

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีผลต่อการซื้อหนังสือจากร้านหนังสือของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร

ผู้เขียน นางสาวมณฑา แสงสว่าง

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

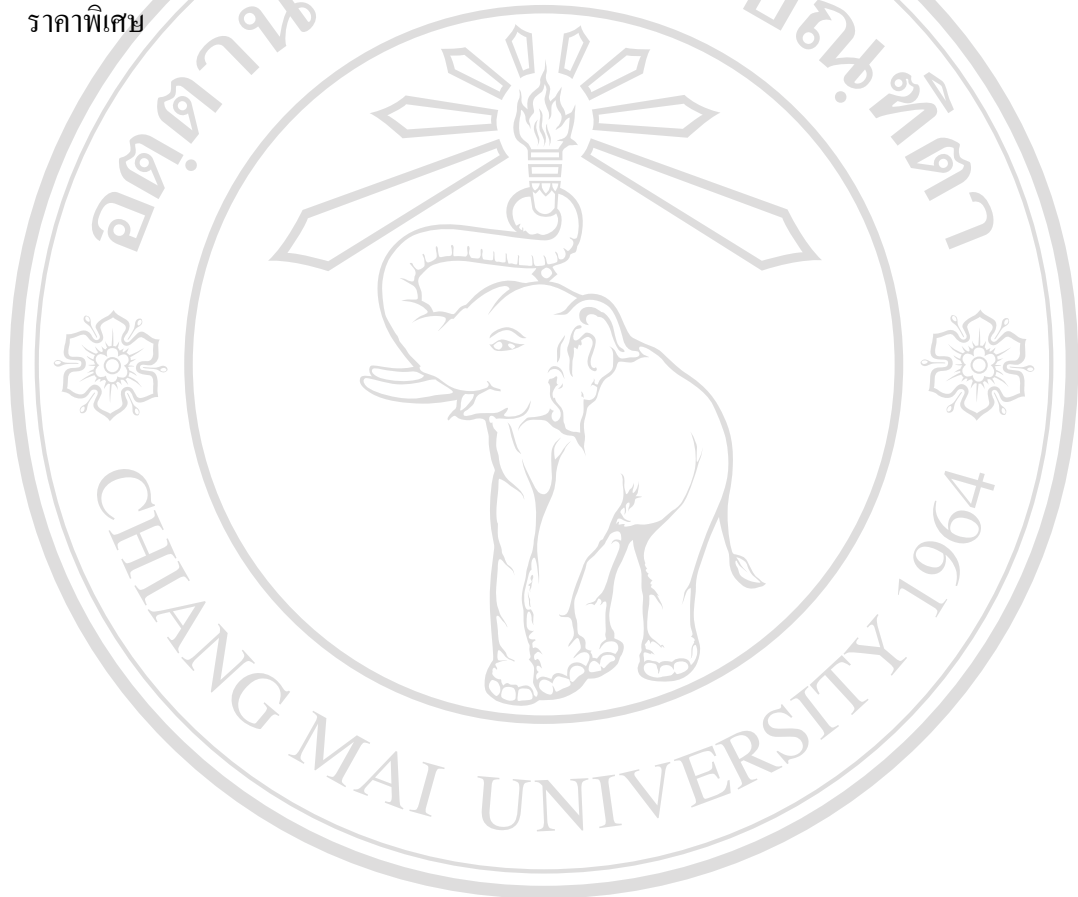
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชวภณ สิงห์จรรย์ ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตราภรณ์ พงษ์ไพบูลย์ กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีผลต่อการซื้อหนังสือของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 385 ราย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 10,001-20,000 บาท เคยใช้บริการร้านเอ็ดมูค เซ็นเตอร์มากที่สุด ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้ง ในช่วงวันอาทิตย์ โดยจะซื้อหนังสือมูลค่าเฉลี่ยระหว่าง 201 – 400 บาท ต่อครั้ง ประเภทหนังสือที่สนใจเลือกซื้อมากที่สุด ได้แก่ นิตยสาร ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือด้วยตนเอง และส่วนใหญ่เห็นว่าร้านหนังสือที่มีอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร ยังตอบสนองความต้องการในการซื้อหนังสือได้ไม่ครบถ้วน เนื่องจากมีหนังสือไม่ตรงกับความต้องการ หากมีการจัดตั้งร้านหนังสือขึ้นในจังหวัดสมุทรสาคร ส่วนใหญ่สนใจใช้บริการ โดยในร้านหนังสือควรมีมุมจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์การเรียนเพิ่ม

ในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยในระดับปานกลาง ตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านราคาสินค้า ในเรื่องมีระบบการรับชำระเงินที่ทันสมัย ถูกต้อง ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ถูกค้าสัมผัสได้ ในเรื่องทำเลที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชน การเดินทางสะดวก ปัจจัยด้านสินค้าและการให้บริการ ในเรื่องมีหนังสือใหม่ ออกมาจำหน่ายเสมอ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องมีการจัดเทศกาลจำหน่ายหนังสือราคาพิเศษ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Retailing Mix Factors Affecting Books Purchasing from
Bookstores of Consumers in Samut Sakhon Province

Author Miss Montha Saengsawang

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Asst. Prof. Chawapon Singhajarun

