

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือการวิจัย



รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือการวิจัย

- (1) รองศาสตราจารย์ธีรารักษ์ โปธิสุวรรณ
รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- (2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัสวดี นิตินทรสุนทร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขานิติศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- (3) คุณธวัชชัย จันทร์แก้ว
ผู้ช่วยหัวหน้าไปรษณีย์ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาจังหวัดนครพนม



ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม



เรื่อง ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

เรียน ท่านผู้สะสมแต้มปีที่ระลึก ของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามการซื้อแต้มปีที่ระลึก ของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้รวบรวมข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การสื่อสารการตลาดของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่มีผลต่อพฤติกรรมกาซื้อแต้มปีที่ระลึกของผู้สะสมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 3 ข้อคือ 1.ลักษณะทางประชากรของผู้สะสมแต้มปีที่ระลึกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2. พฤติกรรมผู้บริโภคและการซื้อแต้มปีที่ระลึก ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด 3. การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการซื้อแต้มปีที่ระลึกของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านผู้สะสมแต้มปีที่ระลึก ตอบแบบสอบถามที่แนบมาพร้อมนี้ตามเป็นจริง เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการสื่อสารการตลาดของการจำหน่ายแต้มปีที่ระลึกครั้งต่อไป

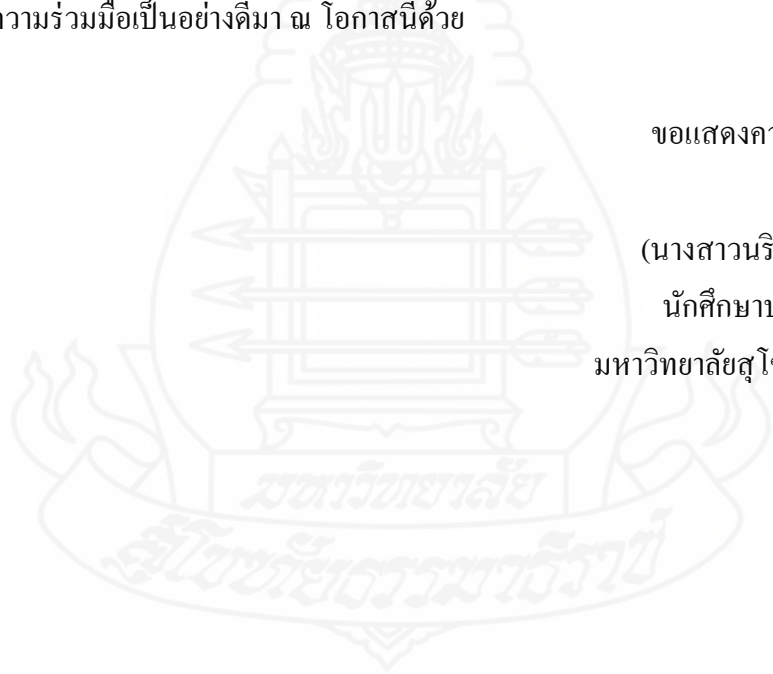
หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวนริศรา คำชนะ)

นักศึกษาปริญญาโท

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช



แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง การสื่อสารการตลาดของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

ที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อแสตมป์ที่ระลึก ของผู้สะสมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน
คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ มีทั้งสิ้น 4 หน้า แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคและการซื้อแสตมป์ที่ระลึก ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ส่วนที่ 3
การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการซื้อแสตมป์ที่ระลึก ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

คำสั่งโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ตามความเป็นจริง

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. 18 – 25 ปี 2. 26 – 32 ปี 3. 33 – 39 ปี 4. 40 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1. ประถมศึกษา 2. มัธยมตอนต้น 3. มัธยมตอนปลาย/ปวช.
 4. ปวส./อนุปริญญา 5. ปริญญาตรี 6. สูงกว่าปริญญาตรี
 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. อาชีพ

