตุ จำนวนชุดตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมที่ต้องการให้การสื่อสารแห่งประเทศไทยผลิตออกจำหน่ายต่อปีอื่น ๆ

- ไม่เกิน 10 ชุดต่อปี 5 ราย
- 12 - 15 ชุดต่อปี 1 ราย
- ไม่เกิน 24 ชุดต่อปี 1 ราย
- 36 ชุดต่อปี 1 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการให้การสื่อสารแห่งประเทศไทยผลิตตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมออกจำหน่าย 12 ชุดต่อปี คิดเป็นร้อยละ 52.9 รองลงมาต้องการให้ผลิตตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมออกจำหน่ายระหว่าง 13 – 18 ชุดต่อปี คิดเป็นร้อยละ 24.6 และระหว่าง 19 – 24 ชุดต่อปี คิดเป็นร้อยละ 18.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามราคาตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมที่ต้องการให้การสื่อสารแห่งประเทศไทยกำหนดราคาจำหน่ายต่อชุด

ราคาตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมที่ต้องการให้การสื่อสารแห่งประเทศไทยกำหนดจำหน่ายต่อชุด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 12 บาทต่อชุด	58	31.0
13 – 25 บาทต่อชุด	114	61.0
26 – 40 บาทต่อชุด	13	7.0
อื่น ๆ	2	1.1
รวม	187	100

หมายเหตุ ราคาตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมที่ต้องการให้การสื่อสารแห่งประเทศไทยกำหนดจำหน่าย ต่อชุดอื่น ๆ

- ไม่เกิน 20 บาทต่อชุด 2 ราย

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการให้การสื่อสารแห่งประเทศไทยกำหนดราคาจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมระหว่าง 13 – 25 บาทต่อชุด คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมาต้องการให้การสื่อสารแห่งประเทศไทยกำหนดราคาจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมไม่เกิน 12 บาทต่อชุด คิดเป็นร้อยละ 31.0 และระหว่างราคา 26 – 40 บาทต่อชุด คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์การสะสมตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม

วัตถุประสงค์การสะสมตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม	จำนวน (n = 187)	ร้อยละ
สวยงาม/เก็บเป็นงานอดิเรก	174	93.0
เป็นการออมทรัพย์	36	19.3
เพื่อการประกวด	10	5.3
เพื่อการศึกษา	71	38.0
เป็นธุรกิจสร้างรายได้	13	7.0
อื่น ๆ	7	3.7

หมายเหตุ 1. เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. วัตถุประสงค์อื่น ๆ ของการสะสมตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม

- เป็นมรดก 3 ราย
- ตกแต่งร้าน 1 ราย
- อวดเพื่อน ๆ 1 ราย
- ให้ลูกบุตรสะสม 1 ราย
- ส่งให้เพื่อนต่างแดนเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมไทย 1 ราย

จากตารางที่ 13 พบว่าวัตถุประสงค์ในการสะสมตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ เพื่อสวยงาม/เก็บเป็นงานอดิเรก คิดเป็นร้อยละ 93.0 รองลงมาคือ วัตถุประสงค์ในการสะสมตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมเพื่อการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 38.04 และเพื่อการออมทรัพย์ คิดเป็นร้อยละ 19.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดในการเริ่มสะสมตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมเป็นครั้งแรก

บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดในการเริ่มสะสมตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมเป็นครั้งแรก	จำนวน	ร้อยละ
บุคคลในครอบครัว	71	37.9
เพื่อน/ผู้ร่วมงาน	72	38.5
ครู อาจารย์โรงเรียน/วิทยาลัย/มหาวิทยาลัยที่ศึกษา	19	10.2
ตนเอง	23	12.3
อื่น ๆ	2	1.1
รวม	187	100.0

หมายเหตุ บุคคลอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดในการ เริ่มสะสมตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมเป็นครั้งแรก

- พนักงานขายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมแนะนำ 2 ราย

จากตารางที่ 14 พบว่าบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดในการเริ่มสะสมตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมเป็นครั้งแรกของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ เพื่อน/ผู้ร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาได้แก่ บุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 37.9 และตนเอง คิดเป็นร้อยละ 12.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเวลาที่ซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมที่ออกจำหน่าย

เวลาที่ซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมที่ออกจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อในวันแรกที่ออกจำหน่าย	56	29.9
ซื้อในช่วงสัปดาห์แรกที่ออกจำหน่าย	77	41.2
ซื้อในช่วงสัปดาห์ที่ 2 ที่ออกจำหน่าย	18	9.6
ซื้อในช่วงสัปดาห์ที่ 3 ที่ออกจำหน่าย	6	3.2
ซื้อในช่วงสัปดาห์ที่ 4 ที่ออกจำหน่าย	5	2.7
อื่น ๆ	25	13.4
รวม	187	100.0

หมายเหตุ เวลาอื่น ๆ ที่จะซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมที่ออกจำหน่าย

- เมื่อมีเวลาว่าง 24 ราย
- เมื่อมีโอกาสซื้อ 1 ราย

จากตารางที่ 15 พบว่าเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมที่ออกจำหน่ายคือ ซื้อในช่วงสัปดาห์แรกที่ออกจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 41.2 รองลงมาจะซื้อในวันแรกที่ออกจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 29.9 และซื้อในเวลาอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 13.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม

สถานที่ที่ซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม	จำนวน (n = 187)	ร้อยละ
กองตราไปรษณียากร การสื่อสารแห่งประเทศไทย	44	23.5
ที่ทำการไปรษณีย์	150	80.2
ร้านเอกชน	19	10.2
พิพิธภัณฑ์ตราไปรษณียากรเชียงใหม่	85	45.5
อื่น ๆ	5	2.7

หมายเหตุ 1. เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. สถานที่อื่น ๆ ที่ซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม

- ตามสถานที่จัดงานต่าง ๆ ที่การสื่อสารแห่งประเทศไทยจัดขึ้น 4 ราย
- เพื่อนนำมาขายให้ 1 ราย

จากตารางที่ 16 พบว่าสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมคือ ซื้อจากที่ทำการไปรษณีย์ คิดเป็นร้อยละ 80.2 รองลงมาซื้อที่พิพิธภัณฑ์ตราไปรษณียากรเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 45.5 และกองตราไปรษณียากร การสื่อสารแห่งประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 23.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมในแต่ละชุด

การซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมในแต่ละชุด	จำนวน (n = 187)	ร้อยละ
ซื้อครั้งละ 1 ชุด	97	51.9
ซื้อเป็นบล็อก เช่น บล็อก 4 บล็อก 8 บล็อก 4 สี บล็อก 4 วันที่ เป็นต้น	73	39.0
ซื้อเป็นแถว เช่น 2 แถว บน 2 แถวล่าง เป็นต้น	36	19.2
ซื้อเต็มแผ่น	75	40.1
อื่นๆ	5	2.7

หมายเหตุ 1. เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. การซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมในแต่ละชุดอื่น ๆ

- ซื้อครั้งละ 2 ชุด 1 ราย
- ไม่แน่นอนแล้วแต่ความชอบในแต่ละชุด 2 ราย
- ซื้อครั้งละ 2-3 ชุด 1 ราย
- ซื้อเป็นเหมา (ซื้อเต็มแผ่นแบบละ 100 แผ่น) 1 ราย

จากตารางที่ 17 พบว่าการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมที่ออกจำหน่ายในแต่ละชุดของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อครั้งละ 1 ชุด คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาซื้อเต็มแผ่น คิดเป็นร้อยละ 40.1 และซื้อเป็นบล็อก คิดเป็นร้อยละ 39.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสิ่งสะสมที่ซื้อเพิ่มนอกจากการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม

สิ่งสะสมที่ซื้อเพิ่มนอกจากการซื้อ ตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม	จำนวน (n = 187)	ร้อยละ
แผ่นตราไปรษณียากรที่ระลึก หรือซีท (Souvenir Sheet)	115	61.5
ซองวันแรกจำหน่าย (First Day Cover)	47	25.1
ซองที่ระลึก (Commemorative Cover)	40	21.4
สมุดตราไปรษณียากรเล่มเล็ก (Booklet)	28	15.0
บัตรภาพตราไปรษณียากรแบบธรรมดา	28	15.0
บัตรภาพตราไปรษณียากรแบบสมบูรณ์ (Maximum Card)	23	12.3
บัตรตราไปรษณียากรที่ระลึก (Presentation Pack)	36	19.3
สมุดตราไปรษณียากรประจำปี (Annual Stamp Album)	51	27.3
ไม่ซื้อสิ่งสะสม	47	25.1
อื่น ๆ	-	-

หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 18 พบว่าสิ่งสะสมที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเพิ่มนอกจากการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมส่วนใหญ่คือ แผ่นตราไปรษณียากรที่ระลึก หรือซีท (Souvenir Sheet) คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาซื้อสมุดตราไปรษณียากรประจำปี (Annual Stamp Album) คิดเป็นร้อยละ 27.3 ซื้อซองวันแรกจำหน่าย (First Day Cover) และไม่ซื้อสิ่งสะสม คิดเป็นร้อยละ 25.1 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมในแต่ละครั้ง

จำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมในแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 25 บาทต่อครั้ง	18	9.6
26 - 100 บาทต่อครั้ง	80	42.8
101 - 200 บาทต่อครั้ง	50	26.7
อื่นๆ	39	20.9
รวม	187	100.0

หมายเหตุ จำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมในแต่ละครั้งอื่นๆ

- ระหว่าง 201 - 500 บาทต่อครั้ง 20 ราย
- ระหว่าง 1,000 - 2,000 บาทต่อครั้ง 10 ราย
- มากกว่า 5,000 บาทต่อครั้ง 1 ราย
- ไม่แน่นอนอยู่ที่ความสวยงาม และความชอบในแต่ละชุด 8 ราย

จากตารางที่ 19 พบว่าจำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมในแต่ละครั้งคือ จำนวนเงินที่ซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมโดยเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 26 - 100 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมาจำนวนเงินที่ซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมโดยเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 101 - 200 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.7 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 20.9 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ						รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี ความเห็น		
1. ความสวยงามของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม	88 (47.1)	75 (40.1)	21 (11.2)	3 (1.6)	-	-	187 (100.0)	4.33 มาก
2. ความหลากหลายของเนื้อหา/เรื่องราวที่สร้างตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม	81 (43.3)	66 (35.3)	35 (18.7)	2 (1.1)	2 (1.1)	1 (0.5)	187 (100.0)	4.17 มาก
3. ความหลากหลายด้านรูปแบบของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม เช่น มีกลิ่น สามมิติ สติกเกอร์	47 (25.1)	63 (33.7)	49 (26.2)	20 (10.7)	6 (3.2)	2 (1.1)	187 (100.0)	3.64 มาก
4. ความหลากหลายด้านรูปร่างของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม เช่น สามเหลี่ยม วงกลม	40 (21.4)	59 (31.6)	61 (32.6)	15 (8.0)	11 (5.9)	1 (0.5)	187 (100.0)	3.53 มาก
5. รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม เช่น แผ่นอัลบั้มซีดี	33 (17.6)	54 (28.9)	64 (34.2)	24 (12.8)	8 (4.3)	4 (2.1)	187 (100.0)	3.36 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม								3.81 มาก

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ปัจจัยย่อยมีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยย่อยด้านความสวยงามของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ด้านความหลากหลายของเนื้อหา/เรื่องราวที่สร้างตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ด้านความหลากหลายด้านรูปแบบ

ของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ด้านความหลากหลายด้านรูปร่างของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ						รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี ความเห็น		
1. ราคาที่ออกจำหน่ายต่อชุด ต้องไม่แพง	85 (45.5)	54 (28.9)	43 (23.0)	3 (1.6)	2 (1.1)	-	187 (100.0)	4.16 มาก
2. การสั่งจอง/สั่งซื้อโดยให้ มีการวางเงินมัดจำ และมีกำหนด เวลาการรับ	19 (10.2)	39 (20.9)	57 (30.5)	43 (23.0)	23 (12.3)	6 (3.2)	187 (100.0)	2.84 ปาน กลาง
3. สามารถชำระเงินค่าซื้อตรา ไปรษณียากรเพื่อการสะสมโดย วิธีการเก็บเงินทางพัสดุเก็บเงิน ปลายทาง	24 (12.8)	28 (15.0)	56 (29.9)	47 (25.1)	27 (14.4)	5 (2.7)	187 (100.0)	2.79 ปาน กลาง
4. สามารถชำระเงินค่าซื้อตรา ไปรษณียากรเพื่อการสะสมได้ ด้วยบัตรเครดิต	25 (13.4)	33 (17.6)	48 (25.7)	40 (21.4)	32 (17.1)	9 (4.8)	187 (100.0)	2.74 ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยรวม								3.13 ปาน กลาง

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านราคาปัจจัยย่อยมีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยย่อยด้านการสั่งจอง/สั่งซื้อแสดมปีโดยให้มีการวางเงินมัดจำและมีกำหนดเวลาการรับ ด้านการสามารถชำระเงินค่าซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมโดยวิธีการเก็บเงินทางพัสดุเก็บเงินปลายทาง ด้านการสามารถชำระเงินค่าซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมได้ด้วยบัตรเครดิต ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านราคาที่ต้องไม่แพง มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ						รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี ความเห็น		
1. การจัดจำหน่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์	95 (50.8)	70 (37.4)	15 (8.0)	7 (3.7)	-	-	187 (100.0)	4.35 มาก
2. การสั่งซื้อทางไปรษณีย์	40 (21.4)	52 (27.8)	58 (31.0)	21 (11.2)	15 (8.0)	1 (0.5)	187 (100.0)	3.42 ปานกลาง
3. การจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าหรือร้านหนังสือ	31 (16.6)	49 (26.2)	61 (32.6)	29 (15.5)	15 (8.0)	2 (1.1)	187 (100.0)	3.25 ปานกลาง
4. การซื้อโดยสมัครเป็นสมาชิกบัญชีเงินฝากเพื่อการสะสม	28 (15.0)	39 (20.9)	58 (31.0)	34 (18.2)	23 (12.3)	5 (2.7)	187 (100.0)	3.00 ปานกลาง
5. พนักงานนำไปเสนอขาย ณ ที่อยู่หรือสถานที่ทำงานของลูกค้า	29 (15.5)	30 (16.0)	54 (28.9)	33 (17.6)	35 (18.7)	6 (3.2)	187 (100.0)	2.82 ปานกลาง
6. การสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	15 (8.0)	38 (20.3)	53 (28.3)	34 (18.2)	34 (18.2)	13 (7.0)	187 (100.0)	2.61 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม								3.24 ปานกลาง

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายปัจจัยย่อยมีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยย่อยด้านการสั่งซื้อทางไปรษณีย์ ด้านการจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าหรือร้านหนังสือ ด้านการซื้อโดยสมัครเป็นสมาชิกบัญชีเงินฝากเพื่อการสะสม ด้านพนักงานนำไปเสนอขาย ณ ที่อยู่หรือสถานที่ทำงานของลูกค้า ด้านการสั่งซื้อทาง

อินเทอร์เน็ต ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านจัดจำหน่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์ มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ						รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี ความเห็น		
1. การเผยแพร่แผ่นพับข่าวตราไปรษณียากร ไปสเตอร์ประจำสัมพันธ์ จุดสาร “ข่าวในวง การตราไปรษณียากร” และวารสารตราไปรษณียากร	65 (34.8)	74 (39.6)	39 (20.9)	6 (3.2)	2 (1.1)	1 (0.5)	187 (100.0)	4.02 มาก
2. การแจกของที่ระลึก เมื่อซื้อครบวงเงินที่กำหนด	77 (41.2)	56 (29.9)	36 (19.3)	14 (7.5)	4 (2.1)	- -	187 (100.0)	4.01 มาก
3. การจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ณ จุดขาย เช่น มุมตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม	68 (36.4)	67 (35.8)	38 (20.3)	12 (6.4)	- -	2 (1.1)	187 (100.0)	3.99 มาก
4. การจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมนอกสถานที่จำหน่าย เช่น การจัดนิทรรศการตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม	67 (35.8)	65 (34.8)	39 (20.9)	14 (7.5)	2 (1.1)	- -	187 (100.0)	3.97 มาก
5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์	68 (36.4)	55 (29.4)	42 (22.5)	18 (9.6)	4 (2.1)	- -	187 (100.0)	3.88 มาก
6. การจัดตลาดนัดตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม	56 (29.9)	65 (34.8)	45 (24.1)	18 (9.6)	3 (1.6)	- -	187 (100.0)	3.82 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม								3.95 มาก

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดปัจจัยย่อยมีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยย่อยด้านการเผยแพร่แผ่นพับข่าวตราไปรษณียากร ไปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ จุลสาร “ข่าวในวงการตราไปรษณียากร” และวารสารตราไปรษณียากร ด้านการแจกของที่ระลึกเมื่อซื้อครบวงเงินที่กำหนด ด้านการจัดแสดงตราไปรษณียากร ณ จุดขาย ด้านการจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมนอกสถานที่จำหน่าย ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ ด้านการจัดตลาดนัดตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านพนักงานที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านพนักงาน	ระดับความสำคัญ						รวม	ค่าเฉลี่ย แปดผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี ความเห็น		
1. กิริยามารยาท การพูดจา สุภาพในขณะที่ให้บริการและ เป็นกันเองกับลูกค้า	91 (48.7)	74 (39.6)	18 (9.6)	2 (1.1)	1 (0.5)	1 (0.5)	187 (100.0)	4.33 มาก
2. การอำนวยความสะดวกต่อ การเลือกซื้อของลูกค้าและ กระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้า	92 (49.2)	69 (36.9)	23 (12.3)	2 (1.1)	1 (0.5)	-	187 (100.0)	4.33 มาก
3. การให้ข้อมูลตราไปรษณียากร เพื่อการสะสมแก่ลูกค้าเพื่อ ประกอบการตัดสินใจซื้อ	81 (43.3)	68 (36.4)	35 (18.7)	2 (1.1)	-	1 (0.5)	187 (100.0)	4.20 มาก
4. บุคลิกภาพและการแต่งกาย สะอาดเรียบร้อยของพนักงาน	74 (39.6)	78 (41.7)	32 (17.1)	2 (1.1)	1 (0.5)	-	187 (100.0)	4.19 มาก
5. ความชำนาญ และรวดเร็ว ในการให้บริการ	75 (40.1)	74 (39.6)	34 (18.2)	3 (1.6)	-	1 (0.5)	187 (100.0)	4.17 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม								4.24 มาก

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านพนักงานโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านพนักงานปัจจัยย่อยมีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยย่อยด้านกิริยามารยาท การพูดจาสุภาพในขณะที่ให้บริการและเป็นกันเองกับลูกค้า ด้านการอำนวยความสะดวกต่อการเลือกซื้อของลูกค้าและกระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้า ด้านการให้ข้อมูลตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมแก่ลูกค้าเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ ด้านบุคลิกภาพและการแต่งกายสะอาดเรียบร้อยของพนักงาน ด้านความชำนาญและรวดเร็วในการให้บริการ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพด้านสถานที่	ระดับความสำคัญ						รวม	ค่าเฉลี่ยแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีความเห็น		
1. ความสะอาดของสถานที่จัดจำหน่าย	79 (42.2)	79 (42.2)	24 (12.8)	5 (2.7)	- -	- -	187 (100.0)	4.24 มาก
2. ทำเลที่ตั้งของสถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการพบเห็นได้ง่าย มีป้ายบอกชัดเจน	71 (38.0)	80 (42.8)	29 (15.5)	6 (3.2)	1 (0.5)	- -	187 (100.0)	4.14 มาก
3. ความสะดวกและเพียงพอของสถานที่จอดรถ	65 (34.8)	73 (39.0)	38 (20.3)	9 (4.8)	2 (1.1)	- -	187 (100.0)	4.02 มาก
4. สถานที่จัดจำหน่ายมีที่นั่งเพียงพอ	55 (29.4)	84 (44.9)	38 (20.3)	9 (4.8)	1 (0.5)	- -	187 (100.0)	3.98 มาก
5. การตกแต่งสถานที่จัดจำหน่ายให้สวยงามและเป็นระเบียบเรียบร้อย	59 (31.6)	68 (36.4)	52 (27.8)	8 (4.3)	- -	- -	187 (100.0)	3.95 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม								4.07 มาก

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพด้านสถานที่โดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพด้านสถานที่ปัจจัยย่อยมีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยย่อยด้านความสะอาดของสถานที่จัดจำหน่าย ด้านทำเลที่ตั้งของสถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการพบเห็นได้ง่ายมีป้ายบอกชัดเจน ด้านความสะดวกและเพียงพอของสถานที่จอดรถ ด้านสถานที่จัดจำหน่ายมีที่นั่งเพียงพอ ด้านการตกแต่งสถานที่จัดจำหน่ายให้สวยงามและเป็นระเบียบเรียบร้อย

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ						รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี ความเห็น		
1. ขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องก่อนส่งมอบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมให้กับลูกค้า	72 (38.5)	56 (29.9)	42 (22.5)	14 (7.5)	3 (1.6)	- -	187 (100.0)	3.96 มาก
2. ความรวดเร็วในการแจ้งและส่งข่าวสาร	65 (34.8)	63 (33.7)	45 (24.1)	12 (6.4)	2 (1.1)	- -	187 (100.0)	3.95 มาก
3. ความรวดเร็วในการจัดส่งตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมทางไปรษณีย์	52 (27.8)	65 (34.8)	46 (24.6)	15 (8.0)	9 (4.8)	- -	187 (100.0)	3.73 มาก
4. ความรวดเร็วในการรับสั่งจอง/สั่งซื้อ	49 (26.2)	65 (34.8)	50 (26.7)	11 (5.9)	9 (4.8)	3 (1.6)	187 (100.0)	3.67 มาก
5. ขั้นตอนการสมัครเป็นสมาชิก/เพิ่มเงินในบัญชีเงินฝากเพื่อการสะสม	32 (17.1)	58 (31.0)	64 (34.2)	17 (9.1)	13 (7.0)	3 (1.6)	187 (100.0)	3.37 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม								3.74 มาก

