

ปัจจัยและพฤติกรรมการเลือกอ่านการ์ตูนเรทอาร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

Factors and Behaviors of College Students Chosen to Read R-rated Comic in Silpakorn University IT Campus

ประสพชัย พสุนนท์¹, ธเนศ ศรีศิริทรัพย์¹, กมล สุทธิวิรัช¹

Prasopchai Pasunon¹, Thanet Srisirisub¹, Kamon Suttiwirat¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกอ่านการ์ตูนเรทอาร์ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกอ่านการ์ตูนเรทอาร์ 3) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกอ่านการ์ตูนเรทอาร์ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยกำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวทางของ Yamane (1967) จำนวน 400 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรม SPSS ด้วยค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test และ F-test ทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยตัวสถิติ LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิจัย พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ศึกษาในระดับชั้นปี 4 อายุ 21 ปี มีผลการเรียนเฉลี่ยสะสมระหว่าง 2.50 - 2.99 รายรับจากผู้ปกครองต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาท พ่อแม่อยู่ด้วยกัน จำนวนพี่น้อง 1 - 2 คน และไม่มีแฟน 2) ส่วนใหญ่มีผู้รู้จักการ์ตูนเรทอาร์อยู่บ้าง เลือกอ่านการ์ตูนเรทอาร์ก็ต่อเมื่ออยู่คนเดียวตามลำพัง ใช้ระยะเวลาในการอ่านต่ำกว่า 15 นาที ใช้หอพักเป็นสถานที่ในการอ่าน ผู้อ่านจะเลือกอ่านตามใจตนเอง และหาอ่านจากอินเทอร์เน็ต 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกอ่านการ์ตูนเรทอาร์มากที่สุด คือ ด้านการจัดจำหน่าย รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการขาย และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ และ 4) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ เกรดเฉลี่ย และรายได้จากผู้ปกครอง ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกอ่านการ์ตูนเรทอาร์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ : การ์ตูนเรทอาร์ , พฤติกรรม , การทดสอบสมมติฐาน

¹ สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

¹ Marketing Program, The Faculty of Management Science, Silpakorn University

Abstract

The objective of this research was to study the behaviors of R-rated cartoon of comic in Silpakorn University IT campus, the factors affecting R-rated. comics in Silpakorn University IT campus and also the comparison of the differences in demographic factors that affected the marketing mix factors toward purchasing decision of R-rated comics in Silpakorn University IT campus. This samples were conducted by following the guidelines of Yamane (1967) with 400 students in Silpakorn University IT campus. The data was analyzed by SPSS statistical program such as percentage, standard deviation. The hypothesis was tested by T-test and F-test. It was tested the pair difference by LSD at the level of statistical significance at 0.05. The result showed that 1) the most respondents were the 4th year female students, age 21 years old, GPA range of 2.50 - 2.99, monthly income over 5,000 baht single and stayed with their family. 2) Most of them knew R-Rated cartoon. They read R-Rate of cartoon when they stayed alone. They spent at least 15mins to read from the internet at their dormitory. 3) Marketing mix factors affected the purchasing decision varying from high to low scores as follows: It found that distribution channel or delivery, price promotion and product, respectively. 4) Demographic factors of sex, GPA and income also affected the marketing mix factors toward R-Rate of cartoon purchasing decision.

Keyword : R-rated cartoon , Behavior , Hypothesis testing

บทนำ

การอ่านเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างยิ่ง ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต อันเป็นประโยชน์แก่ตนและสังคมในเชิงวิชาการ การอ่านมิใช่เพียงเป็นการรับสารเท่านั้น แต่เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับความคิดและภูมิปัญญาอันซับซ้อน ดังนั้น การอ่านจึงเป็นศาสตร์สาขาหนึ่ง ที่ต้องการการศึกษาวิจัยทั้งในเชิงวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์ เพื่อนำผลการศึกษาไปปฏิบัติใช้ให้เกิดประโยชน์กับการพัฒนาบุคลากรในระดับการศึกษา และสาขาอาชีพต่างๆ (สุพรรณิวาราท : 2545)

ความเครียดทางจิตใจเป็นความสัมพันธ์โดยเฉพาะระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อมทำให้บุคคลรับรู้ความแตกต่างระหว่างความต้องการของสถานการณ์กับทรัพยากรของบุคคลทั้งทางชีวภาพ จิตวิทยา หรือระบบสังคม ไม่ว่าจะความแตกต่างนั้นจะเป็นจริงหรือไม่ก็ตาม (Lazarus and Folkman, 1984)

โดจินชิ (ญี่ปุ่น: 同人誌 Dōjinshi) หมายถึง สื่อ

สัญชาติญี่ปุ่นที่สร้างและจัดจำหน่ายโดยมือสมัครเล่น โดยอาจเป็นมังงะ อะนิเมะ นิยาย หนังสือรวมภาพเขียนหรืองานศิลปะ หรือวิดีโอเกม อย่างไรก็ตาม ศิลปินอาชีพหลายคนตีพิมพ์โดจินชิเพื่อเผยแพร่ผลงานของตนโดยไม่ผ่านสำนักพิมพ์ คำว่าโดจินชิสร้างมาจากคำว่า 同人 ซึ่งแปลว่า “กลุ่มคนที่มีความสนใจแบบเดียวกัน” และ 誌 ซึ่งแปลว่า “นิตยสาร” หรือ “การเผยแพร่” กลุ่มผู้สร้างโดจินชิมักเรียนตัวเองว่า “เซอร์เคิล” (サークル, circle) โดจินชิโดยส่วนมากจะเขียนโดยแฟนๆของการ์ตูนที่ได้รับความนิยม โดยนำตัวละครจากการ์ตูนที่ชื่นชอบมาเขียนเรื่องราวเพิ่มเติมออกไปตามแต่จินตนาการของแฟนๆ นับเป็นการตอบสนองความต้องการของแฟนการ์ตูนในแบบหนึ่ง

โดจินชิเป็นทางเลือกสำหรับศิลปินหรือนักประพันธ์ที่ต้องการเผยแพร่ผลงานโดยไม่ต้องผ่านการกลั่นกรองหรือประเมินคุณค่าจากสำนักพิมพ์ การเผยแพร่ทำได้โดยจำหน่ายผลงานของตนได้ในงานขายตรงโดจินชิที่ใหญ่ที่สุดคือ งานคอมิกเก็ตจัดในหน้าร้อนและ

หน้าหนาวของทุกปีที่โตเกียวบิกไซต์ มีผู้เข้าร่วมงานไม่ต่ำกว่าครึ่งละ 400,000 คน ปัจจุบันนักเขียนโดจินชิยังสามารถจำหน่ายผลงานทางอินเทอร์เน็ต หรือ ทางร้านหนังสือซึ่งขายเฉพาะ โดจินชิ ได้อีกด้วย

เอ็นไต (ญี่ปุ่น: 変態 หรือ へんたい hentai) เป็นคำศัพท์ในภาษาญี่ปุ่นที่หมายถึง "การเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย" หรือ "ความผิดปกติ" ในประเทศญี่ปุ่น คำว่า "เอ็นไต" มักถูกใช้ในความหมายที่ไม่ดี โดยอาจหมายถึง "ความผิดปกติทางเพศ" และมีการใช้คำนี้ในประเทศอื่นบางประเทศ เพื่อสื่อความหมายถึงการดูญี่ปุ่น (ทั้งที่เป็นมังงะ, โดจินชิ และอะนิเมะ) และเกมคอมพิวเตอร์ญี่ปุ่น ที่มีลักษณะลามกอนาจาร เช่น มีภาพการมีเพศสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เป็นต้น และมักจะมีตัวอักษร H ไปอยู่หน้าชื่อ เช่น H-Game หรือ H-Anime ซึ่งมีความหมายถึงเกมหรืออะนิเมะที่เป็นเอ็นไต

อะนิเมะ (anima) แปลว่า เคลื่อนไหวหรือภาพเคลื่อนไหว แต่ความหมายกลายเป็นคำเฉพาะของภาษาญี่ปุ่นแปลว่า ภาพยนตร์ การ์ตูน ภายนอกประเทศญี่ปุ่น อะนิเมะหมายถึงภาพยนตร์การ์ตูนสัญชาติญี่ปุ่น ซึ่งส่วนใหญ่มีลักษณะทางศิลปะแตกต่างกับภาพยนตร์การ์ตูนจากแหล่งอื่น อะนิเมะส่วนใหญ่จะวาดขึ้นด้วยมือแต่ปัจจุบันมีการนำคอมพิวเตอร์มาช่วยสร้างอะนิเมะอย่างแพร่หลาย อะนิเมะส่วนใหญ่สร้างขึ้นเพื่อความบันเทิงเหมือนภาพยนตร์ โดยมีแนวเรื่องหลากหลายและครอบคลุมแนววรรณกรรมเกือบทุกแนว อะนิเมะส่วนใหญ่ถูกสร้างขึ้นเป็นตอนๆ เพื่อฉายทางโทรทัศน์ ส่วนหนึ่งถูกสร้างเป็นภาพยนตร์การ์ตูนเรื่องยาวเพื่อฉายในโรงภาพยนตร์ และอีกส่วนหนึ่งถูกสร้างเป็นตอนๆ เพื่อขายตรงในรูปแบบดีวีดี วีซีดี หรือวีดีโอเทป คู่มือการทำตอนเฉพาะที่เรียกว่า โอวีเอ อะนิเมะหลายเรื่องถูกดัดแปลงมาจากมังงะ นอกจากนี้ยังมีอะนิเมะที่ถูกนำไปดัดแปลงเป็นละครโทรทัศน์อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม คำว่า เอ็นไตในความหมายเกี่ยวกับสื่อลามกก็ไม่เป็นที่นิยมใช้กันในประเทศญี่ปุ่น ในประเทศญี่ปุ่นเรียกเอ็นไตที่เป็นอะนิเมะว่า "อะนิเมะสำหรับผู้ใหญ่อายุมากกว่า 18 ปี" (ญี่ปุ่น: 18禁アニメ) จูฮาจินอะนิเมะ ?) หรือ "อะนิเมะที่กระตุ้นความรู้สึกทางเพศ" (ญี่ปุ่น: エロアニメ) อะโรอะนิ

เมะ ?) (อังกฤษ: erotic anime) นอกจากนี้ยังอาจเรียกเอ็นไตที่เป็นเกมคอมพิวเตอร์ว่า อะโรอะนิ (ญี่ปุ่น: エロゲー erogē ?)

