

**การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ทักษะคิด ความพึงพอใจของลูกค้า
และแนวทางการพัฒนาสื่อโฆษณาข้างรถเมล์โดยสารประจำทางธรรมดา
ขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ**

รังฉัตร ภูริวัฒนา*

กฤติดา ธรรมวิวัฒน์**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ทักษะคิด ความพึงพอใจของ ลูกค้า เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรกับความพึงพอใจของลูกค้า และศึกษาแนวทางการ พัฒนาสื่อโฆษณาข้างรถเมล์โดยสารประจำทางธรรมดา ขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ศึกษาจากกลุ่ม ตัวอย่างซึ่งเป็นประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยวิธีสุ่มแบบเจาะจงจากในย่านเมือง ใหญ่ที่มีรถโดยสารประจำทางธรรมดาผ่านเป็นจำนวนมาก ได้แก่ อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ จตุจักร ลาดพร้าว และ สนามหลวง จำนวน 4 จุดๆ ละ 100 คน กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์จากบุคคลที่ใช้บริการรถเมล์ โดยสารประจำทางธรรมดา ขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ มาไม่น้อยกว่า 10 ปี เป็นจำนวน 12 คน เครื่องมือในการวิจัยเชิงสำรวจคือ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.89 และเครื่องมือที่ใช้ในเชิงคุณภาพ คือแบบสัมภาษณ์ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ทักษะคิดและความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับมาก ผลการศึกษาพบว่ามีความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรกับความพึงพอใจของลูกค้า และ แนวทางการพัฒนาสื่อโฆษณาข้างรถเมล์โดยสารประจำทางธรรมดาขององค์การขนส่งมวลชนมีอยู่ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหาและภาษาที่ใช้ในการโฆษณา ด้านกราฟิกและการออกแบบที่ใช้ในการโฆษณา และด้าน รูปลักษณ์และเทคนิคการนำเสนอให้เป็นที่น่าสนใจ