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยด้านกระบวนการปัจจัยย่อยมีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องก่อนส่งมอบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมให้กับลูกค้า ด้านความรวดเร็วในการแจ้งและส่งข่าวสาร ด้านความรวดเร็วในการจัดส่งตราไปรษณียากรเพื่อสะสมทางไปรษณีย์ ด้านความรวดเร็วในการรับสั่งจอง/สั่งซื้อ ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนการสมัครเป็นสมาชิก/เพิ่มเงินในบัญชีเงินฝากเพื่อการสะสม มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการช้อตตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม
4.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อยุทธศาสตร์ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการช้อตตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการช้อตตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม											
	ราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน/ลูกจ้างบริษัท ห้างร้านเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ค้า ขาย		นักเรียน นักศึกษา		อื่นๆ			
	ค่าเฉลี่ย	เปิด ผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. ความสวยงามของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม	4.30	มาก	4.42	มาก	4.43	มาก	4.20	มาก	4.44	มาก		
2. ความหลากหลายของเนื้อหาเรื่องราวที่สร้างตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม	4.26	มาก	4.19	มาก	4.06	มาก	4.17	มาก	4.22	มาก		
3. ความหลากหลายด้านรูปแบบของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม เช่น มีกลิ่น สวมมิติ สติ๊กเกอร์	3.66	มาก	3.42	ปานกลาง	3.70	มาก	3.83	มาก	3.67	มาก		
4. ความหลากหลายด้านรูปร่างของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม เช่น สามเหลี่ยม วงกลม	3.82	มาก	3.29	ปานกลาง	3.44	ปานกลาง	3.67	มาก	3.22	ปานกลาง		
5. รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม เช่น แผ่นอัลบั้มซีดี	3.48	ปานกลาง	3.27	ปานกลาง	3.32	ปานกลาง	3.50	มาก	3.00	ปานกลาง		
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90	มาก	3.72	มาก	3.79	มาก	3.87	มาก	3.71	มาก		

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากประกอบด้วยด้านความสวยงามของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ด้านความหลากหลายเพื่อการสะสม ด้านความหลากหลายด้านรูปร่าง และด้านรูปแบบของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทห้างร้านเอกชน เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากประกอบด้วย ด้านความสวยงามของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม และด้านความหลากหลายของเนื้อหา/เรื่องราวที่สร้างตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากประกอบด้วย ด้านความสวยงามของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ด้านความหลากหลายของเนื้อหา/เรื่องราวที่สร้างตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม และด้านความหลากหลายด้านรูปแบบของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน นักศึกษา เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากประกอบด้วย ด้านความสวยงามของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ด้านความหลากหลายของเนื้อหา/เรื่องราวที่สร้างตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ด้านความหลากหลายด้านรูปแบบ ด้านรูปร่างของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม และด้านรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากประกอบด้วย ด้านความสวยงามของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ด้านความหลากหลายของเนื้อหา/เรื่องราวที่สร้างตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม และด้านความหลากหลายด้านรูปแบบของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ตามลำดับ

4.2 ปัจจัยด้านราคา

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อบริษัทด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม									
	ราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน/ลูกจ้างบริษัท ห้างร้านเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย		นักเรียน นักศึกษา		อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ราคาที่ออกจำหน่ายต่อชุดต้องไม่แพง	4.20	มาก	4.13	มาก	4.04	มาก	4.33	มาก	4.22	มาก
2. การสั่งซื้อ/สั่งซื้อโดยให้มีการวางเงินมัดจำและมีกำหนดเวลาการรับ	2.88	ปานกลาง	2.69	ปานกลาง	2.76	ปานกลาง	3.20	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง
3. สามารถชำระเงินค่าซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมโดยวิธีการเก็บเงินทางพัสดุเก็บเงินปลายทาง	2.86	ปานกลาง	2.44	น้อย	2.92	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง	2.33	น้อย
4. สามารถชำระเงินค่าซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมได้ด้วยบัตรเครดิต	2.78	ปานกลาง	2.56	ปานกลาง	2.86	ปานกลาง	2.97	ปานกลาง	2.11	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	3.18	ปานกลาง	2.96	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง	2.83	ปานกลาง

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เห็นว่าปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ด้านราคาที่ยกจำหน่ายต่อชุดต้องไม่แพง

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทห้างร้านเอกชน เห็นว่าปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ด้านราคาที่ยกจำหน่ายต่อชุดต้องไม่แพง

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย เห็นว่าปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ด้านราคาที่ยกจำหน่ายต่อชุดต้องไม่แพง

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานเรียน นักศึกษา เห็นว่าปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ด้านราคาที่ยกจำหน่ายต่อชุดต้องไม่แพง

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ เห็นว่าปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ด้านราคาที่ยกจำหน่ายต่อชุดต้องไม่แพง

4.2 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมจำหน่ายตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม											
	ราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน/ลูกจ้างบริษัท ห้างร้านเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย		นักเรียน นักศึกษา		อื่นๆ			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. การจัดจำหน่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์	4.46	มาก	4.40	มาก	4.14	มาก	4.47	มาก	4.33	มาก		
2. การตั้งช่องทางไปรษณีย์	3.52	มาก	3.42	ปานกลาง	3.60	มาก	3.67	มาก	2.33	น้อย		
3. การจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าหรือร้านหนังสือ	3.00	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	3.22	ปานกลาง	3.65	มาก	3.11	ปานกลาง		
4. การซื้อโดยสมัครเป็นสมาชิกบัญชีเงินฝากเพื่อการสะสม	3.02	ปานกลาง	2.69	ปานกลาง	3.24	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง		
5. พนักงานนำไปเสนอขาย ณ ที่อยู่ หรือสถานที่ทำงานของลูกค้า	2.90	ปานกลาง	2.60	ปานกลาง	3.04	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง	2.22	น้อย		
6. การตั้งช่องทางอินเทอร์เน็ต	2.54	ปานกลาง	2.77	ปานกลาง	2.40	น้อย	3.13	ปานกลาง	1.56	น้อย		
ค่าเฉลี่ยรวม	3.24	ปานกลาง	3.20	ปานกลาง	3.27	ปานกลาง	3.48	ปานกลาง	2.76	ปานกลาง		

จากการวางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพราศการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เห็นว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียการเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านการจัดจำหน่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์ และด้านการส่งช่องทางไปรษณีย์ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทห้างร้านเอกชน เห็นว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียการเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย เห็นว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียการเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านการจัดจำหน่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์ และด้านการส่งช่องทางไปรษณีย์ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน นักศึกษา เห็นว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียการเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านการจัดจำหน่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์ ด้านการส่งช่องทางไปรษณีย์ และด้านการจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าหรือร้านหนังสือ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ เห็นว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียการเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์

4.3 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม									
	ราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน/ลูกจ้างบริษัท ห้างร้านเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย		นักเรียน นักศึกษา		อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. การเผยแพร่แผ่นพับข่าวตราไปรษณียากรโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ จุลสาร “ข่าวในวงการตราไปรษณียากร” และวารสารตราไปรษณียากร	4.06	มาก	4.00	มาก	4.06	มาก	4.00	มาก	3.76	มาก
2. การแจกของฟรีเมื่อซื้อตราไปรษณียากร	4.06	มาก	3.96	มาก	3.96	มาก	4.10	มาก	3.89	มาก
3. การจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ณ จุดขาย เช่น มุมตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม	4.02	มาก	4.19	มาก	3.84	มาก	3.87	มาก	4.11	มาก
4. การจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมนอกสถานที่จำหน่าย เช่น การจัดนิทรรศการตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม	3.74	มาก	4.27	มาก	3.92	มาก	4.03	มาก	3.67	มาก
5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์	3.76	มาก	4.06	มาก	3.76	มาก	3.87	มาก	4.33	มาก
6. การจัดตลาดนัดตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม	3.70	มาก	4.10	มาก	3.78	มาก	3.70	มาก	3.56	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.89	มาก	4.10	มาก	3.89	มาก	3.93	มาก	3.89	มาก

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพราษฎรทหาร/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านการเผยแพร่แผ่นพับข่าวตราไปรษณียากร ไปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ จุลสาร “ข่าวในวงการค้าตราไปรษณียากร” และการแจกของที่ระลึกเมื่อซื้อตราไปรษณียากรเงินที่กำหนด ด้านการจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ณ จุดขาย ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ ด้านการจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมนอกสถานที่จำหน่าย และด้านการจัดตลาดนัดตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทห้างร้านเอกชน เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านการจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมนอกสถานที่จำหน่าย ด้านการจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ณ จุดขาย ด้านการจัดตลาดนัดตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ ด้านการเผยแพร่แผ่นพับข่าวตราไปรษณียากร ไปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ จุลสาร “ข่าวในวงการค้าตราไปรษณียากร” และการวารสารตราไปรษณียากร และด้านการแจกของที่ระลึกเมื่อซื้อตราไปรษณียากร ไปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ จุลสาร

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัวค้าขาย เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านการเผยแพร่แผ่นพับข่าวตราไปรษณียากร ไปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ จุลสาร “ข่าวในวงการค้าตราไปรษณียากร” และการวารสารตราไปรษณียากร ด้านการแจกของที่ระลึกเมื่อซื้อตราไปรษณียากรเงินที่กำหนด ด้านการจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมนอกสถานที่จำหน่าย ด้านการจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ณ จุดขาย ด้านการจัดตลาดนัดตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม และด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน นักศึกษา เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านการแจกของที่ระลึกเมื่อซื้อตราไปรษณียากรเงินที่กำหนด ด้านการจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมนอกสถานที่จำหน่าย ด้านการเผยแพร่แผ่นพับข่าวตราไปรษณียากร ไปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ จุลสาร “ข่าวในวงการค้าตราไปรษณียากร” และการวารสารตราไปรษณียากร ด้านการจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ณ จุดขาย ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ และด้านการจัดตลาดนัดตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ ด้านการจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ณ จุดขาย ด้านการแจกของที่ระลึกเมื่อซื้อตราไปรษณียากรแผ่นพับว่าวตราไปรษณียากร ไปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ จุดสาร “ข่าวในวงการตราไปรษณียากร” และวารสารตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมนอกสถานที่จำหน่าย และด้านการจัดตลาดนัดตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ตามลำดับ

4.4 ปัจจัยด้านพนักงาน

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อบริษัทที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมจำนวนตามอาชีพ

ปัจจัยด้านพนักงาน	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม											
	ราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน/ลูกจ้างบริษัท ห้างร้านเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย		นักเรียน นักศึกษา		อื่นๆ			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. กิริยามารยาท การพูดจาสุภาพในขณะให้บริการ และเป็นกันเองกับลูกค้า	4.20	มาก	4.42	มาก	4.34	แปลผล	4.37	มาก	4.44	แปลผล		
2. การอำนวยความสะดวกต่อการเลือกซื้อของลูกค้า และกระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้า	4.30	มาก	4.35	มาก	4.32	มาก	4.37	มาก	4.33	มาก		
3. การให้ข้อมูลตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมแก่ลูกค้าเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ	4.08	มาก	4.33	มาก	4.06	มาก	4.37	มาก	4.44	มาก		
4. บุคลิกภาพและการแต่งกายสะอาดเรียบร้อยของพนักงาน	4.20	มาก	4.25	มาก	4.10	มาก	4.17	มาก	4.33	มาก		
5. ความชำนาญ และรวดเร็วในการให้บริการ	4.12	มาก	4.25	มาก	4.06	มาก	4.20	มาก	4.44	มาก		
ค่าเฉลี่ยรวม	4.18	มาก	4.32	มาก	4.18	มาก	4.30	มาก	4.40	มาก		

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เห็นว่าปัจจัยด้านพนักงานโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากประกอบด้วย ด้านการอำนวยความสะดวกการเลือกซื้อของลูกค้าและกระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้า ด้านกิริยามารยาท การพูดจาสุภาพในขณะให้บริการและเป็นที่เองกับลูกค้า ด้านบุคลิกภาพและการแต่งกายสะอาดเรียบร้อยของพนักงาน ด้านความชำนาญและรวดเร็วในการให้บริการ และด้านการสื่อสารเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทห้างร้านเอกชน เห็นว่าปัจจัยด้านพนักงานโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านกิริยามารยาท การพูดจาสุภาพในขณะให้บริการและเป็นที่เองกับลูกค้า ด้านการอำนวยความสะดวกของลูกค้าและกระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้า ด้านการให้ข้อมูลตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมแก่ลูกค้าเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ ด้านบุคลิกภาพและการแต่งกายสะอาดเรียบร้อยของพนักงาน และด้านความชำนาญและรวดเร็วในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย เห็นว่าปัจจัยด้านพนักงานโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากประกอบด้วย ด้านกิริยามารยาท การพูดจาสุภาพในขณะให้บริการและเป็นที่เองกับลูกค้า ด้านการอำนวยความสะดวกของลูกค้าและกระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้า ด้านบุคลิกภาพและการแต่งกายสะอาดเรียบร้อยของพนักงาน ด้านความชำนาญและรวดเร็วในการให้บริการ และด้านการสื่อสารเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน นักศึกษา เห็นว่าปัจจัยด้านพนักงานโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากประกอบด้วย ด้านกิริยามารยาท การพูดจาสุภาพในขณะให้บริการและเป็นที่เองกับลูกค้า ด้านการอำนวยความสะดวกของลูกค้าและกระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้า ด้านการให้ข้อมูลตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมแก่ลูกค้าเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ ด้านความชำนาญและรวดเร็วในการให้บริการ และด้านบุคลิกภาพและการแต่งกายสะอาดเรียบร้อยของพนักงาน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ เห็นว่าปัจจัยด้านพนักงานโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากประกอบด้วย ด้านกิริยามารยาท การพูดจาสุภาพในขณะให้บริการและเป็นที่เองกับลูกค้า ด้านความ

ชำนาญและรวดเร็วในการให้บริการ ด้านการให้ข้อมูลตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมแก่ลูกค้าเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ ด้านบุคลิกภาพและการแต่งกาย สะอาดเรียบร้อยของพนักงาน และด้านการอำนวยความสะดวกของลูกค้าและกระดือร์วันเอาใจใส่ลูกค้า