การ์ตูนโป๊ (erotic comic) หรือ การ์ตูนสำหรับผู้ใหญ่ (adult comic) เป็นการ์ตูนที่สร้างขึ้นสำหรับผู้ใหญ่อ่าน เนื่องจากมีสื่อซึ่งถือกันว่าจู้จาด น่ากลั ลามกอนาจาร ชัดต่อลัทธิศาสนา ศุศีลธรรม หรือโป๊เปลือย ต่างไปจากการดูทั่วไปที่นิยมกันว่าเป็นมิตรแก่เด็ก อย่างไรก็ดี มีการดูโป๊หลายเรื่องไม่ได้ว่าด้วยเรื่องทางกามารมณ์เลย แต่เพียงพรรณนาเรื่องราวของวัยเจริญพันธุ์ตามธรรมชาติ

นักเขียนเหล่านี้จะเขียนการ์ตูนโป๊ออกเป็นหลากหลายแนวและเป็นทางเลือกหนึ่งที่ทำให้นักประพันธ์ที่ต้องการเผยแพร่ผลงานโดยไม่ต้องผ่านการกลั่นกรองหรือประเมินคุณค่าจากสำนักพิมพ์เช่นการเขียนการ์ตูนแนวตลกและนำผลงานไปจำหน่ายในช่องทางต่างๆ ซึ่งปัจจุบันมีอยู่ทั่วไปบนอินเทอร์เน็ต

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมกาเลือกอ่านการ์ตูนเรทอาร์ และปัจจัยกาเลือกอ่านการ์ตูนเรทอาร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีเนื่องจากเป็นเรื่องที่ผู้วิจัยได้เห็นเพื่อนๆ นักศึกษาหลายๆ คนมีความสนใจในการอ่านการ์ตูนเรทอาร์จำนวนหลายคนและเป็นการศึกษาในเรื่องที่แปลกใหม่ โดยใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดเป็นข้อคำถามในการทำความเข้าใจในปรากฏการณ์ดังกล่าว นอกจากนี้ ยังได้เปรียบเทียบกับปัจจัยประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้วย เพื่อจะได้ทำความเข้าใจถึงกลุ่มผู้บริโภคหนังสือการ์ตูนเรทอาร์ได้อย่างรอบด้าน ซึ่งจะเป็นทั้งในแง่การตลาดและการทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกาเลือกอ่านการ์ตูนเรทอาร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกอ่านการ์ตูนเรทอาร์ของนักศึกษา

มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกอ่านการ์ตูนเรทอาร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

วิธีการศึกษา

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย มีดังต่อไปนี้

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ซึ่งเป็นประชากรศาสตร์เป้าหมายของการวิจัย ผลจากการสำรวจข้อมูลจะใช้การศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมกรการเลือกอ่านการ์ตูนเรทอาร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีมีจำนวนประมาณ 4,762 ขณะที่กลุ่มตัวอย่างคำนวณตามสูตรของ Yamane (ประสพชัย พสุนนท์ 2553) ที่ความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 ได้ประมาณ 369 คน แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดของข้อมูลจึงจัดเก็บทั้งหมด 400 ชุด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นการวิจัยแบบสอบถามโดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 แบบสอบถาม ปัจจัยและพฤติกรรมกรการเลือกอ่านการ์ตูนเรทอาร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ 1) ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ 2) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความสนใจในการ์ตูนเรทอาร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดการอ่านการ์ตูนเรทอาร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

2.2 การสร้างแบบสอบถามเริ่มต้นจากทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับปัจจัย และพฤติกรรมกรการเลือกอ่านการ์ตูนเรทอาร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต

สารสนเทศเพชรบุรี และปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาด เพื่อกำหนดรูปแบบและตัวแปรในแบบสอบถาม

2.3 กำหนดโครงสร้างแบบสอบถามให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และออกแบบข้อคำถามและวิธีการตอบคำถาม โดยพิจารณาถึงความถูกต้องของเนื้อหาและสำนวนภาษา

2.4 นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยการตลาด ตรวจสอบความถูกต้อง และความเหมาะสมของแบบสอบถามโดยเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถามแต่ละข้อแบบวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) มากกว่า 0.50 จากนั้นนำแบบสอบถามไปปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

2.5 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชมังคลาจารย์ จำนวน 40 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟา (α Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่าเท่ากับ 0.8674 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงสูง (สรชัย พิศาลบุตร เสาวรส ใหญ่สว่าง และปรีชา อัครเวชานุกร 2549)

3. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแล้วจึงได้นำข้อมูลไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ใช้ความถี่และร้อยละ

3.2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกอ่านการ์ตูนเรทอาร์ ใช้ค่าความถี่และร้อยละ

