

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์
เขตบางเขน จังหวัดกรุงเทพมหานคร

The Study Behavior of Consumers to Selection Print Media Service in
Bang Khen, Bangkok.

นันทรัตน์ อินทร์ทองมา^{1*} วัฒน พลอยศรี²

^{1*} ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอ เอส พี เพิ่มกิจ 65/102 ชั้น 11 อาคารชำนาญพิเศษ ติณนพธรรม 9

แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10320

โทร 0837753265 โทรสาร 026439882 Email : oak36@hotmail.com

² คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 1 ถนนอุทงนอก เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

โทร 021601470 Email : wat.pl@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ และ (2) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อสิ่งพิมพ์ของประชากรในเขตบางเขน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ของผู้บริโภคที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เก็บจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นประชากรในเขตบางเขน โดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจำนวน 50 คน ผลจากการที่ศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า

1. การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ในเขตบางเขนจังหวัดกรุงเทพมหานคร 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพและราคา ด้านการให้บริการ ด้านสถานที่ เมื่อพิจารณาตามด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการมากที่สุดและด้านคุณภาพและราคา มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการน้อยที่สุด
2. การเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อสิ่งพิมพ์จำแนกตามเพศ อายุและอาชีพ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

คำสำคัญ : พฤติกรรมผู้บริโภค, การเลือกใช้บริการ, สื่อสิ่งพิมพ์

ABSTRACT

This research was aimed to (1) study the behavior of consumers who chose to use the media, and (2) to compare the media consumption habits of the population in Bang Khen. The instrument used in this study was a questionnaire. The researcher created the samples collected from the population in Bang Khen. A simple random sample of 50 people was executed.

The results of this research study found that;

1. In studying the behavior of consumers who chose to use the media in Bang Khen, Bangkok, there were four aspects to study including product, quality and price, service, and place. When considering the aspects above, product is the most influential in choosing the media service. Whereas quality and price had the least influence to the consumer behavior.

2. When compared media consumption behavior by sex, age and occupation, it was found that those were not significant in making any difference

Keywords : Consumer Behavior, Service Selection, Print Media

บทนำ

พฤติกรรม (Behavior) คือ กริยาอาการที่แสดงออกหรือปฏิกิริยาโต้ตอบเมื่อเผชิญกับสิ่งเร้า (Stimulus) หรือสถานการณ์ต่าง ๆ อาการแสดงออกต่าง ๆ เหล่านั้น อาจเป็นการเคลื่อนไหวที่สังเกตได้หรือวัดได้ เช่น การเดิน การพูด การเขียน การคิด การเต้นของหัวใจ เป็นต้น ส่วนสิ่งเร้าที่มากระทบแล้วก่อให้เกิดพฤติกรรมก็อาจจะเป็นสิ่งเร้าภายใน (Internal Stimulus) และสิ่งเร้าภายนอก (External Stimulus)

สิ่งเร้าภายใน ได้แก่ สิ่งเร้าที่เกิดจากความต้องการทางกายภาพ เช่น ความหิว ความกระหาย สิ่งเร้าภายในนี้จะมีอิทธิพลสูงสุดในการกระตุ้นเด็กให้แสดงพฤติกรรม และเมื่อเด็กเหล่านี้โตขึ้นในสังคม สิ่งเร้าภายในจะลดความสำคัญลง สิ่งเร้าภายนอกทางสังคมที่เด็กได้รับรู้ในสังคมจะมีอิทธิพลมากกว่าในการกำหนดว่าบุคคลควรที่จะแสดงพฤติกรรมอย่างไรต่อผู้อื่น

สิ่งเร้าภายนอก ได้แก่ สิ่งกระตุ้นต่าง ๆ สิ่งแวดล้อมทางสังคมที่สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาททั้ง 5 คือ หู ตา คอ จมูก การสัมผัส

สิ่งเร้าที่มีอิทธิพลที่จะจูงใจให้บุคคลแสดงพฤติกรรม ได้แก่ สิ่งเร้าที่ทำให้บุคคล เกิดความพึงพอใจที่เรียกว่า การเสริมแรง (Reinforcement) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ชนิด คือ การเสริมแรงทางบวก (Positive Reinforcement) คือ สิ่งเร้าที่พอใจทำให้บุคคลมีการแสดงพฤติกรรมเพิ่มขึ้น เช่น คำชมเชย การยอมรับของเพื่อน ส่วนการเสริมแรงทางลบ (Negative Reinforcement) คือ สิ่งเร้าที่ไม่พอใจหรือไม่พึงปรารถนานำมาใช้เพื่อลดพฤติกรรมที่ไม่พึง

