

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการศูนย์ถ่ายเอกสารยูทูปี่ปรีนท์
ผู้จัดทำ	นาย ภควัต จงชนะชัย
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.พิสิษฐ์ ธารพิพัฒน์
วันที่อนุมัติผลงาน	26 พฤษภาคม 2554
จำนวนหน้า	57 หน้า
คำสำคัญ	พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการศูนย์ถ่ายเอกสารของลูกค้าศูนย์ถ่ายเอกสารยูทูปี่ปรีนท์ และศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าศูนย์ถ่ายเอกสารยูทูปี่ปรีนท์ ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) แสดงผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย โดยใช้ค่าสถิติคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบทางสถิติเชิงอนุมานโดยการทดสอบสมมติฐานแบบที (T-Test) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-22 ปี ส่วนใหญ่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 7,000 บาทต่อเดือน

พฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการถ่ายเอกสารขาว-ดำ เป็นเอกสารประกอบการสอนหรือซีพามากที่สุด รองลงมา คือ เอกสารที่จดจากเพื่อน หนังสือหรือตำราที่ยืมมา เอกสารที่พิมพ์ออกมาจากคอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่เป็น รายงานวิชาต่าง ๆ และเอกสารการเรียนการสอน รองลงมาคือ รายงานการวิจัยหรือวิทยานิพนธ์ ส่วนใหญ่ใช้บริการในวันที่เป็นวันหยุดหรือมีเวลาว่าง รองลงมา คือ วันที่ต้องไปเรียน โดยวันจันทร์ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่มากที่สุด ช่วงเวลาที่ใช้

บริการมากที่สุดคือ ช่วง 12.01-14.00 น. เนื่องจากเป็นช่วงเวลาดังหรือเวลาพัก และความถี่ในการใช้บริการศูนย์ถ่ายเอกสารยกยอปปี้ปริ้นท์มากที่สุดคือ 1-5 ครั้งต่อเดือน การใช้บริการระหว่างเดือนไม่แน่นอน โดยสาเหตุส่วนใหญ่เกิดจากอาจารย์สั่งงานในช่วงดังกล่าว ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการในแต่ละครั้ง 1-25 หน้า ระยะเวลาการรอคอย 5-10 นาที เสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 100 บาท ซึ่งใกล้เคียงกับสถานศึกษาหรือที่ทำงาน และค่าบริการถูกกว่าร้านอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปรียบเทียบและประเมินก่อนการใช้บริการศูนย์ถ่ายเอกสารยกยอปปี้ปริ้นท์ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการเองเนื่องจากมีการบริการตรงกับความต้องการ อีกส่วนหนึ่งคือเพื่อนแนะนำมาใช้บริการ และส่วนใหญ่ยังกลับมาใช้บริการอีกแน่นอน

ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า ปัจจัยที่มีผลในระดับมากอันดับแรก คือ ความคมชัดของงานพิมพ์ และการให้บริการได้ถูกต้องตรงตามที่คาดหวังเอาไว้ ปัจจัยทางการตลาดด้านราคา พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ อัตราค่าบริการสมเหตุสมผลลูกค้ายอมรับได้ ปัจจัยทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัยของลูกค้า ปัจจัยทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยที่มีผลในระดับมากเป็นอันดับแรกคือ มีป้ายแสดงการให้บริการอย่างชัดเจน ปัจจัยทางด้านบุคลากร พบว่าปัจจัยที่มีผลในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ ให้บริการด้วยความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการ พบว่าปัจจัยที่มีผลในระดับมากเป็นอันดับแรกคือ สามารถส่งมอบงานตรงเวลานัดหมาย ปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ พบว่าปัจจัยที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ สามารถทำงานได้ตามสัญญาที่ให้กับลูกค้าและเครื่องมืออุปกรณ์ที่ให้บริการมีพร้อมให้บริการ

การศึกษาปัญหาการให้บริการศูนย์ถ่ายเอกสารยกยอปปี้ปริ้นท์ พบว่าปัญหาที่จืดจางไม่สะดวก มีจำนวนที่มีปัญหามากที่สุดเป็นอันดับแรก อันดับที่สองคือ ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ศูนย์ถ่ายเอกสารยกยอปปี้ปริ้นท์ อันดับที่ 3 รอยจุดบนเอกสารที่ทำการปริ้นท์

จากการทดสอบสมมุติฐาน แสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการศูนย์ถ่ายเอกสารยกยอปปี้ปริ้นท์จำแนกโดยนักเรียนนักศึกษากับบุคคลทั่วไปแตกต่างกัน