3.3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกอ่านการ์ตูนเรทอาร์ ใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ซึ่งการแปลความหมายของระดับความสำคัญวัดจากค่าเฉลี่ยโดยใช้แนวทางของประสพชัย พสุนนท์ (2553) คือ 1) คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายความว่า สำคัญระดับ มากที่สุด 2) คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายความว่า สำคัญระดับ มาก 3) คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายความว่า สำคัญระดับ

ปานกลาง 4) คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายความว่า สำคัญระดับ น้อย และ 5) คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายความว่า สำคัญระดับ น้อยที่สุด

4. การวิเคราะห์ทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลกระทบต่อปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการอ่านการ์ตูนเรทอาร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี กรณีที่มีกลุ่มตัวอย่างมีเพียง 2 กลุ่ม ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ T-test ขณะที่หากมีกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ทดสอบสมมติฐานด้วยตัวสถิติ F-test และหากมีความแตกต่างจะทดสอบรายคู่ด้วยตัวสถิติ LSD ทั้งนี้การทดสอบสมมติฐานกำหนดระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05

ผลการศึกษา

เมื่อสำรวจข้อมูลตามแบบแผนการสุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้ง 400 ชุด พบว่า ข้อมูลมีความถูกต้องสมบูรณ์ จากนั้นนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ผลการศึกษามีดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เลือกอ่านการ์ตูนเรทอาร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 63.50) ศึกษาในระดับชั้นปี 4 (ร้อยละ 69.00) อายุ 21 ปี (ร้อยละ 45.00) มีผลการเรียนเฉลี่ยสะสมระหว่าง 2.50 - 2.99 (ร้อยละ 39.80) รายรับจากผู้ปกครองต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ 31.30) พ่อแม่อยู่ด้วยกัน (ร้อยละ 76.80) จำนวนพี่น้อง 1 - 2 คน (ร้อยละ 60.30) ไม่มีแฟน (ร้อยละ 51.30)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการอ่านการ์ตูนเรทอาร์ พบว่า ส่วนใหญ่ มีผู้รู้จักการ์ตูนเรทอาร์อยู่บ้าง (ร้อยละ 66.50) มีความสนใจในการ์ตูนเรทอาร์ระดับเฉยๆ (ร้อยละ 61.50) ส่วนใหญ่ผู้อ่านการ์ตูนเรทอาร์จะอ่านนานๆครั้ง (ร้อยละ 55.00) อ่านการ์ตูนเรทอาร์ใช้ระยะเวลาในการอ่านต่ำกว่า 15 นาที (ร้อยละ 57.30) ส่วนใหญ่จะอ่านช่วงเวลาค่ำ (ร้อยละ 41.50) ผู้อ่านนั้นจะอ่านเมื่ออยู่คนเดียว (ร้อยละ 64.00) หอพักเป็นสถานที่ในการอ่าน (ร้อยละ 52.30) ผู้อ่านจะเลือกอ่านตามใจตนเอง (ร้อยละ 58.50) มีสาเหตุเพื่อความเพลิดเพลิน (ร้อยละ 40.50) อ่านจากอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 43.00) การเล่นเกมออนไลน์ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการอ่านการ์ตูนเรทอาร์ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 28.80) ปัจจุบันผู้คนดูทีวีเพื่อคลายความเครียด (ร้อยละ 61.50) ส่วนใหญ่ การ์ตูนเรทอาร์มีความสำคัญต่อชีวิตในระดับน้อย (ร้อยละ 28.50) การ์ตูนเรทอาร์เป็นสิ่งที่สังคมควรยอมรับในระดับปานกลาง (ร้อยละ 57.50) เนื้อเรื่องการ์ตูนเรทอาร์สามารถกระตุ้นอารมณ์ทางเพศในระดับปานกลาง (ร้อยละ 30.50) การอ่านการ์ตูนเรทอาร์ส่งผลให้ครอบครัวรู้สึกว่าคุณเป็นคนหมกมุ่นในกาม (ร้อยละ 38.30) บุคคลอื่นๆจะรู้สึกเฉยๆเมื่อรู้ว่าคุณอ่าน (ร้อยละ 45.80) การอ่านการ์ตูนเรทอาร์ทำให้ได้รับความเพลิดเพลิน (ร้อยละ 56.80)

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกอ่านการ์ตูนเรทอาร์ พบว่า ด้านการจัดจำหน่ายมาเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการขาย และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด

| ปัจจัยทางการตลาด | ระดับความสำคัญ | | | | | \bar{x} | SD | ความหมาย |
|-------------------------|----------------|----------------|----------------|---------------|--------------|-----------|------|----------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | | |
| ด้านผลิตภัณฑ์ | | | | | | 2.97 | 0.71 | ปานกลาง |
| 1.คุณภาพของสิ่งตีพิมพ์ | 2 (0.50) | 127 (31.80) | 176 (44.00) | 77 (19.30) | 18 (4.50) | 3.05 | 0.84 | ปานกลาง |
| 2.ชื่อของผู้แต่งการ์ตูน | 14 (3.50) | 148 (37.00) | 145 (36.30) | 75 (18.80) | 18 (4.50) | 3.16 | 0.92 | ปานกลาง |

ตารางที่ 1 (ต่อ)

| | | | | | | | | |
|---------------------------------------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|---------------|-------------|-------------|----------------|
| 3. มีเนื้อเนื้อหาที่การ์ตูนไปไม่ มี | 21 (5.30) | 91 (22.80) | 172 (43.00) | 99 (24.80) | 17 (4.30) | 3.00 | 0.93 | ปานกลาง |
| 4. คำชักชวน หรือ ผู้แนะนำใน หนังสือเทออาร์ | 3 (0.80) | 61 (15.30) | 206 (51.50) | 105 (26.30) | 25 (6.30) | 2.78 | 0.81 | ปานกลาง |
| 5. ความชื่นชอบในการ์ตูนเทอ อาร์ | 30 (7.50) | 58 (14.50) | 192 (48.00) | 89 (22.30) | 31 (7.80) | 2.92 | 0.97 | ปานกลาง |
| 6. เนื้อเรื่องของการ์ตูนเทออาร์ | 26 (6.50) | 85 (21.30) | 167 (41.80) | 101 (25.30) | 21 (5.30) | 2.99 | 0.97 | ปานกลาง |
| 7. การโฆษณาจากนิตยสาร | 3 (0.80) | 106 (26.50) | 152 (38.00) | 110 (27.50) | 29 (7.30) | 2.86 | 0.92 | ปานกลาง |
| 8. ภาพโปสเตอร์ติดเทออาร์ | 31 (7.80) | 79 (19.80) | 137 (34.30) | 127 (31.80) | 26 (6.50) | 2.91 | 1.04 | ปานกลาง |
| 9. ความคมชัดของรูปภาพ | 42 (10.50) | 102 (25.50) | 127 (31.80) | 111 (27.80) | 18 (4.50) | 3.10 | 1.06 | ปานกลาง |
| 10. ความสวยงามของภาพ | 61 (15.30) | 104 (26.00) | 132 (33.00) | 86 (21.50) | 17 (4.30) | 3.27 | 1.09 | ปานกลาง |
| 11. รูปภาพติดเทอมีจำนวน มาก | 17 (4.30) | 89 (22.30) | 174 (43.50) | 72 (18.00) | 48 (12.00) | 2.89 | 1.02 | ปานกลาง |
| 12. ชื่อของผู้วาดรูปภาพ การ์ตูน | 29 (7.30) | 54 (13.50) | 181 (45.30) | 87 (21.80) | 49 (12.30) | 2.82 | 1.05 | ปานกลาง |
| 13. เนื้อเรื่องที่มีแนวกระตุ้น อารมณ์ | 26 (6.50) | 102 (25.50) | 132 (33.80) | 109 (27.30) | 28 (7.00) | 2.97 | 1.03 | ปานกลาง |
| 14. มีเนื้อเรื่องตัวอย่าง | 37 (9.30) | 98 (24.50) | 125 (31.30) | 96 (24.00) | 44 (11.00) | 2.97 | 1.14 | ปานกลาง |
| 15. ขนาดความยาวของเนื้อ เรื่อง | 37 (9.30) | 61 (15.30) | 153 (38.30) | 114 (28.50) | 35 (8.80) | 2.88 | 1.07 | ปานกลาง |
| ด้านราคา | | | | | | 3.20 | 0.74 | ปานกลาง |
| 1. ราคาหนังสือที่บอกถึง คุณภาพของสินค้า | 18 (4.50) | 148 (37.00) | 181 (45.30) | 39 (9.80) | 14 (3.50) | 3.29 | 0.84 | ปานกลาง |
| 2. ราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ หนังสือ | 48 (12.00) | 102 (25.50) | 185 (46.30) | 46 (11.50) | 19 (4.80) | 3.29 | 0.98 | ปานกลาง |
| 3. หากราคาเปลี่ยนแปลงจะมี ผลต่อการตัดสินใจซื้อ | 29 (7.30) | 96 (24.00) | 192 (48.00) | 63 (15.80) | 20 (5.00) | 3.13 | 0.93 | ปานกลาง |

ตารางที่ 1 (ต่อ)