ปรารถนาให้น้อยลง เช่น การลงโทษเด็กเมื่อลักขโมย การปรับเงินเมื่อผู้ขับขี่ยานพาหนะไม่ปฏิบัติตามกฎจราจร เป็นต้น (NovaBizz. 2548)

สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่เราสัมผัสอยู่แทบทุกวันที่พบเห็นบ่อยๆ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว แผ่นโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ห้างร้านต่าง ๆ ของใช้ในสำนักงาน ถ้าท่านทำธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจซื้อขายสินค้าหรือบริการ ล้วนต้องเกี่ยวข้องกับสื่อสิ่งพิมพ์แทบทั้งสิ้น ทั้งพิมพ์กระดาษ พิมพ์ซองจดหมาย พิมพ์แบบฟอร์มของบริษัท พิมพ์นามบัตร ไปจนถึงพิมพ์บรรจุภัณฑ์สินค้าของบริษัท เช่น พิมพ์ฉลาก พิมพ์สติ๊กเกอร์ ฯลฯ (สุพริมาพรินทร์. 2553) แต่พฤติกรรมผู้บริโภคสื่อสิ่งพิมพ์ของผู้บริโภคแต่ละคนที่มีความแตกต่างกันออกไป โดยที่อาจจะมีปัจจัยหลาย ๆ ด้านเป็นองค์ประกอบ เช่น เพศ อายุ อาชีพ เป็นต้น ซึ่งทำให้การบริโภคสื่อสิ่งพิมพ์ของแต่ละบุคคลแตกต่างกันออกไปไม่มากนัก

จากที่กล่าวมาผู้วิจัยจึงให้ความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคที่เลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์และเพื่อศึกษาระดับการบริโภคสื่อสิ่งพิมพ์ของประชากรในเขตบางเขน อันนำไปสู่การปรับปรุงธุรกิจสิ่งพิมพ์เพื่อตอบสนองตามความต้องการของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อสิ่งพิมพ์ของประชากรในเขตบางเขน

สมมติฐานของการศึกษา

พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ ที่มี เพศ อายุ และอาชีพแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์แตกต่างกัน

ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ ในเขตบางเขน จังหวัดกรุงเทพมหานคร

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ข้อมูลด้วยแบบสอบถาม เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ เขตบางเขน จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้บริโภคสื่อสิ่งพิมพ์ ในเขตบางเขน จังหวัดกรุงเทพมหานคร และกลุ่มตัวอย่าง ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวนจำนวน 50 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

3.1 ตัวแปรต้น คือ เพศ อายุ อาชีพ

3.2 ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ของผู้บริโภค

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาค้นคว้าจากตำรา เอกสารและผลงานการวิจัยต่าง ๆ เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษาค้นคว้ามาสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อหาค่าความตรงและตรวจสอบความถูกต้องก่อนที่จะลงพื้นที่เก็บข้อมูลโดยใช้ค่าความสอดคล้อง (IOC)

2.2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบหาความเชื่อมั่น (Try Out) เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ โดยนำไปทดลองใช้กับผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำนวน 30 ชุด ก่อนนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยหาค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) (วรณี แกมเกตุ. 2555: 205-235)

โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ของผู้บริโภคในเขตบางเขนด้วยการประเมินค่าตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert) เป็นลักษณะคำถามประกอบด้วยข้อความที่เป็นการวัดความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยในแต่ละด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยในแต่ละคำถามมีคำตอบแบบ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มากปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์

3. นำแบบสอบถามที่ได้คุณภาพไปทำการลงพื้นที่เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร เพื่อหาข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้

บริการสื่อสิ่งพิมพ์ โดยทำการแจกผู้บริโภครายมาใช้บริการสถานประกอบการการพิมพ์ต่าง ๆ ในเขตบางเขต จำนวน 50 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย

4. ทำการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง จากนั้นจึงนำข้อมูลทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) สถิติที่ใช้ในการศึกษาลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อสิ่งพิมพ์ของประชากรในเขตบางเขต กรุงเทพมหานคร ได้แก่ F-test

5. สรุปผลและทำรายงานการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ เขตบางเขตกรุงเทพมหานคร จะนำเสนอข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ตามลำดับดังนี้