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

4.6 ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพด้านสถานที่

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพด้านสถานที่ที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพ ด้านสถานที่	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม											
	ราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน/ลูกจ้างบริษัท ห้างร้านเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย		นักเรียน		นักศึกษา		อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ความสะอาดของสถานที่จัดจำหน่าย	4.08	แปลผล มาก	4.35	แปลผล มาก	4.20	แปลผล มาก	4.40	แปลผล มาก	4.22	แปลผล มาก		
2. ทำเลที่ตั้งของสถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการ พบเห็น ได้ง่าย มีป้ายบอกชัดเจน	3.94	มาก	4.33	มาก	4.10	มาก	4.27	มาก	4.11	มาก		
3. ความสะดวกและเพียงพอของสถานที่จอดรถ	4.02	มาก	4.08	มาก	3.98	มาก	3.93	มาก	4.11	มาก		
4. สถานที่จัดจำหน่ายมีที่นั่งเพียงพอ	3.29	ปานกลาง	4.00	มาก	3.90	มาก	4.13	มาก	4.11	มาก		
5. การตกแต่งสถานที่จัดจำหน่ายให้สวยงามและ เป็นระเบียบเรียบร้อย	3.90	มาก	4.00	มาก	3.86	มาก	4.10	มาก	4.00	มาก		
ค่าเฉลี่ยรวม	3.85	มาก	4.15	มาก	4.01	มาก	4.17	มาก	4.11	มาก		

4.7 ปัจจัยด้านกระบวนการ

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม											
	ราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน/ลูกจ้างบริษัท ห้างร้านเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย		นักเรียน นักศึกษา		อื่น ๆ			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. ขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องก่อนส่งมอบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมให้กับลูกค้า	3.98	มาก	3.90	มาก	3.94	มาก	4.20	มาก	3.89	มาก		
2. ความรวดเร็วในการแจ้ง และส่งข่าวสาร	3.76	มาก	4.10	มาก	3.97	มาก	4.17	มาก	3.56	มาก		
3. ความรวดเร็วในการจัดส่งตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมทางไปรษณีย์	3.74	มาก	3.56	มาก	3.78	มาก	3.97	มาก	3.44	ปานกลาง		
4. ความรวดเร็วในการรับส่งจอง/สั่งซื้อ	3.68	มาก	3.50	มาก	3.76	มาก	3.93	มาก	3.11	ปานกลาง		
5. ขั้นตอนการสมัครเป็นสมาชิก/เพิ่มเงินในบัญชีเงินฝากเพื่อการสะสม	3.54	มาก	3.00	ปานกลาง	3.60	มาก	3.43	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง		
ค่าเฉลี่ยรวม	3.74	มาก	3.61	มาก	3.81	มาก	3.94	มาก	3.40	ปานกลาง		

จาก ตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องก่อนส่งมอบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมให้กับลูกค้า ด้านความรวดเร็วในการแจ้ง และส่งข่าวสาร ด้านการจัดส่งตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมทางไปรษณีย์ ด้านความรวดเร็วในการรับส่งของ/ส่งชื่อ และด้านขั้นตอนการสมัครเป็นสมาชิก/เพิ่มเงินในบัญชีเงินฝากเพื่อการสะสม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทห้างร้านเอกชน เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความรวดเร็วในการแจ้ง และส่งข่าวสาร ด้านขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องก่อนส่งมอบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมให้กับลูกค้า ด้านความรวดเร็วในการจัดส่งตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมทางไปรษณีย์ และด้านความรวดเร็วในการรับส่งของ/ส่งชื่อ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านความรวดเร็วในการแจ้ง และส่งข่าวสาร ด้านขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องก่อนส่งมอบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมให้กับลูกค้า ด้านความรวดเร็วในการจัดส่งตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมทางไปรษณีย์ ด้านความรวดเร็วในการรับส่งของ/ส่งชื่อ และด้านขั้นตอนการสมัครเป็นสมาชิก/เพิ่มเงินในบัญชีเงินฝากเพื่อการสะสม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน นักศึกษา เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องก่อนส่งมอบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมให้กับลูกค้า ด้านความรวดเร็วในการแจ้ง และส่งข่าวสาร ด้านความรวดเร็วในการจัดส่งตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมทางไปรษณีย์ และด้านความรวดเร็วในการรับส่งของ/ส่งชื่อ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องก่อนส่งมอบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมให้กับลูกค้า และด้านความรวดเร็วในการแจ้ง และส่งข่าวสาร ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อบริษัทที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมจำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน

	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม									
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000 – 19,999 บาท		20,000 – 29,999 บาท		ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ความสวยงามของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม	4.20	มาก	4.49	มาก	4.56	มากที่สุด	4.19	มาก		
2. ความหลากหลายของเนื้อหาเรื่องราวที่สร้างตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม	4.19	มาก	4.20	มาก	4.41	มาก	3.92	มาก		
3. ความหลากหลายด้านรูปแบบของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม เช่น มีกลิ่น สวมมิติ สติ๊กเกอร์	3.69	มาก	3.59	มาก	3.93	มาก	3.38	ปานกลาง		
4. ความหลากหลายด้านรูปร่างของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม เช่น สามเหลี่ยม วงกลม	3.68	มาก	3.53	มาก	3.56	มาก	3.22	ปานกลาง		
5. รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม เช่น แผ่นอัลบั้มซีดี	3.38	ปานกลาง	3.39	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	3.32	ปานกลาง		
ค่าเฉลี่ยรวม	3.83	มาก	3.84	มาก	3.96	มาก	3.61	มาก		

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านความสวยงามของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ด้านความหลากหลายของเนื้อหา/เรื่องราวที่สร้างตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ด้านความหลากหลายด้านรูปแบบ และรูปร่างของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 19,999 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากประกอบด้วย ด้านความสวยงามของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ด้านความหลากหลายของเนื้อหา/เรื่องราวที่สร้างตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ด้านความหลากหลายด้านรูปแบบ และรูปร่างของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,000 – 29,999 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ด้านความสวยงามของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากประกอบด้วย ด้านความหลากหลายของเนื้อหา/เรื่องราวที่สร้างตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ด้านความหลากหลายด้านรูปแบบ และรูปร่างของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากประกอบด้วย ด้านความสวยงามของตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม และด้านความหลากหลายของเนื้อหา/เรื่องราวที่สร้างตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ตามลำดับ

5.2 ปัจจัยด้านราคา

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมจำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม									
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000 – 19,999 บาท		20,000 -- 29,999 บาท		ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. ราคาที่ออกจำหน่ายต่อชุดต้องไม่แพง	4.36	มาก	3.98	มาก	4.37	มาก	3.84	มาก		
2. การสั่งจอง/สั่งซื้อโดยให้มีการวางเงินมัดจำ และมีกำหนดเวลาการรับ	3.05	ปานกลาง	2.82	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	2.57	ปานกลาง		
3. สามารถชำระเงินค่าซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม โดยวิธี การเก็บเงินทางพัสดุเก็บเงินปลายทาง	2.98	ปานกลาง	2.55	ปานกลาง	2.74	ปานกลาง	2.86	ปานกลาง		
4. สามารถชำระเงินค่าซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมได้ด้วย บัตรเครดิต	2.64	ปานกลาง	2.71	ปานกลาง	3.85	มาก	3.92	มาก		
ค่าเฉลี่ยรวม	3.26	ปานกลาง	3.02	ปานกลาง	3.41	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง		

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ด้านราคาที่ออกจำหน่ายต่อชุด ต้องไม่แพง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 19,999 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ด้านราคาที่ออกจำหน่ายต่อชุดต้องไม่แพง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,000 – 29,999 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านราคาที่ออกจำหน่ายต่อชุดต้องไม่แพง และด้านการสามารถชำระเงินค่าซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมได้ด้วยบัตรเครดิต ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านราคาที่ออกจำหน่ายต่อชุดต้องไม่แพง และด้านการสามารถชำระเงินค่าซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมได้ด้วยบัตรเครดิต ตามลำดับ

5.3 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมจำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน

	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม									
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000 – 19,999 บาท		20,000 – 29,999 บาท		ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย										
1. การจัดจำหน่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์	4.42	มาก	4.35	มาก	4.52	มากที่สุด	4.11	มาก		
2. การสั่งซื้อทางไปรษณีย์	3.51	มาก	3.18	ปานกลาง	3.70	มาก	3.32	ปานกลาง		
3. การจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าหรือร้านหนังสือ	3.45	ปานกลาง	3.06	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง	3.08	ปานกลาง		
4. การซื้อโดยสมัครเป็นสมาชิกบัญชีเงินฝากเพื่อการสะสม	2.80	ปานกลาง	3.06	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง		
5. พนักงานนำไปเสนอขาย ณ ที่อยู่ หรือสถานที่ทำงานของลูกค้า	2.81	ปานกลาง	2.82	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	2.62	ปานกลาง		
6. การสั่งซื้อช่องทางอินเทอร์เน็ต	2.82	ปานกลาง	2.51	ปานกลาง	2.56	ปานกลาง	2.35	น้อย		
ค่าเฉลี่ยรวม	3.30	ปานกลาง	3.16	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	3.10	ปานกลาง		

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีผลต่อการ
ซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านการจัด
จำหน่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์ และด้านการตั้งชื่อทางไปรษณีย์ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 19,999 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีผลต่อการซื้อตรา
ไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย ณ ที่ทำการ
ไปรษณีย์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,000 – 29,999 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีผลต่อการซื้อตรา
ไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย ณ ที่ทำการ
ไปรษณีย์ และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ด้านการตั้งชื่อทางไปรษณีย์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีผลต่อการซื้อตรา
ไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญปานกลาง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย ณ ที่ทำการ
ไปรษณีย์

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านกำลังเสริมการตลาดโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านการเผยแพร่แผ่นพับข่าวตราไปรษณียากร ไปรษณีย์ภัณฑ์ จุลสาร “ข่าวในวงการศึกษา” และวารสารตราไปรษณียากร ด้านการแจกของที่ระลึกเมื่อซื้อครบบวงเงินที่กำหนด ด้านการจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมนอกสถานที่จำหน่าย ด้านการจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ณ จุดขาย ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ และด้านการจัดตลาดนัดตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 19,999 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านกำลังเสริมการตลาดโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านการจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมนอกสถานที่จำหน่าย ด้านการแจกของที่ระลึกเมื่อซื้อครบบวงเงินที่กำหนด ด้านการจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ณ จุดขาย ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ ด้านการเผยแพร่แผ่นพับข่าวตราไปรษณียากร ไปรษณีย์ภัณฑ์ จุลสาร “ข่าวในวงการศึกษา” และวารสารตราไปรษณียากร และด้านการจัดตลาดนัดตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,000 – 29,999 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านกำลังเสริมการตลาดโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านการจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ณ จุดขาย ด้านการเผยแพร่แผ่นพับข่าวตราไปรษณียากร ไปรษณีย์ภัณฑ์ จุลสาร “ข่าวในวงการศึกษา” และวารสารตราไปรษณียากร ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ ด้านการจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมนอกสถานที่จำหน่าย ด้านการแจกของที่ระลึกเมื่อซื้อครบบวงเงินที่กำหนด และด้านการจัดตลาดนัดตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านกำลังเสริมการตลาดโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านการเผยแพร่แผ่นพับข่าวตราไปรษณียากร ไปรษณีย์ภัณฑ์ จุลสาร “ข่าวในวงการศึกษา” และวารสารตราไปรษณียากร ด้านการจัดแสดงตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ณ จุดขาย ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ ด้านการแจกของที่ระลึกเมื่อซื้อครบบวงเงินที่กำหนด และด้านการจัดตลาดนัดตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ตามลำดับ

5.5 ปัจจัยด้านพนักงาน

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านพนักงานที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมจำนวนตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน

	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม									
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000 – 19,999 บาท		20,000 – 29,999 บาท		ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. ศึกษารายภาพ การพูดจาสุภาพในขณะที่ให้บริการและเป็นกันเองกับลูกค้า	4.32	มาก	4.33	มาก	4.59	มากที่สุด	4.61	มากที่สุด		
2. การอำนวยความสะดวกต่อการเลือกซื้อของลูกค้าและกระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้า	4.27	มาก	4.43	มาก	4.52	มากที่สุด	4.19	มาก		
3. การให้ข้อมูลตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมแก่ลูกค้าเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ	4.26	มาก	4.27	มาก	4.33	มาก	3.29	ปานกลาง		
4. บุคลิกภาพและการแต่งกายสะอาดเรียบร้อยของพนักงาน	4.11	มาก	4.24	มาก	4.37	มาก	4.14	มาก		
5. ความชำนาญ และรวดเร็วในการให้บริการ	4.07	มาก	4.16	มาก	4.52	มากที่สุด	4.11	มาก		
ค่าเฉลี่ยรวม	4.21	มาก	4.29	มาก	4.47	มาก	4.07	มาก		

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านพนักงานโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านกิริยามารยาท การพูดจาสุภาพในขณะให้บริการและเป็นกันเองกับลูกค้า ด้านการอำนวยความสะดวกของลูกค้าและการเลือกซื้อของลูกค้า และการให้ข้อมูลตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมแก่ลูกค้าเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ ด้านบุคลิกภาพและการแต่งกายสะอาดเรียบร้อยของพนักงาน และด้านความชำนาญและรวดเร็วในการให้บริการ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 19,999 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านพนักงานโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านการอำนวยความสะดวกต่อการเลือกซื้อของลูกค้าและการสะดวกซื้อของลูกค้า ด้านกิริยามารยาท การพูดจาสุภาพในขณะให้บริการและเป็นที่กันเองกับลูกค้า ด้านการให้ข้อมูลตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมแก่ลูกค้าเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ ด้านบุคลิกภาพและการแต่งกายสะอาดเรียบร้อยของพนักงาน และด้านความชำนาญและรวดเร็วในการให้บริการ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,000 – 29,999 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านพนักงานโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากที่สุด ประกอบด้วย ด้านกิริยามารยาท การพูดจาสุภาพในขณะให้บริการและเป็นกันเองกับลูกค้า ด้านการอำนวยความสะดวกต่อการเลือกซื้อของลูกค้าและการสะดวกซื้อของลูกค้า และด้านความชำนาญและรวดเร็วในการให้บริการ และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านบุคลิกภาพและการแต่งกายสะอาดเรียบร้อยของพนักงาน และด้านการให้ข้อมูลตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมแก่ลูกค้าเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านพนักงานโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ด้านกิริยามารยาท การพูดจาสุภาพในขณะให้บริการและเป็นกันเองกับลูกค้า และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านการอำนวยความสะดวกต่อการเลือกซื้อของลูกค้าและความสะดวกซื้อของลูกค้า และด้านความชำนาญและรวดเร็วในการให้บริการ ตามลำดับ

