

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการ  
ซื้อหนังสือธรรมะทางพุทธศาสนา

ผู้เขียน

นางสาวพัชรินทร์ มณีขัติย์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร. จีราวรรณ ฉายสุวรรณ

## บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อหนังสือธรรมะทางพุทธศาสนา กลุ่มตัวอย่างครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป เคยซื้อหนังสือธรรมะไม่ต่ำกว่า 1 ครั้ง ในช่วงระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา จำนวน 300 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15-25 ปี มากที่สุด ส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นนักเรียนหรือนักศึกษารายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ซื้อหนังสือธรรมะมาอ่านเป็นเวลา มากกว่า 4 ปี นอกจากการอ่านหนังสือธรรมะแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถาม มีรูปแบบการศึกษาระยะด้วย การเข้าวัด ปฏิบัติธรรม มากที่สุด

ด้านพฤติกรรมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อหนังสือธรรมะประเภท พระธรรม คำสอน ทางพุทธศาสนา มากที่สุด ส่วนนักเรียน หรือ ครูบาอาจารย์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบมากที่สุด ได้แก่ พุทธศาสนิกฯ สาเหตุที่หันมาสนใจศึกษาระยะเพราะต้องการหาวิธีฝึกสมาธิ ฝึกจิตใจให้สงบ มากที่สุด ด้านช่วงเวลาซื้อ ส่วนใหญ่ เลือกซื้อหนังสือธรรมะไม่จำกัดเวลา โดยจะซื้อเมื่อใดก็ได้เมื่อว่าง ส่วนใหญ่ไม่มีบุคคลอื่นที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือธรรมะ แหล่งที่นิยมซื้อหนังสือธรรมะมากที่สุดได้แก่ร้าน ซีเอ็ดบุ๊ค พบว่ามีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 300 บาท การจัดการหนังสือที่อ่านจบส่วนใหญ่เก็บสะสมไว้ที่บ้าน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จัดอยู่ในกลุ่มที่รู้สึกผิดหวังกับการซื้อหนังสือธรรมะอ่าน โดยสาเหตุที่ทำให้รู้สึกผิดหวังคือคุณภาพของเนื้อหาไม่เป็นที่คาดหวังมากที่สุด สำหรับด้านทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องแก่นแท้ของพุทธศาสนา พบว่าส่วนใหญ่ ตอบว่าคือ การทำความดี ละความชั่ว

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญสูงสุดกับ เนื้อหาภายในเล่มมีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมาก โดยให้ความสำคัญสูงสุดกับการตั้งราคาได้เหมาะกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญสูงสุดกับการหาซื้อง่ายตามร้านหนังสือชั้นนำทั่วไป มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญสูงสุดกับการแบ่งรายได้ส่วนหนึ่งเพื่อนำไปทำบุญหรือช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทางสังคม มีค่าเฉลี่ยระดับมาก

ปัจจัยย่อยทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก ได้แก่ 1) เนื้อหาภายในเล่ม 2) หาซื้อง่ายตามร้านหนังสือชั้นนำทั่วไป 3) ตั้งราคาได้เหมาะกับคุณภาพ 4) แบ่งรายได้ส่วนหนึ่งเพื่อนำไปทำบุญหรือช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทางสังคม 5) มีการแสดงราคาหนังสือไว้ชัดเจน 6) หาซื้อง่ายตามแผงขายหนังสือในชุมชน 7) คนเขียน คนแต่ง คนแปล และ การตั้งชื่อเรื่องที่น่าสนใจน่าติดตาม 8) การจัดหนังสือบนชั้นขายดีดึงดูดสายตา 9) ตั้งราคาได้ใกล้เคียงกับราคาดังกล่าวเล่มอื่นๆ และ จำหน่ายหนังสือถูกกว่าราคาดนปกหนังสือ 10) ออกงานแสดงสินค้าเช่น สัปดาห์หนังสือแห่งชาติ