1. ผลวิเคราะห์ข้อมูลตามข้อมูลทั่วไป
กลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลได้ มีทั้งสิ้นจำนวน 50 คน เมื่อพิจารณาตาม เพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 28 คน (ร้อยละ 56) และเพศชายจำนวน 22 คน (ร้อยละ 44)

ด้านอายุเมื่อพิจารณาตามอายุของกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้นจำนวน 50 คน พบว่า อายุต่ำกว่า 20 จำนวน 11 คน (ร้อยละ 22) อายุ

20 - 29 ปี จำนวน 27 คน (ร้อยละ 54) อายุ 30 - 39 ปี จำนวน 10 คน (ร้อยละ 20) และอายุ 40 - 49 ปี จำนวน 2 คน (ร้อยละ 4)

ด้านอาชีพเมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 29 คน (ร้อยละ 58) อาชีพเป็นพนักงานบริษัท จำนวน 14 คน (ร้อยละ 28) อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 3 คน (ร้อยละ 6) และอาชีพรับจ้าง จำนวน 4 คน (ร้อยละ 8)

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ เขตบางเขตกรุงเทพมหานคร 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพและราคา ด้านการให้บริการ ด้านสถานที่

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์

ด้าน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการมีผลต่อพฤติกรรม การเลือกใช้ บริการ
ผลิตภัณฑ์	4.07	.828	มาก
คุณภาพและราคา	3.99	.794	มาก
การให้บริการ	4.09	.771	มาก
สถานที่	4.05	.694	มาก
รวม	4.05	.771	มาก

จากตารางที่ 1 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ เขตบางเขน จังหวัดกรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาตามด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเลือกบริโภคสื่อสิ่งพิมพ์ด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการมากที่สุด และด้านคุณภาพและราคา มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการน้อยที่สุด

3. ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคสื่อสิ่งพิมพ์ของประชากรในเขตบางเขน ดังตารางที่ 2-4

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของเพศเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ เขตบางเขน จังหวัดกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์	เพศ						p
	ชาย			หญิง			
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	
ด้านผลิตภัณฑ์	4.21	.803	มาก	3.96	.843	มาก	.295
ด้านคุณภาพและราคา	4.13	.805	มาก	3.81	.750	มาก	.089
ด้านการให้บริการ	4.20	.756	มาก	4.00	.771	มาก	.293
ด้านสถานที่	4.19	.689	มาก	3.95	.687	มาก	.318

*P < .05

จากตารางที่ 2 แสดงว่าความพึงพอใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ เขตบางเขนจังหวัดกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาโดยแยกตามเพศเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เพศชายมีความสนใจในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด และด้านคุณภาพและราคาน้อยที่สุด ส่วนเพศหญิงมีความสนใจในด้านการให้บริการมากที่สุด และด้านสถานที่น้อยที่สุดซึ่งทั้งเพศชายและเพศหญิง จากตารางค่า p มากกว่า .05 พบว่าเพศมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของอายุเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ เขตบางเขนจังหวัดกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์	อายุ												p
	ต่ำกว่า 20 ปี			20 - 29 ปี			30 - 39 ปี			40 - 49 ปี			
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	
ด้านผลิตภัณฑ์	4.21	.882	มาก	4.02	.883	มาก	4.10	.681	มาก	4.33	.471	มาก	.638
ด้านคุณภาพและราคา	3.91	.816	มาก	4.06	.815	มาก	3.90	.717	มาก	4.00	.707	มาก	.415
ด้านการให้บริการ	4.23	.786	มาก	4.04	.802	มาก	4.10	.646	มาก	4.00	.808	มาก	.514
ด้านสถานที่	4.11	.704	มาก	4.10	.702	มาก	3.95	.581	มาก	3.50	.943	มาก	.645