| | | | | | | | | |
|--------------------------------------------------|---------------|----------------|----------------|---------------|--------------|-------------|-------------|----------------|
| 4.ความสะดวกและประหยัดในการหาซื้อ | 27 (6.80) | 70 (17.50) | 232 (58.00) | 55 (13.80) | 16 (4.00) | 3.09 | 0.86 | ปานกลาง |
| ด้านการจัดจำหน่าย | | | | | | 3.21 | 0.79 | ปานกลาง |
| 1.หาซื้อได้ง่าย | 22 (5.50) | 158 (39.50) | 113 (28.30) | 91 (22.80) | 16 (4.00) | 3.20 | 0.98 | ปานกลาง |
| 2.กรณีสั่งซื้อสามารถส่งสินค้าถึงลูกค้าได้รวดเร็ว | 52 (13.00) | 126 (31.50) | 148 (37.00) | 55 (13.80) | 19 (4.80) | 3.34 | 1.02 | ปานกลาง |
| 3.การซื้อหนังสือแบบไม่เปิดเผยตัวบุคคลผู้ซื้อ | 35 (8.80) | 113 (28.30) | 148 (37.00) | 78 (19.50) | 26 (6.50) | 3.13 | 1.04 | ปานกลาง |
| 4.แหล่งจำหน่ายที่มีความน่าเชื่อถือ | 28 (7.00) | 109 (27.30) | 173 (43.30) | 70 (17.50) | 20 (5.00) | 3.14 | 0.95 | ปานกลาง |
| 5.มีช่องทางในการจำหน่ายอย่างทั่วถึง | 40 (10.00) | 93 (23.30) | 193 (48.30) | 59 (14.80) | 15 (3.80) | 3.21 | 0.94 | ปานกลาง |
| ด้านส่งเสริมการขาย | | | | | | 3.10 | 0.73 | ปานกลาง |
| 1.การจัดโปรโมชั่นในการซื้อหนังสือการ์ตูน | 20 (5.00) | 121 (30.30) | 152 (38.00) | 84 (21.00) | 23 (5.80) | 3.08 | 0.97 | ปานกลาง |
| 2.รูปภาพติดเรทติ้งที่โฆษณาในเว็บ | 12 (3.00) | 144 (36.00) | 143 (35.80) | 84 (21.00) | 17 (4.30) | 3.13 | 0.92 | ปานกลาง |
| 3.คำแนะนำจากผู้ที่อ่านการ์ตูนเรทติ้ง | 6 (1.50) | 103 (25.80) | 199 (49.80) | 64 (16.00) | 28 (7.00) | 2.99 | 0.87 | ปานกลาง |
| 4.การแจกหนังสือตัวอย่างที่ออกใหม่ | 11 (2.80) | 139 (34.80) | 163 (40.80) | 73 (18.30) | 14 (3.50) | 3.15 | 0.87 | ปานกลาง |
| 5.การโฆษณาในนิตยสาร | 34 (8.50) | 103 (25.80) | 150 (37.50) | 93 (23.30) | 20 (5.00) | 3.10 | 1.01 | ปานกลาง |
| 6.การลดราคาหนังสือ | 42 (10.50) | 112 (28.00) | 147 (36.80) | 72 (18.00) | 27 (6.80) | 3.18 | 1.06 | ปานกลาง |

4. การทดสอบสมมติฐานปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกอ่านการ์ตูนเรเทอร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี แสดงดังตารางที่ 2 สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

4.1 การทดสอบสมมติฐานเรื่องเพศ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาดต่างกัน เมื่อมีเพศที่ต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาและด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่แตกต่างกัน เมื่อมีเพศที่ต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.2 การทดสอบสมมติฐานเรื่องชั้นปี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ไม่แตกต่างกัน เมื่อชั้นปีแตกต่างกัน

4.3 การทดสอบสมมติฐานเรื่องอายุ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 4 ด้าน ไม่แตกต่างกัน เมื่ออายุแตกต่างกัน

4.4 การทดสอบสมมติฐานเรื่องคะแนนเฉลี่ยสะสม พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านแตกต่างกัน เมื่อมีคะแนนเฉลี่ยสะสมแตกต่างกัน และเมื่อทดสอบรายคู่ด้วยค่า LSD สามารถสรุปได้ดังนี้

4.4.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เกรดเฉลี่ยสะสมที่ต่ำกว่า 2.00 มีความแตกต่างจาก เกรดเฉลี่ยสะสม 2.01 – 2.50 เกรดเฉลี่ยสะสม 2.51 – 2.99 เกรดเฉลี่ยสะสม 3.00 – 3.49 เกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 3.5

4.4.2 ปัจจัยด้านราคา เกรดเฉลี่ยสะสมที่ต่ำกว่า 2.00 มีความแตกต่างจาก เกรดเฉลี่ยสะสม 2.01 – 2.50 เกรดเฉลี่ยสะสม 2.51 – 2.99 เกรดเฉลี่ยสะสม 3.00 – 3.49 เกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 3.5

4.4.3 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย เกรดเฉลี่ยสะสมที่ต่ำกว่า 2.00 มีความแตกต่างจาก เกรดเฉลี่ยสะสม 2.01 – 2.50 เกรดเฉลี่ยสะสม 2.51

– 2.99 เกรดเฉลี่ยสะสม 3.00 – 3.49 เกรดเฉลี่ยสะสมมากกว่า 3.5

4.4.4 ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย เกรดเฉลี่ยสะสมที่ต่ำกว่า 2.00 มีความแตกต่างจาก เกรดเฉลี่ยสะสม 2.01 – 2.50 เกรดเฉลี่ยสะสม 2.51 – 2.99 เกรดเฉลี่ยสะสม 3.00 – 3.49 เกรดเฉลี่ยสะสม มากกว่า 3.5

4.5 การทดสอบสมมติฐานเรื่องรายรับจากผู้ปกครอง พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านแตกต่างกัน เมื่อรายรับจากผู้ปกครองแตกต่างกัน และเมื่อทดสอบรายคู่ด้วยค่า LSD สามารถสรุปได้ดังนี้