1. พนักงานเอกชน 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ 3. รัฐบาล/พนักงานส่วนราชการ
 4. วิชาชีพอิสระ (แพทย์/พยาบาล/ทนายความ/สถาปนิก) 5. ค้าขายทั่วไป
 6. ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ 7. เกษตรกร
 8. รับจ้างทั่วไป 9. พ่อบ้าน/แม่บ้าน
 10. นักเรียน/นักศึกษา 11. อื่นๆ(โปรดระบุ).....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 15,000 บาท 2. 15,001-20,000บาท 3. 20,001-25,000 บาท
 4. 25,001 -30,000 บาท 5. 30,001-35,000 บาท 6. มากกว่า 35,000 บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อแสดมปีที่ระลึก ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

คำสั่ง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในกรอบ ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. ท่านสนใจซื้อแสดมปีที่ระลึกของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดประเภทใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. แสดมปีรูปสัตว์สวยงาม | <input type="checkbox"/> 2. แสดมปีรูปชนบัตร์ |
| <input type="checkbox"/> 3. แสดมปีรูปดอกไม้สวยงาม | <input type="checkbox"/> 4. แสดมปีการท่องเที่ยวมีทิวทัศน์สวยงาม |
| <input type="checkbox"/> 5. แสดมปีงานประจำปี หรือ แสดมปีพื้นบ้าน | <input type="checkbox"/> 6. แสดมปีประวัติศาสตร์ |
| <input type="checkbox"/> 7. แสดมปีพระบรมฉายาลักษณ์ราชวงศ์จักรี | <input type="checkbox"/> 8. อื่นๆ(โปรดระบุ)..... |

2. แสดมปีที่ระลึกของ บริษัท ไปรษณีย์ไทยจำกัด ที่ซื้อมีลักษณะอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. แบบแนวตั้งมีรอยปรุ | <input type="checkbox"/> 2. แบบแนวนอน มีรอยปรุ |
| <input type="checkbox"/> 3. แบบแนวตั้ง ไม่มีรอยปรุ | <input type="checkbox"/> 4. แบบแนวนอนไม่มีรอยปรุ |

3. ข้อใดคือวัตถุประสงค์ในการทำให้ท่านตัดสินใจซื้อแสดมปีที่ระลึก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. เพื่อความเพลิดเพลิน | <input type="checkbox"/> 2. เพื่อออมทรัพย์ |
| <input type="checkbox"/> 3. เพื่อไว้มอบเป็นของขวัญในวันสำคัญ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันวาเลนไทน์ ฯลฯ | |
| <input type="checkbox"/> 4. เพื่อเป็นของสะสม | <input type="checkbox"/> 5. เพื่อเอาไว้รอดเพื่อน <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ..... โปรดระบุ |

4. ท่านเลือกซื้อแสดมปีที่ระลึกทุกครั้งที่มีการออกแสดมปีที่ระลึกใหม่หรือไม่

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ซื้อทุกครั้งที่มีการออกแสดมปี | <input type="checkbox"/> 2. ซื้อเกือบทุกครั้ง | <input type="checkbox"/> 3. ซื้อนานๆครั้ง |
|---|---|---|

5. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแสดมปีที่ระลึก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ตัวเอง | <input type="checkbox"/> 2. เพื่อน/คนรู้จัก |
| <input type="checkbox"/> 3. สมาชิกในครอบครัว | <input type="checkbox"/> 4. อื่นๆ(โปรดระบุ)..... |

6. การซื้อแสดมปีที่ระลึกเพื่อการสะสมของท่านเป็นอย่างไร?

- | |
|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ซื้อแสดมปีที่ระลึกเพื่อสะสมมานานแล้ว (สะสมแสดมปีที่ระลึกอยู่แล้ว) |
| <input type="checkbox"/> 2. เพิ่งเริ่มต้นซื้อแสดมปีที่ระลึกแต่คิดว่าจะเริ่มต้นสะสมอย่างจริงจังต่อไป |
| <input type="checkbox"/> 3. ไม่ได้สะสมอย่างจริงจังสาเหตุที่ซื้อเพราะเห็นว่าแสดมปีที่ระลึกมีความสวยงาม |