Chairperson

Asst. Prof. Chittraporn Pongpaiboon

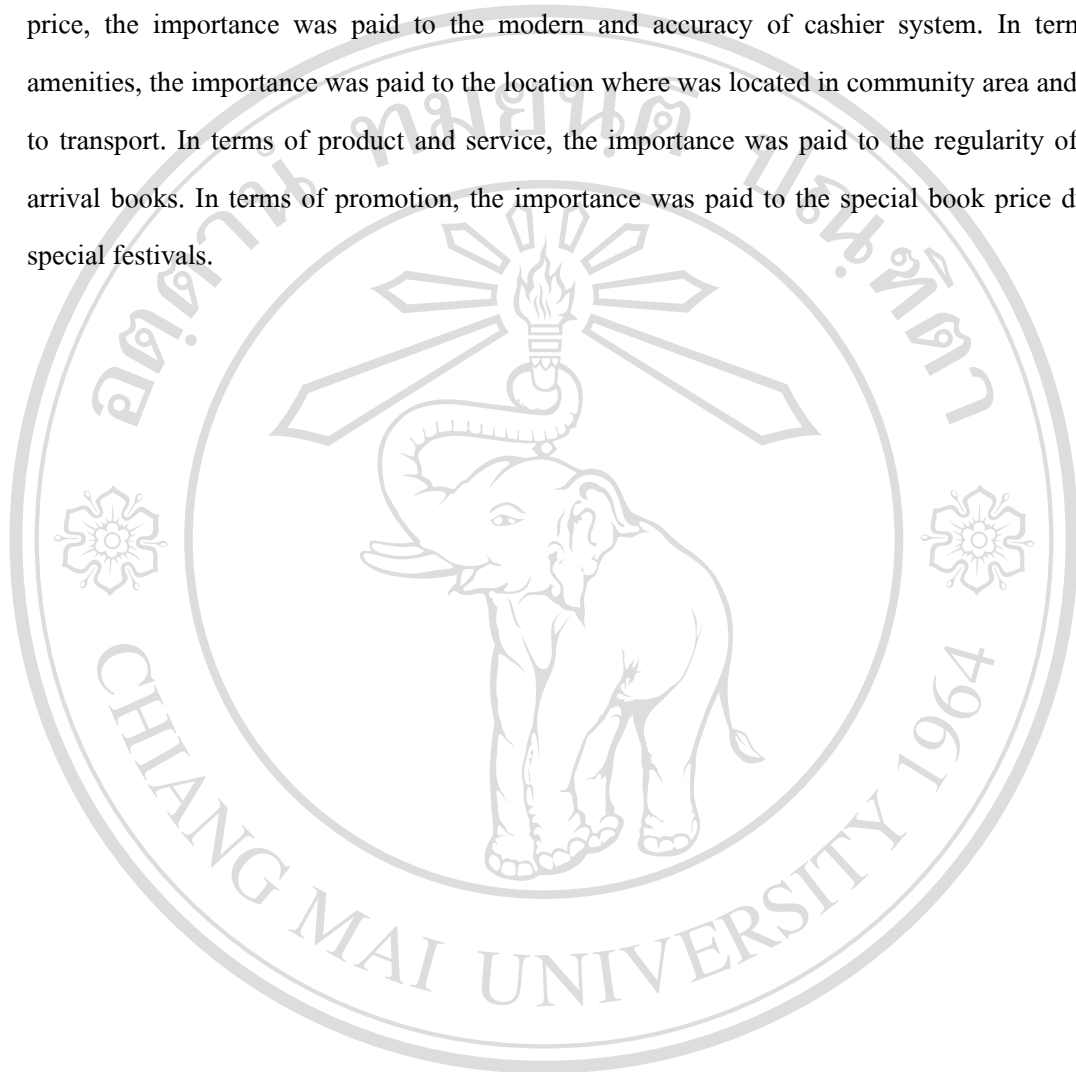
Member

ABSTRACT

The independent study entitled, “Retailing Mix Factors Affecting Books Purchasing from Bookstores of Consumers in Samut Sakhon Province” was designed to collect its data from the distribution of questionnaire to 385 consumers who obtained services from the educational book store in Samut Sakhon province. Then, the collected data were analyzed by the descriptive statistics, including frequencies, percentages, and means.

Based upon the study, it was found that most respondents were single male in the ages between 21 – 30 years, living in Samut Sakhon province, holding Bachelor’s degree and worked as an officer for private company. They earned 10,001-20,000 baht as an average monthly income. It was revealed that they mostly took the service from ED book for 2-3 times a month in Sundays. In each time, they mostly spent 201-400 baht for buying books. They indicated that the most interesting book to buy was magazines and they made their own buying decision. The majority still agreed that the existing book stores in Samut Sakhon province insufficiently responded to their needs of book since there were books that did not match with their interests. In case of having the new launched book store in Samut Sakhon province, most of them were interested in taking services from that book store certainly. They suggested that in the book store, there should additionally be the corners for stationeries and educational devices.

According to the study on retailing marketing mix factors, it found out that the respondents paid the importance of all factors at moderate level in orderly as follows. In terms of price, the importance was paid to the modern and accuracy of cashier system. In terms of amenities, the importance was paid to the location where was located in community area and easy to transport. In terms of product and service, the importance was paid to the regularity of new arrival books. In terms of promotion, the importance was paid to the special book price during special festivals.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved