

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. 2548. “CRM คืออะไร”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.ryt9.com/s/ryt9/39784> (1 ตุลาคม 2553).
- กองสุศึกษา กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ. 2553. “แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.thaihed.com/html/show.php?SID=136> (1 ธันวาคม 2553).
- คัมภีร์พล สันยทิพย์. 2550. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่องานลูกค้าสัมพันธ์ของร้านสหกรณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด. เชียงใหม่: ปัญหาพิเศษปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- คมชัดลึก. 2549. “นักเลี้ยงแห่โทรสั่งซื้อหอยไต้ดินข้ามจังหวัด”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.komchadluek.net> (10 ตุลาคม 2551).
- ชนวนล คณานุกูล. 2542. พฤติกรรมการเล่นและเครือข่ายการสื่อสารของผู้เล่นหอยไต้ดิน. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทรงธรรม ชีรกุล. 2548. “การสื่อสารกลยุทธ์ความสำเร็จขององค์กร”. วารสารปาริชาติ ปีที่ 18 ฉบับที่ 1 (เมษายน – กันยายน 2548): 52.
- ธงชัย สันติวงษ์ และชนาธิป สันติวงษ์. 2542. องค์การกับการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิติกร ด่านภาคภูมิ. 2543. พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นิรินทร์ชัย พัฒนพงศา. 2542. การสื่อสาร - วรรณะเชิงยุทธศาสตร์เพื่อการเปลี่ยนพฤติกรรมมนุษย์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วีวีวี.
- บุศรา สุโกไส. 2547. พฤติกรรมการซื้อหอยไต้ดิน: ศึกษากรณีประชาชนในเขตเทศบาลคลองตำหรุ. ชลบุรี: ปัญหาพิเศษปริญญาโท, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บุษรา นารี. 2553. การศึกษาการเปรียบเทียบการเลือกใช้บริการระหว่างรถเมล์โดยสาร และรถตู้โดยสารของประชากรในกรุงเทพมหานคร. พิษณุโลก: การค้นคว้าอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ประภาพรธณ ลิมสุขสิริ. 2543. พฤติกรรมการเปิดรับ และการเลือกใช้ประโยชน์จากข่าวเศรษฐกิจในหนังสือพิมพ์ของนักธุรกิจภาคอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ผกายมาศ ตาวิชกุล. 2552. **ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์บริหารจัดการพลังงานไฟฟ้าของลูกค้า บริษัท ทีเอที เอ็นเนอร์ยี แอนด์ เอ็นจิเนียริง จำกัด.**
 กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ผาสุก พงษ์ไพจิตร, สังคีต พิริยะรังสรรค์ และนวนน้อย ตีร์รัตน์. 2543ก. **อุตสาหกรรมการพนัน: ไทย อังกฤษ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และมาเลเซีย.** กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮ้า.
 _____ . 2543ข. **ห่วย ซ่อง บ่อน ยาบ้า: เศรษฐกิจนอกกฎหมายและนโยบายสาธารณะในประเทศไทย.** กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮ้า.
- พัชระ คงพินิจบรรจง. 2552. **ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อห่วยเถื่อนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่.**
 เชียงใหม่: การค้นคว้าอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- โพสต์ทูเดย์. “รัฐบาลต่อเงินแสน คำน่าจับห่วยเถื่อน”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<http://www.posttoday.com> (13 กันยายน 2550).
- แพรวพรรณ อุดมศรี. 2553. **ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการแต่งชุดเครื่องแบบนักศึกษาของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา.** เชียงใหม่: ปัญหาพิเศษปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- มาริกา กิจฉลอง. 2550. **การเปิดรับสื่อกับพฤติกรรมการเล่นพนันห่วยของคนกรุงเทพมหานคร.**
 กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มายาคิง. 2553. “ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<http://guru.google.co.th/guru/thread?tid=5ba1c63ea7adb0d7> (10 ธันวาคม 2553).
- รัตนา นิพิทสุขการ. 2545. **พฤติกรรมการซื้อห่วยใต้ดินของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่: รายงานปริญญาตรี, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ลีนีนานู ธรรมณี. 2547. **ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อห่วยบนดินของประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่: การค้นคว้าอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์. 2545. **เอกสารประกอบคำบรรยายวิชา “ทฤษฎีการสื่อสารประยุกต์”.**
 เชียงใหม่: สาขาวิชานิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
 _____ . 2553. “แบบจำลองแมทริกซ์การสื่อสาร **Wittaya’s communication matrix model**”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.infocomm.mju.ac.th/main/home/uploads/images/lectureshowcase/ajwitaya/Wittaya_C_M_Model.pdf (25 พฤศจิกายน 2553).
- วรารัตน์ พูลมี. 2549. **พฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างของนักเรียนโรงเรียนมัธยมวัดเบญจมบพิตร กรุงเทพฯ.** กรุงเทพฯ: ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

- วรวุฒิ นิยมศรีสมศักดิ์. 2544. **พฤติกรรมการณ์ซื้อห่วยไ้ดินของประชาชนในเขตอำเภอคอยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: รายงานการวิจัยปริญญาตรี, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศุกร เสรีรัตน์. 2545. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: เออาร์ บีซีเนส เพรส.
- ศุภวงค์ โหมวานิช. 2543. **กลยุทธ์และประสิทธิภาพการสื่อสารการตลาดขององค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวออสเตรเลียในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, ศุกร เสรีรัตน์ และ งามอาจ ปทะวานิ. 2546. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธรรมสารจำกัด.
- สุรัตน์ ตรีสกุล. 2550. **หลักนิเทศศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: บริษัท พ.ศ. พัฒนาออนไลน์ จำกัด.
- เสาวณีย์ ไทยรุ่งโรจน์. 2547. **ห่วยไ้ดิน - ห่วยบนดิน: พฤติกรรมการณ์บริโภคของคนไทย**. กรุงเทพฯ: รายงานการวิจัย คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- แสน วิชาชาญ. 2545. **ตำนานห่วยแห่งเมืองสยาม**. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดเม็ดทรายพริ้นติ้ง.
- หนึ่งฤทัย ชัยวงศ์. 2550. **ห่วยไ้ดิน - ห่วยบนดิน: ผลกระทบต่อสังคมไทย**. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Hunt and D. Ruben. 1993. **Mass Communication: Producers and Consumers**. New York: Harper Collins College Publisher. อ้างอิงใน กองสุขศึกษา กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ. ม.ป.ป.. “แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.thaihed.com/html/show.php?SID=136> (1 ธันวาคม 2553).
- Philip, Kotler. 2003. **Marketing Management**. 11th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Philip, Kotler. 2005. **According to Kotler: The World's Foremost Authority on Marketing Answers Your Questions**. New York: AMACOM. อ้างอิงใน คัมภีร์พล สันยทิพย์. 2550. **กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่องานลูกค้าสัมพันธ์ของร้านสหกรณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด**. ปัญหาพิเศษ หลักสูตรปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- McCombs, E. and Lee B. Becker. 1979. **Using Mass Communication Theory**. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall. อ้างอิงใน มายาคิง. ม.ป.ป.. “ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://guru.google.co.th/guru/thread?tid=5ba1c63ea7adb0d7> (10 ธันวาคม 2553).

Sammual L. Becker. 1987. Discovering Mass Communication. Illiois: Scott Foresman and Glenwave. อ้างถึงใน ประภาพรรณ ลีมีสุขศิริ. 2543. พฤติกรรมการเปิดรับ และการเลือกใช้ประโยชน์จากข่าวเศรษฐกิจในหนังสือพิมพ์ของนักธุรกิจภาคอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์
ประกอบการทำปัญหาพิเศษ
เรื่อง ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการซื้อหอยไต้ดินของประชาชน ในจังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลไปใช้ประกอบการศึกษาวิจัยของนักศึกษาปริญญาโท สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เรื่อง ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการซื้อหอยไต้ดินของประชาชน ในจังหวัดเชียงใหม่ แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อหอยไต้ดิน

ส่วนที่ 3 ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการซื้อหอยไต้ดิน

ส่วนที่ 4 ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเลิกซื้อหอยไต้ดิน (เฉพาะผู้ที่เลิกซื้อ)

ผู้วิจัยขอความกรุณาจากท่านในการตอบคำถามให้ตรงความเป็นจริงมากที่สุด และขอรับรองว่าจะนำข้อมูลที่ได้นำไปใช้ประกอบการทำวิจัยเท่านั้น จะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อท่านภายหลัง

.....

คำขอยินยอมเข้าร่วมให้การสัมภาษณ์

จากคำชี้แจงข้างต้น หากท่านตัดสินใจยินยอมเข้าร่วมให้การสัมภาษณ์ ท่านจะถูกสัมภาษณ์อย่างละเอียดตามประเด็นที่กำหนด โดยใช้เวลาในการสัมภาษณ์ 1-2 ชั่วโมง และมีการบันทึกคำสัมภาษณ์ ทั้งนี้ผู้วิจัยขอยืนยันว่า จะไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว ชื่อ นามสกุล ที่อยู่ ในเอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรใดๆทั้งสิ้น แม้กระทั่งเปิดเผยข้อมูลสามารถสืบสวนเรื่องราวที่ท่านให้สัมภาษณ์ในวันนี้ได้ สำหรับการสรุปข้อมูล ผู้วิจัยจะสมมุติชื่อของท่านเป็นรหัสชื่อหรืออักษรย่อ

ดังนั้นก่อนที่เริ่มสัมภาษณ์ ขอให้ท่านเข้าใจว่า การสัมภาษณ์ครั้งนี้เป็นเรื่องของความสมัครใจ ข้อมูลส่วนตัวท่านจะเป็นความลับ ในการสัมภาษณ์ท่านไม่จำเป็นต้องคำถามทุกประเด็น หากมีข้อสงสัยประการใดก็สามารถสอบถามได้ทันที และสามารถยุติการสอบถามได้ตลอดเวลา

ท่านมีข้อสงสัยประการใดหรือไม่ มี ไม่มี

ท่านตกลงที่จะเข้าร่วมศึกษาคำนี้หรือไม่ ตกลง ไม่ตกลง

ชื่อรหัสผู้ให้สัมภาษณ์.....

วันที่.....

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

1. เพศ..... ชาย หญิง

2. อายุปี

3. อาชีพหลัก.....

อาชีพเสริม (ถ้ามี) 1.....

2.....

ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง

นักเรียน/นักศึกษา พ่อบ้านแม่บ้าน เป็นต้น

4. รายได้ต่อเดือนเท่าไร(บาท) หากเทียบกับค่าใช้จ่ายเพียงพอหรือไม่

.....

.....

5. ระดับการศึกษา.....

ประถมศึกษาปีที่ 6 มัธยมศึกษา ปวช. / มัธยมศึกษา ปวส. / อนุปริญญา

ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี อื่นๆ โปรดระบุ..... เป็นต้น

6. ประสบการณ์ซื้อ..... ปี

7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว.....คน

8. ท่านอยู่ในสถานะ.....

พ่อ แม่ พี่ น้อง บุตร เป็นต้น

9. ในครอบครัวของท่านมีคนซื้อหอยได้ดินหรือไม่ เป็นใคร

.....

10. ท่านเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับหอยไต่ดินจากสื่อใดบ้าง

- สื่อบุคคล 1.....
 2.....
 3.....
- สื่อกลุ่ม 1.....
 2.....
 3.....
- สื่อมวลชน 1.....
 2.....
 3.....

สื่อบุคคล ได้แก่ เจมมอง สมาชิกในครอบครัว เพื่อนญาติ พระสงฆ์ คนเดินโพย เจ้ามือ เป็นต้น
 สื่อกลุ่ม ได้แก่ ผ่านพื้น ใบปลิว หนังสือเฉพาะกลุ่ม
 สื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อหอยไต่ดิน

1. ท่านซื้อหอยไต่ดินจำนวนกี่ครั้งต่องวด ช่วงเวลาใด

.....

จำนวน 1 ครั้ง 2 ครั้ง ... ช่วงเวลาที่นิยม เข้าก่อนออกวางวัด ก่อนออกวางวัด 1-2,3-7,7-15 วัน ไม่แน่นอน
 หรือในบางกรณีที่ผู้ซื้อ มีความสนิทสนมกับคนเดินโพยหรือเจ้ามือก็จะสามารถสั่งซื้อก่อนผลออกวางวัด 1 ชั่วโมง
 ดังนั้นการถามเจาะลึกด้วย

2. ท่านซื้อหอยไต่ดินรูปแบบใด มีค่าใช้จ่ายเป็นอย่างไร

.....

2 ตัว บน - ล่าง 3 ตัว หัว - ท้าย เต็ง โส้ด ริง หายกระด้าง หายแอร์ หรืออื่นๆ

3. ท่านสั่งซื้อหอยไต่ดินด้วยวิธีการใดบ้าง

.....

ซื้อด้วยตนเอง ฝากซื้อ โทรสั่งซื้อ เป็นต้น

4. ท่านซื้อหวยได้คืนช่วงเวลา/สถานที่ใดบ้าง

.....

.....

.....

สถานที่นิยมซื้อ เช่น ร้านค้าแผงสลากกินแบ่ง บ้านคนเดินโพย สถานที่ทำงาน บ้าน วัด โรงเรียน เป็นต้น ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ อาจจะตอบไม่ครบ พยายามเก็บข้อมูลประเด็นที่ขาดหาย

ส่วนที่ 3 ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการซื้อขายได้ดิน

พฤติกรรม การซื้อ	ประเภทของสื่อ (ผู้ส่งสาร)	เนื้อหา	วิธีการนำเสนอ	ปัจจัยแวดล้อม/บริบท		
				ด้านสถานการณ์	ด้านจิตวิทยา	ด้านสังคม/วัฒนธรรม/ เศรษฐกิจ / กฎหมาย
ความถี่	1.....	1.....	1.....	1.....	1.....	1.....
	2.....	2.....	2.....	2.....	2.....	2.....
	3.....	3.....	3.....	3.....	3.....	3.....

(อ้างอิงจาก: แบบจำลองแมทริกซ์การสื่อสาร รศ.ดร. วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ <http://www.infocomm.mju.ac.th>)

พฤติกรรม การซื้อ	ประเภทของสื่อ (ผู้ส่งสาร)	เนื้อหา	วิธีการนำเสนอ	ปัจจัยแวดล้อม/บริบท		
				ด้านสถานการณ์	ด้านจิตวิทยา	ด้านสังคม/วัฒนธรรม/ เศรษฐกิจ / กฎหมาย
รูปแบบ การซื้อ	1.....	1.....	1.....	1.....	1.....	1.....
	2.....	2.....	2.....	2.....	2.....	2.....
	3.....	3.....	3.....	3.....	3.....	3.....

(อ้างอิงจาก: แบบจำลองแมทริกซ์การสื่อสาร รศ.ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ <http://www.infocomm.mju.ac.th>)

พฤติกรรม การซื้อ	ประเภทของสื่อ (ผู้ส่งสาร)	เนื้อหา	วิธีการนำเสนอ	ปัจจัยแวดล้อม/บริบท		
				ด้านสถานการณ์	ด้านจิตวิทยา	ด้านสังคม/วัฒนธรรม/ เศรษฐกิจ / กฎหมาย
ค่าใช้จ่าย ในการซื้อ	1.....	1.....	1.....	1.....	1.....	
	2.....	2.....	2.....	2.....	2.....	
	3.....	3.....	3.....	3.....	3.....	

(อ้างอิงจาก: แบบจำลองแมทริกซ์การสื่อสาร รศ.ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ <http://www.infocomm.mju.ac.th>)

พฤติกรรม การซื้อ	ประเภทของสื่อ (ผู้ส่งสาร)	เนื้อหา	วิธีการนำเสนอ	ปัจจัยแวดล้อม/บริบท		
				ด้านสถานการณ์	ด้านจิตวิทยา	ด้านสังคม/วัฒนธรรม/ เศรษฐกิจ / กฎหมาย
วิธีการ สั่งซื้อ	1.....	1.....	1.....	1.....	1.....	1.....
	2.....	2.....	2.....	2.....	2.....	2.....
	3.....	3.....	3.....	3.....	3.....	3.....

(อ้างอิงจาก: แบบจำลองเมทริกซ์การสื่อสาร รศ.ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ <http://www.infocomm.mju.ac.th>)

พฤติกรรม การซื้อ	ประเภทของสื่อ (ผู้ส่งสาร)	เนื้อหา	วิธีการนำเสนอ	ปัจจัยแวดล้อม/บริบท		
				ด้านสถานการณ์	ด้านจิตวิทยา	ด้านสังคม/วัฒนธรรม/ เศรษฐกิจ / กฎหมาย
สถานที่ใน การซื้อ	1.....	1.....	1.....	1.....	1.....	
	2.....	2.....	2.....	2.....	2.....	
	3.....	3.....	3.....	3.....	3.....	

(อ้างอิงจาก: แบบจำลองแมทริกซ์การสื่อสาร รศ.ดร. วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ <http://www.infocomm.nju.ac.th>)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเลือกซื้อหอยได้กิน (เฉพาะผู้ที่เลิกซื้อ)

พฤติกรรม การซื้อ	ประเภทของสื่อ (ผู้ส่งสาร)	เนื้อหา	วิธีการนำเสนอ	ปัจจัยแวดล้อม/บริบท		
				ด้านสถานการณ์	ด้านจิตวิทยา	ด้านสังคม/วัฒนธรรม/ เศรษฐกิจ / กฎหมาย
เลิกซื้อ	1.....	1.....	1.....	1.....	1.....	1.....
	2.....	2.....	2.....	2.....	2.....	2.....
	3.....	3.....	3.....	3.....	3.....	3.....

แบบสัมภาษณ์ประกอบการทำปัญหาพิเศษ

(สำหรับคนเดินโผย เจ้ามือ)

เรื่อง ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการซื้อหวยใต้ดินของประชาชน ในจังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นข้อมูลในวิจัย เรื่อง “ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการซื้อหวยใต้ดิน” ซึ่งผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประกอบการทำปัญหาพิเศษตามหลักสูตรปริญญาโท สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จึงขอความกรุณาจากท่านในการตอบคำถามให้ตรงความเป็นจริงมากที่สุด และขอรับรองว่าจะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อท่านภายหลัง แบบสัมภาษณ์ประกอบคำถาม ดังนี้

1. สาเหตุใดที่ท่านทำให้ท่านประกอบอาชีพคนเดินโผย หรือเจ้ามือ

.....

.....

.....

.....

2. ท่านติดต่อกับลูกค้าโดยวิธีใด/ ผ่านช่องทางใด

.....

.....

.....

.....

3. ช่วงเวลาที่ท่านนิยมติดต่อกับลูกค้าเป็นช่วงใด/สถานที่ใดบ้าง

.....

.....

.....

.....

4. ท่านใช้วิธีการใดในการดึงจุดลูกค้า หรือเพิ่มยอดขาย

.....
.....
.....

5. ท่านคิดว่าอะไรเป็นปัจจัยที่ทำให้ห่วยใต้ดินแตกต่างจากการพนันชนิดอื่น

.....
.....
.....

6. ท่านคิดว่าอะไรเป็นข้อดี-ข้อด้อยของห่วยใต้ดิน

.....
.....
.....

7. ท่านคิดว่าห่วยใต้ดินจะเป็นอย่างไรในอนาคต

.....
.....
.....

.....
ขอขอบพระคุณทุกท่านที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสัมภาษณ์ครั้งนี้

เอกสารประกอบหมายเลข 1
แนวคำตอบปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการซื้อหอยใต้ดิน

1. ประเภทของสื่อ (ผู้ส่งสาร)

สื่อบุคคล ได้แก่ ตนเอง สมาชิกในครอบครัว เพื่อนญาติ พระสงฆ์ คนเดินโพย เจ้ามือ เป็นต้น
สื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต
สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ แผ่นพับ โบปปลิว หนังสือเฉพาะกลุ่ม

2. ลักษณะเนื้อหา

- C1 - customer want and need ความต้องการของลูกค้า ความคุ้มค่า ผลตอบแทน
- C2 - cost of user ราคาในปัจจุบัน
- C3 - convenience ความสะดวกในการซื้อ/จ่ายผลตอบแทน ช่องทางในการติดต่อ ช่วงเวลา
- C4 - culture ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ การพนันชนิดอื่นๆ
- C5 - communication โปรโมชัน ลด แถม ขายตรง
- C6 - change การเปลี่ยนแปลง (รูปแบบ ผลตอบแทน ราคา วิธีการซื้อ สถานที่)
- C7 - creative การสร้างจุดขาย ไม่มียอดซื้อขั้นต่ำ สามารถซื้อเงินเชื่อ รูปแบบที่หลากหลาย
- C8 - consistency ความถี่ในการติดต่อ(คนเดินโพย/เจ้ามือ) ความน่าเชื่อถือ

3. วิธีการนำเสนอ เช่น สร้างความน่าเชื่อถือ สร้างเหตุผล กระตุ้นอารมณ์ การเปรียบเทียบข้อมูล สถิติ สร้างอารมณ์ขัน