ปัจจัยย่อยทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด 10 อันดับแรก ได้แก่ 1) ปีที่พิมพ์/ครั้งที่พิมพ์ 2) สำนักพิมพ์มีชื่อเสียง 3) สั่งซื้อได้ทางอินเทอร์เน็ต 4) มีคำนิยม/คำชมจากบุคคลต่างๆ 5) ขนาดของเล่มที่หนา 6) ลงโฆษณาในสื่อเช่น ทิว วิทยุ เคเบิลทีวี ทีวี่ดาวเทียม และ ลงโฆษณาในสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เว็บบอร์ด เว็บบล็อก โซเชียลมีเดียต่างๆ 7) สั่งซื้อได้จากสำนักพิมพ์โดยตรง 8) ภาพประกอบภายในเล่ม และ มีการลดแลกแจกแถม 9) คุณภาพของกระดาษ 10) พิจารณา  
รูปแบบปก

**Independent Study Title** Consumer Behaviors in Amphoe Mueang Chiang Mai  
Towards Purchasing Buddhism Dhamma Books

**Author** Miss Patcharin Maneekhat

**Degree** Master of Business Administration (Marketing)

**Independent Study Advisor** Assoc. Prof. Dr. Chirawan Chaisuwan

### ABSTRACT

The objective of this independent study is to get to know consumer behaviors in Amphoe Mueang Chiang Mai in relevant to their purchasing of Buddhism Dharma books. The specific group samples are 300 consumers in Amphoe Mueang Chiang Mai with ages ranging from 15 years old who have purchased Buddhism Dharma books not less than once within the past 1 year by convenience sampling. The result of the study indicates that most respondents are female with ages ranging from 15-25 years old. Most of them are single ladies with Bachelor's Degree and their occupations are student. Their average monthly income is less than or equal Baht 10,000.- They have been purchasing and reading Buddhism Dharma books for more than 4 years. Besides reading Buddhism Dharma books, most of respondents are also going to temples for practicing Dharma.

Purchasing behavior wise, it is found that most respondents are fond of purchasing Dharma books under the categories of Buddhist doctrine and teachings while writers or teachers who are in the random list are mostly fond of Bhuddadasa Bhikku. The reason they become interested in studying Dharma is mostly from the desire of seeking ways to practice meditation and maintain peace of mind. In terms of time in purchasing, most of them do the purchase any time whenever they can. Mostly there are no any other persons having influence on their decision in purchasing Dharma books. The most popular book shop is Se-ed Book and it is found that the average of each purchase is less than or equal Baht 300.- After finish reading Buddhism Dharma books, most readers keep them at home. Most respondents are classed in

the group having feeling of disappointment with Dharma books they purchased due to the main reason that the quality of the content fails to meet their expectation. In terms of viewpoint about the real value or core value of Buddhist religion, most respondents' answers are concerning with doing good deeds and refraining from wrong commitments.

Respondents give the significance to the overall product factor is at the average of medium level, the factor of product that gains highest level is the book content. The significance to the overall price factor is at the average of high level, the factor of price that gains highest level is the reasonable price of the product. The significance of the overall place/distribution factor is at the average of medium level, the factor of place that gains highest level is the convenient access through general book shops. The significance of the overall promotion factor is at the average of medium level, the factor of promotion that gains highest level is donation or financial support for the disadvantaged ones.

First 10 orders of the sub-factor of marketing that has the highest average are 1) content of the book 2) easy to purchase from general book shops 3) price and quality are reasonable 4) part of income will be given as a donation or as a financial support for the disadvantaged ones 5) price is clearly labeled 6) easy to purchase from book shops within the community 7) the writer, the author or the translator and Title of the book is interesting 8) shelf arrangement is attractive 9) the range of selling price is quite closed to other books and are sold cheaper than tagged price 10) exhibiting books in books exhibition such as National Books Fair.

First 10 orders of the sub-factor of marketing that has lowest average are 1) printing year/ printing edition 2) the publisher is well known 3) order can placed online 4) having Eulogy / Commendation from various people 5) the size of the spine is thick 6) placing advertisements in media like TV, radio, cable TV, satellite TV and internet such as website, web board, web block, social media 7) order can be directly placed with the publisher 8) inside illustration and sale promotion 9) quality of printing paper 10) design of the cover.