4.5.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านส่งเสริมการขาย รายรับจากผู้ปกครองต่ำกว่า 3000 บาท มีความแตกต่างจาก รายรับจากผู้ปกครอง 3,001 - 4,000 บาท รายรับจากผู้ปกครอง 4,001 - 5,000 บาท รายรับจากผู้ปกครอง มากกว่า 5,000 บาท

4.6 การทดสอบสมมติฐานเรื่องสภาพครอบครัวนักศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านไม่แตกต่างกัน เมื่อสภาพครอบครัวนักศึกษาแตกต่างกัน

4.7 การทดสอบสมมติฐานเรื่องจำนวนพี่น้องในครอบครัว พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านไม่แตกต่างกัน เมื่อจำนวนพี่น้องในครอบครัวแตกต่างกัน

4.8 การทดสอบสมมติฐานเรื่องการเมือง พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 4 ด้าน ไม่แตกต่างกัน เมื่อการเมืองแตกต่างกัน

วิจัยพฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี และในด้านรายได้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 5,000 บาท ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของ ฌณินทร เกษตรตระการ และ คณะ (2554) พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 3,000 – 5,000 บาท

2. ด้านพฤติกรรม จากการศึกษาส่วนใหญ่พบว่า ระยะเวลาเฉลี่ยในการอ่านการ์ตูนเรทอาร์ ต่ำกว่า 15 นาที ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของลักษมณ บุญรักษาศรี (2551) ได้ทำการวิจัยพฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี กล่าวว่า ระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือในแต่ละครั้งจะมากกว่า 1 ชั่วโมงขึ้นไป ทั้งนี้เนื่องจาก นักศึกษานั้นให้ความสำคัญในการอ่านหนังสือเรียนมากกว่าการอ่านการ์ตูนเรทอาร์

3. ส่วนใหญ่ พบว่า หอพักเป็นสถานที่ที่ใช้ในการอ่านหนังสือการ์ตูนเรทอาร์ของนักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของผลิวัลย์ รองสวัสดิ์ (2520) และทรงศรี อักษรเสื่อ (2532) ที่พบว่านักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และนักศึกษา มหาวิทยาลัยอีสานเหนือให้หอพักเป็นสถานที่อ่านหนังสือมากที่สุด

4. ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกใช้กรณีสั่งซื้อสามารถส่งสินค้าถึงลูกค้าได้รวดเร็ว มีช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างทั่วถึง คุณภาพของสินค้า ความสวยงามของภาพ และมีแนวโน้มที่การ์ตูนไปไม่มี เมื่อพิจารณาารายด้านจะได้รายละเอียดดังนี้

4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการความสวยงามของลายเส้นของภาพ ความคมชัดของรูปภาพ ชื่อของผู้แต่งการ์ตูนที่มีชื่อเสียง และคุณภาพของสิ่งตีพิมพ์ สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความต้องการเลือกซื้อมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย

ของ สุมล ต่ายโหมด (2548) ได้จัดทำวิจัยเรื่อง แนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคต่อหนังสือการ์ตูนต่างประเทศ พบว่าการ์ตูนเรื่องที่มีผู้เขียนมีชื่อเสียงและหน้าปกมีสีสันที่สวยงาม ทำให้น่าสนใจ จะส่งผลให้มีการเลือกซื้อเพิ่มขึ้น

4.2 ด้านราคา พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการราคาที่ย่อมเยาถึงคุณภาพของสินค้าถ้าสินค้านั้นมีราคาสูงลูกค้าจะจัดกลุ่มสินค้านั้นว่าเป็นสินค้าคุณภาพ และหากราคาเปลี่ยนแปลงจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เช่น ลูกค้าบางกลุ่มที่มักตรวจสอบราคาสินค้าอยู่เป็นประจำ เมื่อราคาสินค้าวันไหนมีการปรับเปลี่ยนจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ น้าผึ้ง บำรุงศรี และ คณะ (2549) อิทธิพลของหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นต่อทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ที่ส่วนใหญ่ นักศึกษาได้ซื้อหนังสือการ์ตูนมาจากร้านหนังสือทั่วไปและสถานที่สะดวก

4.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ส่วนใหญ่กรณีสั่งซื้อสามารถส่งสินค้าถึงลูกค้าได้รวดเร็ว เมื่อลูกค้าส่งสินค้าทางอินเทอร์เน็ตจะต้องจัดส่งสินค้าให้เร็วที่สุดอาทิเช่นไม่เกิน 1 – 2 วันเป็นอย่างช้า และต้องการมีช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างทั่วถึง หรือ ในสถานที่ที่ที่พบเห็นได้ง่ายเพื่อความสะดวกในการหาซื้อหนังสือการ์ตูน เช่น มีการวางขายตาม ร้านหนังสือชั้นนำทั่วไป ร้านเช่าหนังสือ และ 7-ELEVEN ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ น้าผึ้ง บำรุงศรี และ คณะ (2549) อิทธิพลของหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นต่อทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ที่ส่วนใหญ่ นักศึกษาได้ซื้อหนังสือการ์ตูนมาจากร้านหนังสือทั่วไปและสถานที่สะดวก