4. ปัจจัยแวดล้อม/บริบท

4.1 ด้านสถานการณ์ เช่นบรรยากาศ วัน เวลา สถานที่ เทศกาล วาระพิเศษ

4.2 ด้านจิตวิทยา เช่น

- ความต้องการเงินรางวัล ความสะดวกสบาย การเป็นที่ยอมรับ
- ลักษณะนิสัย ชอบเสี่ยงดวง ชอบท้าทาย ชอบลุ้น ชอบการพนัน รักความสนุกสนาน
- ค่านิยม ยกย่องคนรวย ยกย่องวัตถุ การใช้จ่ายฟุ่มเฟือย รวยทางลัด

4.3 ด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมือง และกฎหมาย

- ด้านสังคม เช่น สิ่งแวดล้อม ซื้อตามเพื่อน เพื่อเข้ากลุ่มบุคคลรอบข้าง (พื้นฐานประสบการณ์ของบุคคล ประสบการณ์ ความน่าเชื่อถือ)

- วัฒนธรรม เช่น ความเชื่อ โชคกลาง ความฝัน
- ด้านเศรษฐกิจ เช่น สภาพเศรษฐกิจโดยรวม สถานการณ์เงิน ภาระหนี้สิน การว่างงาน
- ด้านกฎหมาย เช่น มุมมองด้านกฎหมาย บทลงโทษ และนโยบายของรัฐบาล รูปแบบการซื้อของรัฐบาลเช่นสลากกินแบ่งรัฐบาล สลากออมสิน สลากธ.ก.ส. หวยออนไลน์ หวยบนดิน การจำหน่ายสลากกินแบ่งเกินราคา

ภาคผนวก ข

ภาพรูปแบบหน่วยใต้ดิน

553		993	
3ตัวท้ายที่ 1	ทอง 1 สลึง	3ตัวท้ายที่ 1	ทอง 1 สลึง
3 ตัวหัวที่ 1 เงิน	1500 บาท	3 ตัวหัวที่ 1 เงิน	1500 บาท
3 ตัวโตคท้ายที่ 1	100 บาท	3 ตัวโตคท้ายที่ 1	100 บาท
3 ตัว 4 ครั้งทีละ	400 บาท	3 ตัว 4 ครั้งทีละ	400 บาท
2 ตัวล่าง	200 บาท	2 ตัวล่าง 16 ก.ช. 2552	200 บาท
2 ตัวบน	200 บาท	2 ตัวบน	200 บาท
3 ตัวท้ายที่ 2	100 บาท	3 ตัวท้ายที่ 2	100 บาท
3 ตัวท้ายที่ 3	100 บาท	3 ตัวท้ายที่ 3	100 บาท

981		848	
3ตัวท้ายที่ 1	ทอง 1 สลึง	3ตัวท้ายที่ 1	ทอง 1 สลึง
3 ตัวหัวที่ 1 เงิน	1500 บาท	3 ตัวหัวที่ 1 เงิน	1500 บาท
3 ตัวโตคท้ายที่ 1	100 บาท	3 ตัวโตคท้ายที่ 1	100 บาท
3 ตัว 4 ครั้งทีละ	400 บาท	3 ตัว 4 ครั้งทีละ	400 บาท
2 ตัวล่าง	200 บาท	2 ตัวล่าง	200 บาท
2 ตัวบน	200 บาท	2 ตัวบน 16 ก.ช. 2552	200 บาท
3 ตัวท้ายที่ 2	100 บาท	3 ตัวท้ายที่ 2	100 บาท
3 ตัวท้ายที่ 3	100 บาท	3 ตัวท้ายที่ 3	100 บาท

ภาพ 13 หอยใต้ดินรูปแบบหอยใบละ 40 บาท หรือ หอยแอร์

ตัวเลข 20 บาท ชุดผ่านนม 1 ชุด ถ้าเป็นเงิน 1,200 บาท

00	หน้า	ข้างหัว	20	หน้า	ข้างหัว	40	หน้า	ข้างหัว	60		80
01			21			41			61		81
02			22			42			62		82
03			23			43			63		83
04			24			44			64		84
05			25	จุด		45			65	แป้น	85
06			26			46			66	แป้น	86
07			27			47			67	แป้น	87
08			28			48			68		88
09			29			49			69		89
10			30			50			70		90
11			31	จุด		51			71		91
12			32			52	แป้น		72		92
13	จุด		33			53			73	↗	93
14			34			54			74		94
15			35			55			75		95
16			36			56	แป้น		76		96
17			37			57			77		97
18	หน้า / (หน้า) ข้างหัว		38			58			78		98
19			39			59			79		99