*P < .05

จากตารางที่ 3 แสดงว่าความพึงพอใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ เขตบางเขนจังหวัดกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาโดยแยกตามช่วงอายุเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปีมีความสนใจในด้านการให้บริการมากที่สุด และด้านสถานที่น้อยที่สุด ช่วงอายุ 20 - 29 ปีมีความสนใจในด้านสถานที่มากที่สุด และด้านผลิตภัณฑ์น้อยที่สุด ช่วงอายุ 30 - 39 ปีมีความสนใจในด้านผลิตภัณฑ์กับการให้บริการมากที่สุด และด้านคุณภาพและราคาน้อยที่สุด ช่วงอายุ 40 - 49 ปีมีความสนใจในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด และด้านสถานที่น้อยที่สุด ซึ่งช่วงอายุทั้งหมดจากตารางค่า p มากกว่า .05 พบว่าอายุมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของอาชีพเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ เขตบางเขนจังหวัดกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรม ของ ผู้บริโภค ในการเลือก ใช้บริการ สื่อสิ่งพิมพ์	อาชีพ												p
	นักเรียน/นักศึกษา			พนักงานบริษัท			ประกอบธุรกิจส่วนตัว			รับจ้าง			
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	
ด้าน ผลิตภัณฑ์	4.05	.887	มาก	4.07	.768	มาก	3.78	.192	มาก	4.50	.605	มาก	.449
ด้าน คุณภาพ และราคา	3.91	.827	มาก	4.05	.784	มาก	3.67	.433	มาก	4.56	.558	มาก	.363
ด้าน การให้บริการ	4.05	.699	มาก	3.88	.888	มาก	4.54	.722	มาก	4.56	.558	มาก	.522

*P < .05

จากตารางที่ 4 แสดงว่าความพึงพอใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ เขตบางเขนจังหวัดกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาโดยแยกตามอาชีพเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความสนใจในด้านสถานที่มากที่สุด และด้านคุณภาพและราคาน้อยที่สุด อาชีพพนักงานบริษัทมีความสนใจในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด และด้านการให้บริการน้อยที่สุด อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมีความสนใจในการให้บริการมากที่สุด และด้านสถานที่น้อยที่สุด อาชีพด้านคุณภาพและราคากับด้านการให้บริการมากที่สุด และด้านสถานที่น้อยที่สุด ซึ่งอาชีพทั้งหมดจากตารางค่า p มากกว่า .05 พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

สรุปผล

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ เขตบางเขนจังหวัดกรุงเทพมหานครสรุปผลได้ ดังนี้

ประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ เขตบางเขนจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่

ด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเลือกบริโภคสื่อสิ่งพิมพ์ตามความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์มากที่สุด และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์น้อยที่สุด

ด้านคุณภาพและราคาเมื่อพิจารณาด้านคุณภาพและราคาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเลือกบริโภคสื่อสิ่งพิมพ์ตามราคาถูกเมื่อเทียบกับสถานที่อื่นๆมากที่สุด และสัปดาห์ตรงตามแบบที่ต้องการน้อยที่สุด

ด้านการให้บริการเมื่อพิจารณาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเลือกบริโภคสื่อสิ่งพิมพ์ตามได้รับบริการตรงตามเวลาที่นัดหมายมากที่สุด และบริการขนส่งน้อยที่สุด

ด้านสถานที่ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเลือกบริโภคสื่อสิ่งพิมพ์ตามความสะอาดของสถานที่ให้บริการสิ่งพิมพ์มากที่สุด และการตกแต่งร้านที่ดูสะอาดตาของสถานที่ให้บริการสิ่งพิมพ์กับภาพลักษณ์ของสถานที่ให้บริการสิ่งพิมพ์น้อยที่สุด

จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ เขตบางเขนจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความน่า

สนใจของผลิตภัณฑ์, ราคาถูกเมื่อเทียบกับสถานที่อื่น ๆ ได้รับบริการตรงตามเวลาที่นัดหมาย ความสะอาดของสถานที่ให้บริการสิ่งพิมพ์ มากที่สุด และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ สัปดาห์ตรงตามแบบที่ต้องการ บริการขนส่ง การตกแต่งร้านที่ดูสะอาดตาของสถานที่ให้บริการสิ่งพิมพ์กับภาพลักษณ์ของสถานที่ให้บริการสิ่งพิมพ์ น้อยที่สุด

อภิปรายผล

ผลการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ เขตบางเขนจังหวัดกรุงเทพมหานคร ใน 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพและราคา ด้านการให้บริการ และด้านสถานที่ นำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ ของประชากรในเขตบางเขน มีพฤติกรรมโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ กลุ่มประชากรตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ เพราะสิ่งที่ดึงดูดลูกค้ามากที่สุดคือคือผลิตภัณฑ์ ความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์จะทำให้ลูกค้าสนใจที่จะเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์มากยิ่งขึ้น รวมไปถึงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นจะทำให้เลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์มากยิ่งขึ้นเช่นเดียวกัน

ด้านคุณภาพและราคา พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ ของประชากรในเขตบางเขน มีพฤติกรรมโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก กลุ่มประชากร