4.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการการลดโปรโมชันลดราคานั่งซื้อ และการแจกหนังสือตัวอย่างที่ออกใหม่จะส่งผลให้มีการเลือกซื้อเพิ่มขึ้น เช่น การแจกตัวอย่างของหนังสือให้ลูกค้าได้อ่านก่อนซื้อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุมล ต่าย

โหมต (2548) ได้จัดทำวิจัยเรื่อง แนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคต่อหนังสือการ์ตูนต่างประเทศ พบว่าการ์ตูนเรื่องที่มีผู้เขียนมีชื่อเสียงและหน้าปกมีสีสันที่สวยงาม ทำให้น่าสนใจ จะส่งผลให้มีการเลือกซื้อเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้

1. สำหรับกลุ่มที่เน้นสถานที่จัดจำหน่ายและผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรจัดจำหน่ายในเขตชุมชนและร้านหนังสือชั้นนำทั่วไปที่สะดวกต่อการเดินทาง ซึ่งในปัจจุบันนี้มีหลากหลายรวมถึงทางร้านหนังสือการ์ตูนควรมีการจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าโดยที่ลูกค้าไม่ต้องเดินทางมารับสินค้าเอง เช่น การสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต และหากภาครัฐตั้งหน่วยงานที่เป็นกลางทำการสนับสนุนการค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต ก็ย่อมทำให้ประชาชนเกิดความมั่นใจต่อผู้ประกอบการ หรือ

ต่อระบบการชำระเงินดังนี้ อันจะนำมาซึ่งการซื้อในที่สุด และทางผู้ผลิตและผู้ขายควรติดตามหนังสือการ์ตูนที่ออกใหม่ว่ามีหนังสือการ์ตูนเรื่องใดที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน เพื่อนำเข้ามาขายได้อย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

2. สำหรับกลุ่มที่เน้นด้านราคาและด้านส่งเสริมการขาย ผู้ประกอบการควรจัดวางนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่และราคาที่โดดเด่นดึงดูดความสนใจ ไม่ตั้งราคาที่เขาทำไรสูงเกินไป เพราะในปัจจุบันมีผู้ประกอบการที่เพิ่มมากขึ้นทำให้เกิดแข่งขันทางด้านราคาเพิ่มสูงขึ้น ทางร้านค้าและผู้ผลิตหนังสือควรให้ความร่วมมือกันเก็บข้อมูลสอบถามความต้องการของลูกค้า และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ ผู้ประกอบการควรจัดให้มีการโฆษณาผ่านทางนิตยสารต่างๆ และควรจัดให้มีโปรโมชั่น เช่น การลดราคาสินค้าประจำปีตลอดจนการแจกของแถมที่ตรงใจลูกค้าทางผู้ผลิตสินค้าควรมีการออกแบบของแถมให้มีความแปลก

ใหม่ทันสมัยต่อเรื่องการ์ตูนนั้นๆอยู่ตลอดเวลา

เอกสารอ้างอิง

- ทรงศรี อักษรเสื่อ. (2532). *สภาพการอ่าน : ความสนใจและความต้องการในการอ่านของนักศึกษา มหาวิทยาลัยอีสานเหนือ*. รายงานการวิจัยภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ วิทยาลัยครูเลย.
- น้ำผึ้ง บำรุงศรี, กัญชวลิตา รักสกุล, นันทนา พิมพ์จันทร์, ศศิธร จันทวาท, ปภาวดี ไทรเล็กทิม, กรกนก พลดอน และคณะ. (2549). *อิทธิพลของหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นต่อทัศนคติของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ภาคปกติ*. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม สำนักวิทยา – บริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2553). *สถิติธุรกิจ*. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ ท้อป พับลิชชิง.
- ผลวิไลย์ รองสวัสดิ์. (2520). *การศึกษาความสนใจและการใช้ห้องสมุดคณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ปีการศึกษา 2519* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต : สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, (อัดสำเนา).
- ผดนิทร เกษตรตระการ, มุนิด บุญประเสริฐ, ปาวิชาติ บุญเทียบ. (2554). *รายได้ต่อเดือน : การวิเคราะห์ปัจจัยและการจัดกลุ่มการอ่านหนังสือการ์ตูนเกย์ของนักศึกษานานึง มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี*. รายงานการวิจัยหลักสูตรบริหารธุรกิจ(การตลาด) คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี.

ลักษมน นุญรักษาศรี. (2551). พฤติกรรมการอ่านหนังสือของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะ
วิทยาการ จัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. รายงานการวิจัยหลักสูตร
บริหารธุรกิจ(ธุรกิจทั่วไป) คณะวิทยาการ จัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี.

สุพรรณี วราทร. (2545). การอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

สุมล ต่ายโหมด. (2548). แนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคต่อหนังสือการ์ตูนต่างประเทศ กรุงเทพมหานคร :
คณะวิทยาการ จัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

สรชัย พิศาลบุตร, เสาวรส ไญ่สุว่าง, และ ปรีชา อัสวเดชาบุตร. (2549). การสร้างและประมวลผลข้อมูลจาก
แบบสอบถาม กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วิทย์พัฒน์.

Lazarus ,R., and Folkman, s. (1984). Stress, appraisal, and coping. New York : Springer Publishing
Company.