หอยกระด้าง เป็นคำเรียก เฉพาะกลุ่มผู้ซื้อหอยใต้ดิน ทางการเมืองการตรวจผลรางวัลกับ
 รางวัลเลขท้าย 2 ตัวของรัฐบาล โดยผลตอบแทนขึ้นอยู่กับคนขายในแต่ละพื้นที่

ภาพ 14 หอยใต้ดินรูปแบบหอยกระด้าง

ภาคผนวก ค

สื่อที่ใช้ในการซื้อหน่วยที่ดิน



หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เรื่อง “ พระเกจิละสังขาร “

ผู้ซื้อห่วยได้ดินนิยมนำข้อมูลอายุ พ.ศ.

มาใช้กำหนดรูปแบบการซื้อ ซึ่งอาจมีการค้นหาจากสื่ออื่น ๆ ด้วย

ภาพ 16 ข่าวนำหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เรื่อง “ พระเกจิละสังขาร “

ที่มา : หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ วันที่ 20 กันยายน 2553



หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เรื่อง “นักเล่นหวยเน้น สุสานเด็กความล่า – เลขเด็ด”
 จากข่าว จะเห็นว่า ผู้ซื้อหวยที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง
 มีการแสวงหาตัวเลข โดยจะเดินทางไปยังสถานที่จริง
 เพื่อนำข้อมูลกลับมากำหนดรูปแบบการซื้อ

ภาพ 17 ข่าวนำหน้าหนึ่งจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เรื่อง “นักเล่นหวยเน้น สุสานเด็กความล่า เลขเด็ด”
 ที่มา : หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ วันที่ 20 กันยายน 2553



ภาพ 18 ข่าวนำหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เรื่อง “ตะเคียนยักษ์”
 ที่มา : หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ วันที่ 21 ธันวาคม 2553

	อาทิตย์	จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี
	01 - 03	04 - 05	06 - 06	07 - 07	08 - 08
	09 - 09	10 - 09	11 - 09	12 - 08	13 - 05
1	14 - 14	15 - 16	16 - 16	17 - 13	18 - 11
	19 - 18	20 - 17	21 - 19	22 - 18	23 - 15
2	24 - 21	25 - 22	26 - 24	27 - 23	28 - 20
	29 - 28	30 - 28	31 - 29	02 - 25	03 - 25
	04 - 31	05 - 37	06 - 33	07 - 33	08 - 31

ตารางเลขประจำวัน

เป็นสื่อเฉพาะกิจที่ผู้ซื้อหอยใต้ดินใช้ในกำหนดตัวเลขในการเสี่ยงโชค
และกำหนดรูปแบบการซื้อ มีลักษณะเป็นตารางตัวเลขที่มาจาก
การคำนวณทางโหราศาสตร์

ภาพ 20 ตารางเลขประจำวัน



ภาพ 21 เอกสารเลขเด็ด เอกสารเลขเต็ด และเอกสารหลังใบเรียงเบอร์

ภาคผนวก ง

ประวัติผู้วิจัย



ประวัติผู้วิจัย

- ชื่อ - สกุล** นายอศุภา สิทธิแก้ว
- วันเดือนปีเกิด** 8 มกราคม 2525
- ประวัติการศึกษา** พ.ศ.2543 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
แผนการเรียนวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์
พ.ศ.2548 ปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต (เทคโนโลยีและนวัตกรรมการศึกษา)
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
- ประวัติการทำงาน** พ.ศ.2548 - 2550 เจ้าหน้าที่ระบบคอมพิวเตอร์และส่งเสริมการขาย
ร้านสหกรณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
พ.ศ.2550 - 2552 ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายสินค้า บริการ และส่งเสริมการขาย
ร้านสหกรณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
พ.ศ.2552-ปัจจุบัน ผู้ประสานงานโครงการพระสอนศีลธรรมในโรงเรียน ภาค 7
รับผิดชอบพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และแม่ฮ่องสอน
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาเขตเชียงใหม่