ส่วนที่ 3 การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการซื้อแสตมป์ที่ระลึกของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

คำชี้แจง ให้ตอบคำถามว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดต่อไปนี้ มีผลต่อการซื้อแสตมป์ที่ระลึกของท่านมากน้อยอย่างไร

คำสั่ง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยมีค่าน้ำหนักดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีผลต่อการซื้อมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มีผลต่อการซื้อมาก

ระดับ 3 หมายถึง มีผลต่อการซื้อปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง มีผลต่อการซื้อน้อย

ระดับ 1 หมายถึง มีผลต่อการซื้อน้อยที่สุด

การสื่อสารการตลาด	การซื้อแสตมป์ที่ระลึก				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์					
1.1 สื่อวิทยุกระจายเสียง					
1.2 สื่อวิทยุโทรทัศน์					
1.3 แผ่นพับ/ โบชัวร์					
1.4 ไปสเตอร์					
1.5 การโฆษณาในวารสารหรือนิตยสาร					
1.6 การจัดกิจกรรม (Event) หรือ ออกบูท ตามเทศกาลต่างๆ					
1.7 เว็บไซต์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด www.ThilandPost.com					
1.8 เฟซบุ๊กของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด Stamp in love					
1.9 ไลน์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด Stampin love					
1.10 เจ้าหน้าที่ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด					

การสื่อสารการตลาด	การซื้อแสตมป์ที่ระลึก				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2. การส่งเสริมการขาย					
2.1 การมอบสินค้ารุ่นพิเศษ เช่น แสตมป์ใส่กรอบมอบเป็นของขวัญในวันขึ้นปีใหม่ หรือในวันวาเลนไทน์					
2.2 การเปิดโอกาสให้ลงรหัสชิงโชคเพื่อรับแสตมป์ที่ระลึก เช่นแสตมป์คิวอาร์โค้ด					
2.3 การจัดแสตมป์หลายชุดให้ลูกค้าเลือกสะสม					
2.4 การลดราคาพิเศษเพื่อซื้อแสตมป์ชุดแรกจะได้ซื้อแสตมป์ชุดต่อไปในราคาถูกลง					
2.5 การรับประกันแสตมป์เมื่อเกิดความเสียหายในการขนส่ง					
2.6 การมอบของที่ระลึก/ของแจก/ของแถม เช่น กระปุกออมสิน พวงกุญแจ กระเป๋าค่า					
3. กิจกรรมการตลาดทางตรง					
3.1 พนักงานขายหน้าเคาน์เตอร์ที่ทำการไปรษณีย์ทั่วประเทศ					
3.2 จำหน่ายผ่านช่องทางโทรศัพท์ 1545 และจัดส่งแสตมป์ทาง EMS					
3.3 จำหน่ายผ่านเว็บไซต์ www.ThilandPost.com และจัดส่งแสตมป์ทาง EMS					
3.4 รับสมัครเป็นสมาชิก ณ ที่ทำการไปรษณีย์ทั่วประเทศและจัดส่งให้ทุกครั้งที่มีการออกแสตมป์ใหม่ จัดส่งแสตมป์ทาง EMS					

ภาคผนวก ค

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย



ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นเครื่องมือวิจัย

การทดสอบค่าความเชื่อมั่นด้วยแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด กับคำถาม 19 ข้อ ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบราซ เท่ากับ 0.861 ดังปรากฏในตารางประกอบ

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.861	19

ภาคผนวก ง

จำนวนประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน



ตารางแสดงจำนวนประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนจำแนกตามจังหวัด

จังหวัด	จำนวน (คน)
ขอนแก่น	1,798,014.00
อุดร	1,575,152.00
สกลนคร	1,142,737.00
ชัยภูมิ	1,138,252.00
กาฬสินธุ์	985,203.00
มหาสารคาม	964,596.00
นครพนม	715,399.00
บึงกาฬ	420,647.00
หนองคาย	519,580.00
เลย	638,819.00
หนองบัวลำภู	510,074.00
รวม	10,408,473.00

ที่มา: กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2558