5.6 ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพด้านสถานที่

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพด้านสถานที่ที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมเงินฝากตามรายชื่อได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน

	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม									
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000 – 19,999 บาท		20,000 – 29,999 บาท		ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพด้านสถานที่										
1. ความสะอาดของสถานที่จัดจำหน่าย	4.28	มาก	4.35	มาก	4.07	มาก	4.14	มาก		
2. ทำเลที่ตั้งของสถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการพบเห็นได้ง่าย มีป้ายบอกชัดเจน	4.22	มาก	4.18	มาก	4.11	มาก	3.97	มาก		
3. ความสะดวกและเพียงพอของสถานที่จอดรถ	3.89	มาก	4.14	มาก	4.15	มาก	4.00	มาก		
4. สถานที่จัดจำหน่ายมีที่นั่งเพียงพอ	3.97	มาก	4.08	มาก	4.00	มาก	3.87	มาก		
5. การตกแต่งสถานที่จัดจำหน่ายให้สวยงามและเป็นระเบียบเรียบร้อย	3.96	มาก	4.00	มาก	4.00	มาก	3.84	มาก		
ค่าเฉลี่ยรวม	4.07	มาก	4.15	มาก	4.07	มาก	3.96	มาก		

5.7 ปัจจัยด้านกระบวนการ

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อบริษัทด้านกระบวนการที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมจำนวนมากตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม									
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000 – 19,999 บาท		20,000 – 29,999 บาท		ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. ขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องก่อนส่งมอบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมให้กับลูกค้า	3.85	มาก	4.10	มาก	4.04	มาก	3.95	มาก	3.95	มาก
2. ความรวดเร็วในการแจ้งและส่งข่าวสาร	3.92	มาก	4.16	มาก	3.81	มาก	3.81	มาก	3.81	มาก
3. ความรวดเร็วในการจัดส่งตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมทางไปรษณีย์	3.78	มาก	3.80	มาก	3.74	มาก	3.51	มาก	3.51	มาก
4. ความรวดเร็วในการรับส่งของ/สั่งซื้อ	3.69	มาก	3.63	มาก	3.81	มาก	3.57	มาก	3.57	มาก
5. ขั้นตอนการสมัครเป็นสมาชิก/เพิ่มเงินในบัญชีเงินฝากเพื่อการสะสม	3.32	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	3.67	มาก	3.30	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.71	มาก	3.81	มาก	3.81	มาก	3.63	มาก	3.63	มาก

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านความรวดเร็วในการแจ้งและส่งข่าวสาร ด้านขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องก่อนส่งมอบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมให้กับลูกค้า ด้านความรวดเร็วในการจัดส่งตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมทางไปรษณีย์ และด้านความรวดเร็วในการรับส่งของ/สั่งซื้อ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 19,999 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านความรวดเร็วในการแจ้งและส่งข่าวสาร ด้านขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องก่อนส่งมอบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมให้กับลูกค้า ด้านความรวดเร็วในการจัดส่งตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมทางไปรษณีย์ และด้านความรวดเร็วในการรับส่งของ/สั่งซื้อ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,000 – 29,999 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องก่อนส่งมอบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมให้กับลูกค้า ด้านความรวดเร็วในการรับส่งของ/สั่งซื้อ ด้านความรวดเร็วในการแจ้งและส่งข่าวสาร ด้านความรวดเร็วในการจัดส่งตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมทางไปรษณีย์ และด้านขั้นตอนการสมัครเป็นสมาชิก/เพิ่มเงินในบัญชีเงินฝากเพื่อการสะสม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมมีผลต่อการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องก่อนส่งมอบตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมให้กับลูกค้า ด้านความรวดเร็วในการรับส่งของ/สั่งซื้อ และด้านความรวดเร็วในการจัดส่งตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมทางไปรษณีย์ ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการผลิตและจัดจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. จำนวนตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมที่จัดพิมพ์แต่ละชุดต้องชัดเจน เมื่อมีลูกค้านั่งจ้องมากหรือไม่พอขายก็ไม่ควรพิมพ์เพิ่มจะทำให้คุณค่าน้อยลง
2. แผ่นตราไปรษณียากรที่ระลึกหรือซีท (Souvenir Sheet) ควรจะสร้างให้มีความแตกต่างจากตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมที่ออกตามปกติ คือให้ภาพ ขนาด ราคาและมีจำนวนในแผ่นเพียง 1 ดวง อย่าให้ซ้ำกับตราไปรษณียากรที่ออกในชุดนั้น จะทำให้มีคุณค่าและมีการเก็บสะสมมากกว่าในปัจจุบัน
3. ควรจัดให้มีกิจกรรมในแต่ละสัปดาห์ เพื่อจะทำให้มีการพบปะพูดคุยกันระหว่างนักสะสม
4. ควรจัดสร้างตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมให้มีเนื้อหาหลากหลายยิ่งขึ้น
5. ควรนำตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมต่างประเทศมาจำหน่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์ด้วย
6. ตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมบางชุดควรเลิกเดินไป ทำให้จัดเข้าอัลบั้มค่อนข้างยาก ทำให้ขาดความสวยงาม
7. การออกตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมในแต่ละชุดควรจะต้องเนื่องกัน เช่น ชุดอนุรักษณ์มรดกไทยเกี่ยวกับสถานที่สำคัญ ชุดต่อไปก็ควรเป็นสถานที่สำคัญต่อเนื่อง ไม่ควรข้ามไปชุดนั้น ชุดนี้
8. หมายเลขบนมุมตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมที่เป็นเลขสวยงาม เช่น เลขตอง การสื่อสารแห่งประเทศไทยควรจะต้องจัดเก็บไว้เพื่อให้ผู้สนใจได้ประมูลก็จะเป็นทางหารายได้อีกทางหนึ่ง
9. การสื่อสารแห่งประเทศไทย ไม่ควรเข้าไปยุ่งกับตลาดการสะสมตราไปรษณียากร คือ ชุดไหนมีราคา ชุดต่อไปจะพิมพ์จำนวนเพิ่ม ซึ่งไม่ถูกหลักการเพราะของสะสมจะมีค่าก็ต่อเมื่อหาได้ยาก ไม่ใช่มีอยู่ทั่วไป จะทำให้ขาดความสนใจ
10. ตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมชุดไหนได้รับความสนใจมาก ๆ ควรจะกำหนดการจัดจำหน่ายที่แน่นอนในแต่ละที่ทำการไปรษณีย์ว่าจะจัดจำหน่ายให้ลูกค้าแต่ละคนได้จำนวนเท่าไร ต้องปิดประกาศให้ชัดเจน พนักงานไปรษณีย์จะต้องถือว่าเป็นผู้เสียสละ เช่น ชุดกุหลาบปี 2545 ออกจำหน่ายไม่ถึง 10 นาทีก็หมดแต่สามารถซื้อตามร้านเอกชนได้เป็นจำนวนมาก และขายในวันเวลาเดียวกับที่ทำการไปรษณีย์

11. ควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกำหนดวันที่ตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมแต่ละชุดออกจำหน่ายให้แพร่หลายกว่าปัจจุบันนี้ และควรมีบริการจัดส่งให้ถึงที่อยู่ไม่ต้องให้ไปซื้อที่ทำการไปรษณีย์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University