ตัวอย่างส่วนใหญ่จะเลือกที่ราคาถูกเมื่อเทียบกับที่อื่นมากกว่าที่จะมองดูเรื่องคุณภาพ แต่ว่าคุณภาพก็มีความสำคัญมากรองลงมาเช่นกัน ซึ่งทั้งนี้ควรจะทำให้ความสำคัญของสองอย่างที่ไม่พร้อมๆ กัน เพื่อการพัฒนาที่ดีมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของอภิญญา มุ่งอ้อมกลาง และคณะ (2554) ที่ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรม การเลือกใช้บริการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ของผู้บริโภค ในเขตดุสิต ด้านราคาราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ของผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์รูปแบบของ ผลิตภัณฑ์มีหลากหลายรูปแบบของผู้บริโภคมีผล ต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์

ด้านการให้บริการ พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ ของประชากรในเขตบางเขน มีพฤติกรรมโดยรวมและรายชื่ออยู่ในระดับมาก กลุ่มประชากร ตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกที่จะได้รับบริการตรงตาม เวลาที่นัดหมาย นั้นหมายถึงการตรงต่อเวลาของ การส่งงาน ตามที่ตกลงกับลูกค้าไว้ การบริการที่เป็นกันเองก็มีส่วนที่จะทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปด้วยเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของอดิศักดิ์ โพธิ์กุล (2550) ได้ศึกษาค้นคว้าเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้ บริการสปาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ สปาด้านการบริการมากที่สุดได้แก่ การให้บริการ ลูกค้าด้วยความเสมอภาค ดังนั้นจึงควรที่จะให้ ความสำคัญกับเรื่องนี้ให้มาก

ด้านสถานที่ พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ ของประชากรใน เขตบางเขน มีพฤติกรรมโดยรวมและรายชื่ออยู่

ในระดับมาก กลุ่มประชากรตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ตามความสะดวกของ สถานที่ให้บริการของสื่อสิ่งพิมพ์ เพราะสถานที่ เป็นสิ่งแรกที่ลูกค้ามองเห็น ถ้าหากไม่สะดวก ไม่น่ามอง ผู้บริโภคก็จะไม่กล้าเข้ารับบริการ เนื่องจากภาพลักษณ์ที่ดูไม่ดีนี้จะทำให้ภาพลักษณ์ดูไม่ดีตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงาน วิจัยของตำรวจอดิศักดิ์ โพธิ์กุล (2550) ได้ศึกษาค้นคว้าเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้ บริการสปาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา ด้าน สถานที่มากที่สุด ได้แก่ บรรยากาศภายในสปา ดังนั้นเราจึงต้องให้ความสำคัญกับด้านนี้ให้มาก พอกับด้านอื่น ๆ ที่ได้กล่าวมา

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาในเรื่องกลยุทธ์การตลาด ด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สื่อสิ่งพิมพ์ของผู้ประกอบการในเขตบางเขน
2. ควรศึกษาในเรื่องความต้องการด้าน ผลิตภัณฑ์สื่อสิ่งพิมพ์ที่แตกต่างของผู้บริโภคใน เขตบางเขน

เอกสารอ้างอิง

- วรรณิ แกมเกตุ. (2555). **วิธีวิทยาการทาง พฤติกรรมศาสตร์**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- สุพริมพรินทร์ จำกัด. (2553). **งานพิมพ์หรือพิมพ์ งานสำคัญอย่างไร? สืบค้นเมื่อ** [20 กุมภาพันธ์ 2558] จาก

[http://www.supremeprint.net/
index.php?lay=show&ac=article&
id=538786414.](http://www.supremeprint.net/index.php?lay=show&ac=article&id=538786414)

อดิศักดิ์ โพธิ์กุล. (2550). **พฤติกรรมของ
ผู้บริโภคนในการใช้บริการสปา
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย.**
การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

อพิญญา มุ่งอ้อมกลาง และคณะ. (2554).
**พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการผลิต
สื่อสิ่งพิมพ์ของผู้บริโภคในเขตดุสิต.**
รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏ
สวนสุนันทา.

NovaBizz. (2548). **พฤติกรรมมนุษย์.**
สืบค้นเมื่อ [20 กุมภาพันธ์ 2558]
จาก [http://www.novabizz.com/
NovaAce/Behavior/#ixzz3Q1mGB](http://www.novabizz.com/NovaAce/Behavior/#ixzz3Q1mGB)